



UNIVERSIDAD MICHUACANA
DE
SAN NICOLAS DE HIDALGO



FACULTAD DE CONTADURIA Y CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS

PROYECTO DE TESIS

“PLAN DE NEGOCIOS DE LA COMERCIALIZADORA DE
LIMÓN PERSA “MÉXICO LINDO S. de R.L.””

Línea de Investigación:
CREACIÓN Y PERMANENCIA DE LAS EMPRESAS

Tesis Profesional Que Presenta:
José Gildardo Torres Tercero

Que para obtener el título de:
Licenciado en Contaduría

Asesor de Tesis:
M.A.. José Rafael Aguilera Aguilera

Morelia, Mich. Octubre 2012



En primer lugar a Dios, que me ha brindado una vida llena de alegrías y aprendizaje, permitiéndome vivir una muy grata experiencia en mi etapa universitaria, y por ayudarme a alcanzar mis metas.

A mis padres: Gildardo y Esperanza. He llegado a esta etapa gracias a ustedes; gracias por su paciencia y comprensión, porque a pesar de las dificultades que se presentaran han realizado el máximo esfuerzo para darme lo mejor; reconozco su infinito esfuerzo por educarme y formarme, por los valores que siempre me han inculcado, siempre estaré orgulloso de ustedes y de ser su hijo. Esta tesis se las dedico con mucho cariño a ustedes, como un símbolo de gratitud, admiración, respeto y por el amor incondicional que siempre me han manifestado, Hoy gracias a ustedes concluiré un ciclo mas en mi vida. Los quiero mucho.

A mi hermana: Nayeli has sido un motor muy importante para lograr mis propósitos, gracias por tu ayuda y fortaleza, ya que nunca dudaste para ayudarme y apoyarme en todo momento. Gracias por tu tiempo, tus consejos, tu apoyo incondicional y tu cariño, ya que mas que una excelente hermana te has convertido en mi mejor amiga, un ejemplo a seguir y una persona a la cual admiro muchísimo. Te quiero mucho

A mi Asesor M.A. Rafael Aguilera Aguilera: agradezco infinitamente todo tu apoyo, por compartir desinteresadamente tus conocimientos, experiencia, consejos y por tu amistad, más que un asesor, eres un gran amigo. Gracias por dirigir esta tesis, por confiar en mí desde el inicio. Agradezco tu alto empeño, dedicación profesional, aportaciones teóricas, experiencias, consejos y llamadas de atención enmarcadas en torno a la investigación. Tu exigencia y rigurosidad han sido claves en este trabajo, sin tu disponibilidad, sin duda no hubiera podido lograr esta meta.



Rafa, gracias por tu ejemplo, paciencia y por la orientación y ayuda que me brindaste para la realización de esta tesis y por haberme enseñado tanto.

A mis amigos: que siempre estuvieron a un lado mío para ayudarme, escucharme, aconsejarme y en muchas ocasiones guiarme, por que gracias a ellos aprendí muchísimo, que mas que amigos me han demostrado que son parte de mi familia, soy una persona muy afortunada por poder compartir tantas experiencias con ustedes tanto buenas como malas, muchas gracias a todos y cada uno de ellos

A mi Alma Mater la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, por darme la oportunidad de alcanzar una meta mas en mi vida, gracias a los profesores quienes durante los cinco años se esmeraron por dar lo mejor para mi formación profesional, por los conocimientos teóricos y las experiencias vividas.



INTRODUCCIÓN 20

CAPÍTULO I

FUNDAMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	23
1.1.- DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	23
1.2.- PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN.....	24
1.3.- OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN	24
1.4.- HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN	24
1.5.- JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	24
1.6.- ALCANCES Y LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN	25

CAPÍTULO II

DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PROYECTO.....	26
2.1.- IMAGEN DE LA EMPRESA	26
2.2.- ANTECEDENTES	27
2.2.1.- Antecedentes Geográficos.....	27
2.2.1.1.- Perfil Sociodemográfico.....	29
2.2.1.2.- Infraestructura Social y de Comunicaciones	30
2.2.1.3.- Actividad Económica	31
2.2.1.4.- Atractivos Culturales y Turísticos	32
2.2.1.5.- Principales Localidades.....	33
2.2.2.- Antecedentes de la Empresa	34
2.3.- MISIÓN	36
2.4.- VISIÓN.....	36
2.5.- VENTAJAS COMPETITIVAS Y COMPARATIVAS.....	37
2.5.1.- Ventajas Competitivas	37
2.5.2.- Ventajas Comparativas	37
2.6.- OBJETIVOS GENERALES.....	38
2.7.- ANÁLISIS FODA DE LA ORGANIZACIÓN “MÉXICO LINDO”	38
2.7.1 Debilidades	39
2.7.2.- Amenazas	40
2.7.3.- Fortalezas	41
2.7.4.- Oportunidades.....	42
2.7.5 Matriz Foda	43
2.7.6.- Plan o Acciones Estratégicas.....	43
2.7.7.- Acciones Estratégicas.....	45

CAPÍTULO III



ESTUDIO DE MERCADO	46
3.1.- DEFINIR LOS OBJETIVOS DEL ÁREA	46
3.2.- FUENTES DE INFORMACIÓN	47
3.2.1.- Fuentes Secundarias	47
3.2.2.- Fuentes Primarias	47
3.3.- ANÁLISIS DEL PRODUCTO.....	48
3.3.1.- Descripción General del Producto.....	48
3.3.1.1.- Antecedentes del Limón	48
3.3.1.2.- Definición del Limón	49
3.3.1.3.- Características del limón	51
3.3.1.4.- Valor Calórico	52
3.3.2.- Descripción Detallada del Producto	53
3.3.2.1.- Limón Persa	53
3.3.2.2.- Producto Comercializado por la Empresa “México Lindo”	58
3.3.3.- Marca del Producto	59
3.3.4.- Etiqueta del Producto.....	59
3.3.4.- Empaque o Presentación del Producto.....	61
3.3.5.- Estrategia de Servicio Posterior a la Venta.....	62
3.4.- ANÁLISIS DEL PRECIO	63
3.4.1.- Factores Internos que Afectan la Determinación del Precio	63
3.4.2.- Factores Externos que Afectan la Determinación del Precio	63
3.4.3.- Fijación del Precio del Producto.....	64
3.4.4.- Estrategias y Políticas de Ajuste de Precio.....	65
3.5.- ANÁLISIS DE LA DEMANDA	66
3.5.1.- Descripción del Perfil del Cliente Ideal.....	66
3.5.2.- Identificación de la Demanda Actual	67
3.5.3.- Identificación de los Clientes Potenciales	67
3.5.4.- Proyección de la Demanda Futura.....	68
3.6.- ANÁLISIS DE LA OFERTA.....	70
3.6.1.- Identificación de la Competencia Actual	70
3.6.2.- Identificación de las Barreras de Entrada al Mercado.....	72
3.6.3.- Identificación de Productos Sustitutos	73
3.6.4.- Identificación de los Competidores Potenciales.....	74
3.6.5.- Proyección de la Oferta Futura	76
3.7.- ANÁLISIS DE LA PLAZA O COMERCIALIZACIÓN.....	80
3.7.1.- Canales de Distribución	80
3.7.2.- Ventas al por Mayor	82
3.7.3.- Servicio al Cliente	82
3.7.3.1.- Facilidad de Realización de Pedidos.....	83
3.7.3.2.- Entregas a Domicilio.....	83
3.7.3.3.- Ventas por Teléfono, por Internet y E-mail	83
3.7.3.4.- Estacionamiento Propio de la Empresa.....	83
3.7.3.5.- Excelente Imagen tanto Interna como Externa de las Instalaciones	84
3.7.3.6.- Buena Presentación y Actitud de los Trabajadores	84
3.7.3.7.- Buzón de Quejas y Sugerencias	84



3.8.- ANÁLISIS DE LA PROMOCIÓN	84
3.8.1.- Publicidad	84
3.8.1.1.- Campañas Publicitarias	85
3.8.1.2.- Página Web	86
3.8.1.3.- Participación en Ferias Regionales, Estatales y Nacionales	86
3.8.1.4.- Promoción en Medios Masivos de Información	89
3.8.1.5.- Entregar de Volantes, Flyers y Folletos Publicitarios	90
3.8.1.6.- Anunciarnos en Carteles Espectaculares	91
3.8.2.- Venta Personal	93
3.8.3.- Relaciones Públicas	94
3.8.4.- Promoción de Ventas	94
3.8.4.1.- Entrega de Muestras del Producto	95
3.8.4.2.- Premios a Clientes Frecuentes	95
3.8.4.3.- Artículos de Regalo	95

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO	97
4.1.- DEFINIR LOS OBJETIVOS DEL ÁREA	97
4.2.- ANÁLISIS DE LOS INSUMOS	97
4.2.1.- Materia Prima	97
4.2.2.- Mano de Obra Directa	98
4.2.3.- Gastos Indirectos de Fabricación	98
4.3.- CAPACIDAD DE LA PLANTA	100
4.3.1.- Principales Factores que Afectan la Capacidad del Proyecto	100
4.3.2.- Capacidad Total de Producción	101
4.3.3.- Producción Total	102
4.4.- LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA Y/O DE LAS INSTALACIONES	108
4.4.1.- Principales Factores que Afectan la Determinación de la Localización	108
4.4.2.- Macrolocalización	108
4.4.3.- Microlocalización	112
4.5.- DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA	114
4.5.1.- Principales Factores que Afectan la Distribución de las Instalaciones	114
4.5.2.- Propiedades, Planta y Equipo	114
4.6.- ADMINISTRACIÓN DE PROCESOS	123
4.6.1.- Proceso de Producción	123
4.6.1.1 Etapa pre-operativa	123
4.6.1.2.- Etapa Operativa	126
4.6.2.- Proceso de Ventas	128



CAPÍTULO V

ESTUDIO ADMINISTRATIVO.....	131
5.1.- ESTUDIO LEGAL	131
5.1.1.- Forma o Constitución Legal	131
5.1.2.- Requisitos Legales.....	132
5.1.2.1.- Secretaría de Relaciones Exteriores	132
5.1.2.2.- Notario Público/Registro Público de Comercio	133
5.1.2.3.- Secretaría de Hacienda y Crédito Público	133
5.1.2.4.- Secretaría de Salud	134
5.1.2.5.- Instituto Mexicano del Seguro Social.....	134
5.1.2.6.- Institución Bancaria	134
5.1.2.7.- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática	135
5.1.2.8.- Secretaría de Economía	135
5.1.2.9.- Secretaría del Trabajo y Previsión Social	136
5.1.2.10.- Comisión Nacional del Agua.....	136
5.1.2.11.- Licencias de Funcionamiento	136
5.1.2.12.- Contrato en la comisión federal de electricidad CFE	137
5.1.3.- Aspectos Legales.....	137
5.1.3.1.- Aspectos Administrativos	137
5.1.3.2.- Aspectos Laborales	138
5.1.3.3.- Aspectos Fiscales.....	138
5.1.3.3.1.- Impuestos Federales	138
5.1.3.3.2.- Impuestos Estatales.....	139
5.1.3.3.3.- Impuestos Municipales.....	139
5.1.3.4.- Aspectos Normativos.....	140
5.2.- ESTUDIO ORGANIZACIONAL	140
5.2.1.- Descripción de la Estructura Organizacional	140
5.2.2.- Organigrama	143
5.2.3.- Análisis de Puestos.....	144

CAPÍTULO VI

ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL	152
6.1.- DESCRIPCIÓN DE LOS POSIBLES IMPACTOS AMBIENTALES POSITIVOS DEL PROYECTO	152
6.2.- DESCRIPCIÓN DE LOS POSIBLES IMPACTOS AMBIENTALES NEGATIVOS DEL PROYECTO	153
6.3.- DESCRIPCIÓN DE LOS POSIBLES IMPACTOS SOCIALES POSITIVOS DEL PROYECTO	154
6.4.- DESCRIPCIÓN DE LOS POSIBLES IMPACTOS SOCIALES NEGATIVOS DEL PROYECTO	155

CAPÍTULO VII



ESTUDIO FINANCIERO	157
7.1.- INVERSIÓN TOTAL INICIAL.....	157
7.1.1.- Estado de Posición Financiera Inicial.....	157
7.1.2.- Determinación del Capital de Trabajo	158
7.2.- FUENTES DE FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO	158
7.2.1.- Fuentes de Financiamiento Externas.....	158
7.2.2.- Fuentes de Financiamiento Internas	158
7.3.- PRESUPUESTOS	159
7.3.1.- Presupuesto de Ventas.....	159
7.3.2.- Presupuesto de Materia Prima.....	162
7.3.3.- Presupuesto de Mano de Obra	164
7.3.4.- Presupuesto de Gastos Indirectos de Producción	168
7.3.5.- Presupuesto de Empaques.....	171
7.4.- ESTADOS FINANCIEROS PRO-FORMA	185
7.4.1.- Estado de Resultados Pro-forma	185
7.4.2.- Estado de Posición Financiera Pro-forma.....	190
7.5.- FLUJOS DE EFECTIVO OPERATIVOS NETOS	195
7.6.- TREMA DEL PROYECTO	196

CAPÍTULO VIII

EVALUACIÓN FINANCIERA.....	199
8.1.- PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN DEL PROYECTO (PRI)	199
8.2.- PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN DESCONTADO DEL PROYECTO (PRID).....	200
8.3.- TASA CONTABLE DE RENDIMIENTO DEL PROYECTO (TCR).....	202
8.4.- ÍNDICE DE RENTABILIDAD DEL PROYECTO (IR)	203
8.5.- VALOR ACTUAL O PRESENTE NETO DEL PROYECTO (VPN).....	204
8.6.- TASA INTERNA DE RETORNO DEL PROYECTO (TIR)	205

CONCLUSIONES	206
---------------------------	------------

BIBLIOGRAFÍA	209
---------------------------	------------

GLOSARIO	211
-----------------------	------------

Índice de Tablas



Tabla 2.1.- Datos personales de la empresa “México Lindo”.....	26
Tabla 3.1.- Clasificación Científica.....	49
Tabla 3.2.- Composición alimentaria del limón.....	51
Tabla 3.3.- Tipos de empaques utilizados por su calidad.....	57
Tabla 3.4.- Tipos de empaques utilizados por la empresa “México Lindo”.....	60
Tabla 3.5.- Fijación del Precio del Producto.....	63
Tabla 3.6.- Proyección de la demanda de Limón Persa del Año 1 (2013).....	67
Tabla 3.7.- Proyección de la demanda de Limón Persa del Año 2 (2014).....	67
Tabla 3.8.- Proyección de la demanda de Limón Persa del Año 3 (2015).....	68
Tabla 3.9.- Proyección de la demanda de Limón Persa del Año 4 (2016).....	68
Tabla 3.10.- Proyección de la demanda de Limón Persa del Año 5 (2017).....	68
Tabla 3.11.- Relación de la competencia actual de “México Lindo” en el valle de Apatzingán.....	69
Tabla 3.12.- Productos sustitutos de Limón Persa.....	72
Tabla 3.13.- Relación de Los Competidores Potenciales.....	74
Tabla 3.14.- Cierre de la superficie sembrada y cosechada de limón persa del Estado de Michoacán.....	75
Tabla 3.15.- Total de Producción de limón persa en el Estado de Michoacán en toneladas y en miles de pesos.....	77
Tabla 3.16.- Datos de las ferias en las que participara la empresa “México Lindo”.....	86
Tabla 3.17.- Datos de las ferias en las que participara la empresa “México Lindo”.....	87
Tabla 3.18.- Datos de las ferias en las que participara la empresa “México Lindo”.....	88
Tabla 3.19.- Costos de la Publicidad que se utilizara para dar a conocer el producto.....	91
Tabla 3.20.- Descripción Mensual y costo anual de la publicidad.....	91
Tabla 3.21.- Costos Totales de Publicidad elevados por año.....	92
Tabla 3.22.- Costos y duración de las Promociones.....	95
Tabla.- 4.1.- Sueldos de la mano de obra.....	97



Tabla 4.2.- Descripción y costos de los gastos indirectos.....	99
Tabla 4.3.- Total de Empaques que se utilizaran por año.....	99
Tabla 4.4.- Total de la Producción anual de limón Persa por tonelada.....	101
Tabla 4.5.- Total de la Producción anual de limón Persa por tonelada.....	101
Tabla 4.6.- Registro de la Producción cosechada de Limón Persa Año 1.....	102
Tabla 4.7.- Registro de la Producción cosechada de Limón Persa Año 2.....	103
Tabla 4.8.- Registro de la Producción cosechada de Limón Persa Año 3.....	104
Tabla 4.9.- Registro de la Producción cosechada de Limón Persa Año 4.....	105
Tabla 4.10.- Registro de la Producción cosechada de Limón Persa Año 5.....	106
Tabla 4.11.- Descripción de la maquinaria que utilizara la empresa “México Lindo”	114
Tabla 4.12.- Tipos de inmuebles y descripción.....	117
Tabla 4.13.- Especificaciones del equipo de reparto.....	118
Tabla 4.14.- Total de unidades y costos totales de la maquinaria, inmuebles y equipo de transporte.....	119
Tabla 4.15 Descripción por cuentas de los bienes inmuebles de la empresa “México lindo”	120
Tabla 4.16.- Depreciación de la maquinaria, inmuebles y equipo utilizado por la empresa “México Lindo “	121
Tabla 4.17.- Descripción de los procesos de la etapa Pre operativa del Limón Persa de la empresa “México Lindo”	123
Tabla 4.18.- Descripción de los procesos de la etapa Operativa del Limón Persa de la empresa “México Lindo”	126
Tabla 4.19.- Descripción de los procesos del proceso de ventas del Limón Persa de la empresa “México Lindo”	128
Tabla 5.1.- Datos de la Empresa.....	131
Tabla 5.2.- Integrantes del consejo Directivo.....	140
Tabla 5.3.- Descripción del puesto del presidente de la empresa “México Lindo”	143
Tabla 5.4.- Descripción del puesto del secretario general de la empresa “México Lindo”	144



Tabla 5.5.- Descripción del puesto del tesorero de la empresa “México Lindo”	145
Tabla 5.6.- Descripción del puesto del jefe de compras de la empresa “México Lindo”	146
Tabla 5.7.- Descripción del puesto del jefe de producción de la empresa “México Lindo”	148
Tabla 5.8.- Descripción del puesto del jefe de ventas de la empresa “México Lindo”	150
Tabla 7.1.- Balance General Inicial.....	156
Tabla 7.2.- Presupuesto de Ventas para el año 2013.....	158
Tabla 7.3.- Presupuesto de Ventas para el año 2014.....	159
Tabla 7.4.- Presupuesto de Ventas para el año 2015.....	159
Tabla 7.5.- Presupuesto de Ventas para el año 2016.....	160
Tabla 7.6.- Presupuesto de Ventas para el año 2017.....	160
Tabla 7.7.- Presupuesto de Materia Prima del año 2013.....	161
Tabla 7.8.- Presupuesto de Materia Prima del año 2014.....	161
Tabla 7.9.- Presupuesto de Materia Prima del año 2015.....	162
Tabla 7.10.- Presupuesto de Materia Prima del año 2016.....	162
Tabla 7.11.- Presupuesto de Materia Prima del año 2017.....	162
Tabla 7.12.- Presupuesto de Mano de obra del año 2013.....	163
Tabla 7.13.- Presupuesto de Mano de obra del año 2014.....	164
Tabla 7.14.- Presupuesto de Mano de obra del año 2015.....	165
Tabla 7.15.- Presupuesto de Mano de obra del año 2016.....	166
Tabla 7.16.- Presupuesto de Mano de obra del año 2017.....	167
Tabla 7.17.- Presupuesto de Gastos Indirectos de Producción del año 2013.....	168
Tabla 7.18.- Presupuesto de Gastos Indirectos de Producción del año 2014.....	168
Tabla 7.19.- Presupuesto de Gastos Indirectos de Producción del año 2015.....	169
Tabla 7.20.- Presupuesto de Gastos Indirectos de Producción del año 2016.....	169
Tabla 7.21.- Presupuesto de Gastos Indirectos de Producción del año 2017.....	170
Tabla 7.22.- Presupuesto de los Empaques del año 2013.....	170
Tabla 7.23.- Presupuesto de los empaques del año 2014.....	171



Tabla 7.24.- Presupuesto de los empaques del año 2015.....	171
Tabla 7.25.- Presupuesto de los empaques del año 2016.....	172
Tabla 7.26.- Presupuesto de los empaques del año 2017.....	172
Tabla 7.27.- Presupuesto de los costos de ventas del año 2013.....	173
Tabla 7.28.- Presupuesto de los costos de ventas del año 2014.....	173
Tabla 7.29.- Presupuesto de los costos de ventas del año 2015.....	174
Tabla 7.30.- Presupuesto de los costos de ventas del año 2016.....	174
Tabla 7.31.- Presupuesto de los costos de ventas del año 2017.....	175
Tabla 7.32.- Presupuesto de los gastos de ventas del año 2013.....	176
Tabla 7.33.- Presupuesto de los gastos de ventas del año 2014.....	177
Tabla 7.34.- Presupuesto de los gastos de ventas del año 2015.....	177
Tabla 7.35.- Presupuesto de los gastos de ventas del año 2016.....	178
Tabla 7.36.- Presupuesto de los gastos de ventas del año 2017.....	178
Tabla 7.37.- Presupuesto de los gastos de administración del año 2013.....	179
Tabla 7.38.- Presupuesto de los gastos de administración del año 2014.....	180
Tabla 7.39.- Presupuesto de los gastos de administración del año 2015.....	180
Tabla 7.40.- Presupuesto de los gastos de administración del año 2016.....	181
Tabla 7.41.- Presupuesto de los gastos de administración del año 2017.....	181
Tabla 7.42.- Presupuesto de los gastos de Generales del año 2013.....	182
Tabla 7.43.- Presupuesto de los gastos de Generales del año 2014.....	182
Tabla 7.44.- Presupuesto de los gastos de Generales del año 2015.....	183
Tabla 7.45.- Presupuesto de los gastos de Generales del año 2016.....	183
Tabla 7.46.- Presupuesto de los gastos de Generales del año 2017.....	183
Tabla 7.47.- Estado de Resultados del año 2013.....	184
Tabla 7.48.- Estado de Resultados del año 2014.....	185
Tabla 7.49.- Estado de Resultados del año 2015.....	186
Tabla 7.50.- Estado de Resultados del año 2016.....	187
Tabla 7.51.- Estado de Resultados del año 2017.....	188
Tabla 7.52.- Estado de Resultados del año 2013.....	189
Tabla 7.53.- Estado de Resultados del año 2014.....	190
Tabla 7.54.- Estado de Resultados del año 2015.....	191



Tabla 7.55.- Estado de Resultados del año 2016.....	192
Tabla 7.56.- Estado de Resultados del año 2017.....	193
Tabla 7.57.- Detalle de Flujos de Efectivo.....	194
Tabla 7.58.- Costo de Capital Promedio Ponderado del año 2013.....	195
Tabla 7.59.- Costo de Capital Promedio Ponderado del año 2014.....	195
Tabla 7.60.- Costo de Capital Promedio Ponderado del año 2015.....	196
Tabla 7.61.- Costo de Capital Promedio Ponderado del año 2016.....	196
Tabla 7.62.- Costo de Capital Promedio Ponderado del año 2017.....	197
Tabla 7.63.- Porcentajes del costo de capital promedio ponderado.....	197
Tabla 8.1.- Flujos de efectivo netos.....	198
Tabla 8.2.- Suma de los flujos de efectivo netos.....	198
Tabla 8.3.- Tasas de descuentos.....	200
Tabla 8.4.- Suma de los flujos de efectivo netos descontados.....	200
Tabla 8.5.- Suma de los flujos de efectivo netos descontados.....	202

Índice de Cuadros



Cuadro 2.1.- Resumen de factores internos y externos la organización “Grupo de Trabajo México Lindo”	42
Cuadro 2.2.- Matriz FODA. Priorización de acciones estratégicas de la organización “México Lindo”	43
Cuadro 3.1.- Intermediarios en la comercialización del Limón Persa.....	80
Cuadro 4.1.- Diagrama del proceso productivo etapa pre operativa de Limón Persa de la empresa “México Lindo”	125
Cuadro 4.2.- diagrama del proceso productivo etapa operativa del Limón Persa de la empresa “México Lindo”	127
cuadro 4.3.- Diagrama del proceso de ventas del Limón Persa de la empresa “México Lindo”	129
Cuadro 5.1.- Organigrama de la estructura de la empresa “México Lindo “	142
Cuadro 6.1.- Evaluación del impacto ambiental.....	155

Índice de Imágenes



Imagen 3.1.- Foto del Limón Persa.....	48
Imagen 3.2.- Planta de Limón.....	49
Imagen 3.3.- Árbol del limón persa.....	56
Imagen 3.4.- Etiqueta del Producto.....	59
Imagen 3.5.- Diseño de los Volantes para la publicidad.....	89
Imagen 3.6.- Diseño del Anuncio espectacular de la empresa “México Lindo”.....	90
Imagen 4.1.- Localización Geográfica del País de México.....	108
Imagen 4.2.- Localización del Estado en el País.....	109
Imagen 4.3.- Localización del Municipio.....	110
Imagen 4.4.- Vista Satelital del Municipio.....	111
Imagen 4.5.- Vista Satelital de la empresa y las rutas de acceso.....	112
Imagen 4.6.- Vista de la fachada de la Empresa “México Lindo”.....	112
Imagen 4.7.- Vista de la entrada principal de la empresa “México Lindo “.....	113
Imagen 4.8.- Distribución y localización de las instalaciones.....	121
Imagen 4.9.- Distribución y localización de las instalaciones.....	122

Índice de Graficas



Grafica 3.1.- Superficie cosechada por Municipio del Estado de Michoacán del Limón Persa.....	78
Grafica 3.2.- Producción por Tonelada por Municipio del Estado de Michoacán del Limón Persa.....	79
Grafica 4.1.- Estructura promedio de la compra de insumos de 35 agroempresarios del valle de Apatzingán,Michoacán.....	98

SIGLAS Y ABREVIATURAS



ANTAD	Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales
CCPP	Costo de Capital Promedio Ponderado
CFE	Comisión Federal de Electricidad
cm	Centímetros
dvd	Disco de Video Digital
FODA	Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas
gr	Gramos
Ha	Hectárea
IETU	Impuesto Empresarias a Tasa única
IFE	Instituto Federal Electoral
ILPES	Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica Social
IMCP	Instituto Mexicano de Contadores Públicos
IMSS	Instituto Mexicano del Seguro Social
INEGI	Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática
INFONAVIT	Instituto del Fondo Nacional de la Vivienda para los Trabajadores
IR	Índice de Rentabilidad
ISR	Impuesto Sobre la Renta
IVA	Impuesto al Valor Agregado
Kbps	Kilobit por Segundo
Kcal	Calorías
Km	Kilómetros
Km²	Kilómetros cuadrados
M	Metros
m²	Metros cuadrados
mcg	Microgramo
mg	Miligramos
mm	Milímetros
M.N.	Moneda Nacional



NAFÍN	Nacional Financiera
NIF	Norma de Información Financiera
NOM	Normas Oficiales Mexicanas
OOAPAS	Organismo Operador de Agua Potable, Alcantarillado y Saneamiento
pág	Página
PH	Potencial de Hidrógeno
PRI	Periodo de Recuperación de la Inversión
PRID	Periodo de Recuperación de la Inversión Descontado
RFC	Registro Federal de Contribuyentes
R.L.	Responsabilidad Limitada
Rpm	Revoluciones por Minuto
SAGARPA	Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación
SAR	Sistema de Administración Tributaria
SE	Secretaría de Economía
SEDRO	Secretaria de Desarrollo Rural
SHCP	Secretaría de Hacienda y Crédito Pública
SIAP	Servicio de Información Alimentaria y Pesquera
SER	Secretaría de Relaciones Exteriores
SPR	Sociedad de Producción Rural
TELMEX	Teléfonos de México
TIR	Tasa Interna de Retorno
Ton	Toneladas
TREMA	Tasa de Rendimiento Mínima Aceptable
Volts	Voltio
VPN	Valor Presente Neto
WACC	Weighted Average Cost of Capital
Wifi	Wireless Ethernet Compatibility Alliance
°C	Grados centígrados
%	Porcentaje





RESUMEN EJECUTIVO

El grupo de trabajo denominado “México Lindo” estará integrado por un grupo de 8 productores(as), cuya finalidad será desarrollar una actividad productiva; los integrantes decidieron llevar a cabo el presente proyecto que consiste en acopio, selección y empaque de limón persa, el cual para ser llevado a cabo requiere de una inversión inicial total de **\$ 19'078,780.00** para la construcción del centro de acopio y la adquisición de maquinaria, equipo e instalaciones.

Esta investigación se realiza con el propósito de estudiar y determinar los ingresos y egresos estimados de la empresa “México Lindo” para los próximos cinco años a través de la elaboración de un proyecto de inversión y de esta manera se puedan establecer las ventajas y desventajas, así como la rentabilidad o factibilidad del mismo, realizando para ello diferentes estudios.



INTRODUCCIÓN

Todos y cada uno de los bienes y servicios que tenemos disponibles en el mercado, antes de venderse comercialmente, fueron evaluados desde varios puntos de vista, siempre con el objetivo final de satisfacer una necesidad humana. Después de esto, hubo quien se dedicó a producirlos en masa, por consiguiente tuvo que realizar una inversión económica.

Las organizaciones se encuentran en una búsqueda constante de las mejores soluciones para los problemas que surgen día a día. De esta forma pueden haber diferentes ideas, inversiones de diverso monto, tecnología y metodologías con diferente enfoque, pero todas ellas destinadas a resolver las necesidades del ser humano en todas sus facetas, como pueden ser educación, alimentación, salud, medio ambiente, cultura, etcétera.

Por lo tanto, un proyecto de inversión es la guía para la toma de decisiones acerca de la creación de una futura inversión que muestra el diseño comercial, técnico-organizacional, económico y financiero de la misma. En caso de resultar viable el proyecto, este documento se convierte en un plan que guía la realización del mismo.

Es por ellos que un proyecto de inversión surge de la necesidad de algunos individuos o empresas para aumentar las ventas de sus productos o servicios. Actualmente existen muchas herramientas como evaluación de proyectos, que permite identificar ventajas y desventajas, además establecer si es rentable o si es factible el mismo.

Luego entonces si la inversión debe satisfacer necesidades humanas a través de productos y servicios, cada vez que se quiera satisfacer alguna necesidad habrá que realizar una inversión, por lo tanto, deben realizarse los



estudios necesarios para en lo posible de hacerse dicha inversión, sea porque se tiene una alta probabilidad de éxito.

En la actualidad, los proyectos de inversión requieren una base que los justifiquen. Dicha base es precisamente un proyecto bien estructurado y evaluado que indique la pauta que debe seguirse.

De ahí que la presente investigación contiene los siguientes apartados:

Capítulo 1: Fundamentos de la Investigación. Se describe el problema, se plantean la pregunta, el objeto, la hipótesis y la justificación de la investigación, así como los alcances y limitaciones de la misma.

Capítulo 2: Descripción General del Proyecto. Se presenta la imagen de la empresa, misión, visión, sus ventajas competitivas y comparativas y los objetivos generales, así como el análisis de sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

Capítulo 3: Estudio de Mercado. Se analiza el producto, los factores que afectan la determinación del precio; se analiza la demanda y la oferta en el mercado, los clientes potenciales, la competencia, el punto de venta, así como la manera en cómo se dará a conocer el producto.

Capítulo 4: Estudio Técnico. Se realiza un análisis de los costos, de la capacidad de las instalaciones y su localización; así mismo se lleva a cabo la determinación de la distribución de las instalaciones.

Capítulo 5: Estudio Administrativo. Se determina la forma o constitución legal de la empresa, así como los requisitos y aspectos legales. Además se presenta el organigrama de la empresa.



Capítulo 6: Estudio de Impacto Ambiental y Social. Se describen los posibles impactos ambientales y sociales tanto positivos como negativos del proyecto.

Capítulo 7: Estudio Financiero. Se presentan los presupuestos de ventas, de costo de venta y de gastos generales, así como los estados financieros pro-forma y la determinación de los flujos de efectivo.

Capítulo 8: Evaluación Financiera. Se evalúa la rentabilidad del proyecto a través de la utilización de técnicas como el periodo de recuperación de la inversión, el periodo de recuperación de la inversión descontado, la tasa contable de rendimiento, el índice de rentabilidad, el valor actual neto y la tasa interna de retorno.

Por último se presentan las conclusiones a las cuales se llegó después de haber realizado esta investigación, además se incluyen las fuentes bibliográficas consultadas y un glosario de términos relacionados con la investigación.



CAPÍTULO 1

FUNDAMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.1.- Descripción del Problema

El sector agrícola mexicano ha enfrentado transformaciones profundas durante las tres últimas décadas. El continuo proceso de urbanización, el intenso proceso de globalización y las transformaciones demográficas han configurado un nuevo entorno para dicho sector, el cual se caracteriza por cambios tecnológicos que redundan en mejoras de la productividad, nuevos cultivos que se ajustan a las exigencias de un mercado internacional, modificaciones genéticas que mejoran las variedades de los productos, nuevos esquemas organizacionales que dinamizan las formas de comercialización y modifican los métodos de inserción en el mercado mundial e incluso, el surgimiento de nuevos esquemas de desarrollo rural.

De la misma manera, estos cambios también impactan al sector en sus interacciones con el mercado interno y tienden a polarizar la situación del campo entre un sector asociado al mercado exportador, que cuenta con inversiones cuantiosas que le permiten mejorar su productividad e introducir mejoras tecnológicas y la agricultura tradicional de subsistencia que aumenta la producción sobre la base de métodos extensivos. Aunado a lo anterior, las acciones gubernamentales se han concentrado fundamentalmente en propiciar la reconversión productiva, diversificar los cultivos tradicionales, ofrecer asesoría tecnológica, generar infraestructura, atender los problemas derivados del desajuste en el equilibrio poblacional urbano-rural y las condiciones de incertidumbre del mercado. Estas acciones y las condiciones del mercado internacional, que plantea progresivamente exigencias crecientes en los aspectos relativos a normas técnicas, medioambientales y de calidad, han modificado de forma considerable los patrones de competitividad tradicionales.



1.2.- Pregunta de Investigación

¿Cuál es la rentabilidad financiera de la empresa “México Lindo, S. de R.L.”?

1.3.- Objetivo de la Investigación

Conocer la rentabilidad financiera de la empresa “México Lindo, S. de R.L.” a través de su Tasa Interna de Retorno.

1.4.- Hipótesis de la Investigación

La Tasa Interna de Retorno (TIR) de la empresa “México Lindo, S. de R.L.” es superior a la Tasa de Rendimiento Mínima Aceptable (TREMA), por lo que es un proyecto financieramente rentable.

1.5.- Justificación de la Investigación

La presente investigación se justifica debido a que:

- ❖ Generará empleos a través de la creación de una nueva empresa.
- ❖ Será un medio de información para las futuras investigaciones en las que se desea realizar un proyecto de inversión.
- ❖ Resalta la importancia de realizar un proyecto de inversión.



- ❖ Mejorará el nivel de vida de la región donde se lleve a cabo el proyecto.
- ❖ Presenta la oportunidad de iniciar un negocio como un proyecto de vida profesional.
- ❖ Será una fuente de consulta sobre la producción de limón presa.
- ❖ Me permitirá obtener el título de Licenciado en Contaduría.

1.6.- Alcances y Limitaciones de la Investigación

Alcances

La trascendencia de esta investigación radica en poder establecer de una forma correcta en el mercado la empresa para que pueda funcionar y prestar los servicios establecidos en función de sus exigencias y necesidades

Limitaciones

Al realizar esta investigación, nos encontramos que había poca información para el desarrollo de este proyecto. Así mismo, las fuentes de información no estaban actualizadas en su gran mayoría. Además al efectuar el trabajo de campo fue un poco complicado, debido a que los productores de limón a los cuales nos acercamos se negaban a dar cierta información confidencial ya que pensaban que se podía hacer mal uso de ella.



CAPÍTULO 2

DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PROYECTO

2.1.- Imagen de la Empresa

“México lindo, S. de R.L.”





Tabla 2.1.- Datos personales de la empresa “México Lindo, S. de R.L.”

Slogan:	“Calidad de Tierra Caliente Michoacán”
Domicilio:	Av. Francisco I. Madero No. 520 Col. Buenos Aires, Apatzingán, Michoacán C.P 60610 Teléfono: 044 453/104-3461
Representante legal:	Nayeli Edith Torres Tercero
Mail:	nelyett@hotmail.com
Facebook:	México Lindo
Pagina de internet:	www.mexicolindo.com.mx

Fuente.- Elaboración propia.

2.2.- Antecedentes

2.2.1.- Antecedentes Geográficos

El municipio de Apatzingán, se localiza en el sureste del Estado, en las coordenadas 19°05' de latitud norte y 102°21' de longitud oeste, a una altura de 300 metros sobre el nivel del mar. Limita al norte con Tancítaro, al este con Parácuaro y Apatzingán, al sur con Tumbiscatío y al oeste con Aguililla y Buenavista.

El nombre de Apatzingán, proviene de una palabra de origen Náhuatl y tiene dos acepciones: "Lugar de las Cañitas" y "Lugar de Comadreas" o "Donde está el Dios Apatzi", Dios de la Muerte.



El área de aplicación del Plan de Desarrollo Municipal tiene una superficie aproximada de 1,656.67 km² que es la superficie total del municipio, el cual representa el 2.81% del total estatal. La Región del Valle de Apatzingán se encuentra conformada por los municipios de Aguililla, Apatzingán, Buenavista, Churumuco, Gabriel Zamora, Múgica, Nuevo Urecho, Parácuaro y Tepalcatepec; cuentan con un total de 8,536.88 km² y representa el 14.26% de la entidad.

Extensión: Su superficie es de 1,656.67 km² y representa el 2.81% de la superficie del estado.

Orografía: Su relieve lo conforman la Sierra Madre del Sur, la depresión de Tepalcatepec y la Sierra de Acahuato con los cerros de San Miguel, San Juan, la Majada, el Cantón y la Angostura.

Hidrografía: Su hidrografía la conforman los ríos el Tesorero, la Caballada, Apatzingán y Tepalcatepec; los lagos el Chaudio, la Majada, Huarandicho y Tancitarillo; y los manantiales Apatzingán, Atimapa y las Delicias principalmente.

Clima: Su clima es tropical con lluvias en verano y seco estepario en el centro del municipio. Tiene una precipitación pluvial anual de 924 milímetros y temperaturas que oscilan de 8 a 39.8 grados centígrados.

Principales Ecosistemas: En el municipio dominan los bosques: bosque tropical espinoso, con huisache, cueramo, mezquite, frijolillo, teteche y viejito; bosque tropical deciduo, con zapote, plátano, mango, ceiba parota y tepeguaje; bosque mixto, con pinos y encinos. La fauna la conforman principalmente: ardilla voladora, armadillo, cacomixtle, comadreja, coyote, conejo de castilla, mapache, tlacuache, zorro gris, zorrillo; aves como la cerceta, chachalaca, güilota, gallina de monte, codorniz listada, pato, faisán gritón, guajolote silvestre y torcaza.



Recursos Naturales: La superficie forestal maderable es ocupada por pinos, encinos y especies de selva baja; la superficie no maderable, por arbustos de varias especies.

Características y Uso del Suelo: Los suelos del municipio datan de los periodos cenozoico y cuaternario, correspondiendo principalmente a los del tipo podzólico, de pradera, amarillo de bosque y castaño. Su uso es primordialmente agrícola y forestal y en menor proporción ganadero.

2.2.1.1.- Perfil Sociodemográfico

Grupos Étnicos: El II Censo General de Población y Vivienda indica que en 2005 habitaban 383 personas hablantes de lengua indígena; de los cuales 212 eran hombres y 171 mujeres. Las dos principales lenguas indígenas en el municipio son el purépecha y el mixteco.

Evolución Demográfica: En el Municipio de Apatzingán en 1990, la población representaba el 3.23% del total del estado. Para 1995, se tiene una población de 114,837 habitantes, su tasa de crecimiento es del 2.75% anual y la densidad de población es de 70 habitantes por kilómetro cuadrado.

El número de hombres es relativamente mayor al de mujeres. Para el año de 1994, se dieron 3,869 nacimientos y 586 defunciones.

En el año 2000 el municipio contaba con 117,940 habitantes y de acuerdo al II Censo de Población y Vivienda del 2005 el municipio cuenta con un total de 115,078 habitantes.

Religión: Predomina la religión Católica, seguida de la protestante y testigos de Jehová.



2.2.1.2.- Infraestructura Social y de Comunicaciones

Educación: Tiene infraestructura educativa para los niveles de preescolar, primaria, secundaria, preparatoria (colegio de bachilleres), técnica (CONALEP) y capacitación para el trabajo.

Salud: Cuenta con un hospital general del IMSS, 3 Centros de Salud Rural del IMSS, un hospital general del ISSSTE, un Centro de Salud Urbano y 9 clínicas o sanatorios particulares.

Abasto: Cuenta con tres mercados, tiendas de abarrotes, panaderías, tortillerías, carnicerías, farmacias, gasolineras y tiendas de ropa.

Deporte: Cuenta con una unidad deportiva que ofrece instalaciones para la práctica de cualquier deporte individual o de conjunto.

Vivienda: En el año 2005 el municipio tenía aproximadamente 25,955 viviendas.

Servicios Públicos:

Agua potable 80%

Drenaje 90%

Electrificación 70%

Pavimentación 90%

Alumbrado público 90%

Recolección de basura 80%

Mercado 100%

Rastro Si

Panteón 100%

Cloración del agua

Seguridad pública 80%



Parques y jardines 90%

Edificios públicos 90%

Vías de Comunicación: Al municipio lo comunica la carretera federal No. 14 Morelia-Pátzcuaro-Uruapan y la No. 120 Pátzcuaro-La Huacana-Apatzingán. Cuenta con ferrocarril, pista de aterrizaje, servicio de transporte urbano en la cabecera municipal, así como el servicio de combis, taxis y camiones para el transporte foráneo; también existen los servicios de correo, radio, televisión y telégrafos.

2.2.1.3.- Actividad Económica

Agricultura: destaca la actividad agrícola; sobresalen por su importancia los productos como frutas, hortalizas, granos y semillas.

Ganadería: Su mayor importancia es la existencia de ganado bovino, caprino y caballar principalmente.

Industria: Las principales industrias del municipio son las fábricas de alimentos, forrajes, aserraderos, curtidores de piel, planta industrial de limón (PIVE) y la industria INSGRIB, S.A. Cuenta con un parque industrial de 40,000 m².

Turismo: De sus atractivos turísticos, destaca la casa de la constitución, además de contar con balnearios importantes como el de Chandio, la Majada, el Morel de Río Grande, además la comunidad de Acahuato tiene su atractivo: su mística religiosa, su basílica y huertas frutales. Apatzingán cuenta con importantes hoteles de 4 estrellas.



Comercio: Apatzingán es autosuficiente en el abasto de productos básicos. Destaca la comercialización de productos como las frutas, abarrotes y hortalizas.

Servicios: En la cabecera municipal cuenta con hoteles, moteles, *bungalows*, alimentación, centros nocturnos, agencia de viajes, transporte turístico y asistencia profesional.

2.2.1.4.- Atractivos Culturales y Turísticos

Históricos: Casa de la Constitución, en donde se promulgó la primera Constitución de México en 1814 y actualmente es utilizada como museo; monumento a los constituyentes de 1814; bustos a Miguel Hidalgo, Don Benito Juárez y a José Ma. Tafolla.

Arquitectónicos: Monumento a la Cultura, monumento al Gral. Lázaro Cárdenas y Portón de Morelos, y la Casa de la Constitución.

Fiestas, Danzas y Tradiciones: 2 de febrero (fiesta de la virgen de la Candelaria en la localidad de Acahuato); 13 de mayo (fiesta de la virgen de Fátima); 18 al 25 de octubre (para conmemorar la promulgación de la Constitución de Apatzingán, donde se puede disfrutar de la feria ganadera, industrial, agrícola, artesanal, juegos pirotécnicos, jaripeos, corridas de toros, banda de música, alboradas, elección y coronación de la reina, actos cívicos y el tradicional desfile).

Música: Música de arpa, violín, guitarra y mariachi.

Artesanías: Muebles típicos, elaborados con madera y vaqueta de cuero de venado; así como talabartería.

Gastronomía: Morisqueta, caldo de iguana y tamales de elote con crema.



Centros Turísticos: La casa de la constitución, que tiene importancia histórica, balnearios como el de Chandio, la Majada y el motel Río Grande que cuenta con alberca, áreas de jardines y salón de baile.

2.2.1.5.- Principales Localidades

Apatzingán de la Constitución

Es la cabecera municipal, se encuentra situado a 220 km de la capital del estado por la carretera No. 14, Morelia-Pátzcuaro-Uruapan y la carretera No. 120 La Huacana-Apatzingán. Su principal actividad económica es la agropecuaria. Con una población de 89,834 habitantes.

Cenobio Moreno: Su principal actividad es la agrícola, seguida de la ganadería; la distancia a la cabecera municipal es 20 km. Según datos estadísticos de 1995 cuenta con una población de 2,177 habitantes.

Presa del Rosario: Su principal actividad es la agrícola, seguida de la ganadería; la distancia a la cabecera municipal es 10 km. Según datos estadísticos de 1995 cuenta con una población de 1,263 habitantes.

Chandio: Su principal actividad es la agrícola, seguida de la ganadería; la distancia a la cabecera municipal es 10 km. Según datos estadísticos de 1995 cuenta con una población de 1,018 habitantes.

San Juan de los Plátanos: Su distancia a la cabecera municipal es de 20 km. Su principal actividad es la agrícola, seguida de la ganadería. Cuenta con 1,083 habitantes.



Acahuato: Su principal actividad es la agrícola, seguida de la ganadería; la distancia a la cabecera municipal es 8 km. Según datos estadísticos de 1995 cuenta con una población de 817 habitantes.

Holanda: Su principal actividad es la agrícola, seguida de la ganadería; la distancia a la cabecera municipal es 30 km. Según datos estadísticos de 1995 cuenta con una población de 455 habitantes.

San Antonio La Labor: Su principal actividad es la agrícola, seguida de la ganadería; la distancia a la cabecera municipal es 10 km. Según datos estadísticos de 1995 cuenta con una población de 1,083 habitantes.

San José de Chila: Su principal actividad es la agrícola, seguida de la ganadería; la distancia a la cabecera municipal es 35 km. Cuenta con 548 habitantes.

2.2.2.- Antecedentes de la Empresa

La organización “México Lindo, S. de R.L.” estará integrada por 8 socios originarios del municipio de Apatzingán. Los cuales tienen la disposición de trabajar en equipo con una visión muy clara de lo que quieren lograr con su organización.

Todos son agricultores, dedicándose a la producción de mango, plátano y limón principalmente; sin embargo, en busca de tener una estabilidad económica que les permita asegurar sus gastos familiares combinan esta actividad con otras.

Tratando de buscar mejores alternativas, se encuentran en un proceso de consolidación organizativa y actualmente se encuentran en el proceso de



consolidación legal de una figura jurídica denominada “**México Lindo**”, nombre que les fue aprobado por la Secretaría de Relaciones Exteriores.

Después de varias pláticas que sostuvieron y en las que plantearon sus inquietudes y analizaron su situación actual, decidieron trabajar en busca de nuevas alternativas para la comercialización de limón, tomando la decisión de solicitar la asesoría técnica de un especialista, para que los oriente acerca de qué es lo más conveniente para ellos. Los integrantes de la organización realizan reuniones desde hace aproximadamente 4 meses, con la idea de formular soluciones que contribuyan a la mejora de su calidad de vida. Este proyecto es una de las líneas de acción identificadas.

Los principales problemas que enfrentan son la falta de financiamiento, el intermediarismo, que implica que se tengan que sacrificar en un porcentaje considerable los precios de venta, disminuyendo así sus ingresos o ganancias y la falta de infraestructura y equipamiento adecuados.

Por ese motivo se decidió formar tal organización la cual buscará ocuparse en alguna actividad productiva; los integrantes decidieron llevar a cabo el presente proyecto que consiste en acopio, selección y empaque de limón.

Dentro de la normatividad de los programas, se establece que los apoyos son prioritarios para los grupos de productores, por lo que aprovechando esa oportunidad que ofrece la SAGARPA y el gobierno del estado de Michoacán de Ocampo, deciden integrar su expediente y contribuir en la elaboración del diagnóstico de su situación actual, para finalmente llegar a la elaboración del presente proyecto.

Una vez analizadas las distintas oportunidades de emprender una actividad económica, se deciden por la distinción de la producción primaria, con selección y empaque de limón Persa.



2.3.- Misión

Rebasar las expectativas de nuestros clientes con la más alta calidad en los procesos de producción de limón Persa, para ser reconocidos en el mercado como lo indica el slogan de nuestro distintivo “Calidad de Tierra Caliente Michoacán”.

2.4.- Visión

Ser un grupo de trabajo líder en el acopio, selección y empaque de limón Persa con reconocido prestigio en la región de Apatzingán y a nivel nacional, que se encuentra en constante capacitación, a fin de promover la adopción de nuevas tecnologías entre los integrantes del grupo y ofertar al mercado productos de calidad para cumplir las exigencias de nuestros clientes potenciales, incrementando así nuestras oportunidades de venta.



2.5.- Ventajas Competitivas y Comparativas

2.5.1.- Ventajas Competitivas

Nuestra empresa tiene varias ventajas ante otras empresas las cuales nos permiten destacar en el mercado como son:

- La empresa México Lindo tiene sus propias hectáreas.
- La localización de la empresa es muy buena ya que esta a pie de carretera.
- Las instalaciones son nuevas, amplias y modernas y se cuenta con estacionamiento propio para mayor comodidad de los clientes.
- Tenemos un sistema de reparto eficiente en tiempo y forma.

2.5.2.- Ventajas Comparativas

- Nuestros precios son competitivos y a la vez mejores que los de la competencia.
- La producción es mayor y de mejor calidad; de esta forma nuestro producto siempre lo mantenemos fresco.
- El producto que ofrecemos es de mejor aspecto, sabor y mayor tamaño, lo que representa un producto de mejor calidad que el ofrecido por la competencia.



- Tenemos un proceso productivo eficiente el cual nos permite reducir costos y por consiguiente nos permite venderlo a precios más bajos.
- Contamos con un excelente servicio de atención a clientes; de esta forma podemos tomar con mayor rapidez y eficiencia los pedidos y brindar una mejor atención.
- Contamos con personal calificado para la selección de nuestros productos para que estos sean de la mejor calidad y que estén siempre frescos.

2.6.- Objetivos Generales

- Mantenerse como una figura empresarial limonera de competencia, implementando los más altos sistemas de operatividad, que responda a las exigencias de los mercados nacionales.
- Ofrecer un producto de calidad con denominación propia “Calidad de Tierra Caliente Michoacán”, seleccionando sólo aquel producto que cumpla los estándares de calidad requeridos en el país, para brindar al público consumidor la plena satisfacción de lo que consume.

2.7.- Análisis FODA de la organización “México Lindo”

Con el objetivo de definir la situación actual del grupo, se realizaron varias reuniones que permitieron formular un diagnóstico participativo, logrando con ello que los socios identificaran sus fortalezas y debilidades, así como buscar las posibles soluciones mediante el aprovechamiento de las oportunidades que hay en su entorno y tratar de minimizar las amenazas que pudieran afectar el buen desarrollo del proyecto, mismas que son mencionadas a continuación.



2.7.1 Debilidades

D1. Limitado acceso a tecnología adecuada para la selección y empaque de limón para su venta.

D2. Recursos económicos limitados. Los socios de la organización no cuentan con recursos económicos suficientes, para invertir en la construcción y equipamiento de infraestructura para la generación de valor agregado (selección y empaque).

D3. Necesidad de una consultoría integral. Desconocen las principales causas de sus problemas, por lo tanto requieren de asesoría especializada que los oriente a determinar con certeza el origen de sus problemas y además hacer un plan de mejora, en el que se determinen las estrategias, tiempos y costos para su implementación.

D4. Los socios no cuentan con infraestructura propia que les permita después de la cosecha del limón, realizar una selección, limpieza y empaque del fruto, lo que genera que se venda a granel y por lo tanto les paguen menor precio, obteniendo así una ganancia menor.



2.7.2.- Amenazas

A1. Fluctuación de precios en el mercado. Los precios de este producto están sujetos a la ley de la oferta y la demanda, la cual cambia constantemente y eso genera una inestabilidad que se ve reflejada en ocasiones en muy poca o nada de ganancia.

A2. Fenómenos naturales. Todos los productos agrícolas, tienen el riesgo de verse afectados por fenómenos naturales (heladas, granizadas, incendios, etcétera) y aunque la región en la que se localiza es de clima caluroso, no está exenta de que un fenómeno natural pueda suceder afectando hasta el 100% de los cultivos.

A3. Tardanza e inseguridad de acceder a apoyos gubernamentales o a financiamiento. Los programas de gobierno por lo general siempre son entregados con desfases de tiempo muy largos que en ocasiones afecta los presupuestos de inversión, ya que los precios de cotización a la entrega de solicitud se incrementan de un 5 hasta un 15% o más dependiendo de lo solicitado; además de que no se tiene la seguridad de acceder a ellos, aun y cuando se cumplan con todos los requisitos en tiempo y forma, por las limitantes de recursos de cada uno de los programas y la carga de solicitudes.

A4. Cambios en las políticas públicas. Los programas y reglas de operación no siempre son los mismos, se corre el riesgo de que las prioridades gubernamentales cambien de un día a otro y los proyectos aun y cuando en el momento de la gestión sean viables y elegibles, en el tiempo de gestión haya prioridades gubernamentales, que los dejen fuera de la jugada o más bien los haga no elegibles por el momento.



2.7.3.- Fortalezas

F1. En la medida de sus posibilidades, los integrantes de la organización de trabajo gestionan el conocimiento productivo y comercial; es decir, cuentan con el *know-how* necesario para desempeñarse en el sistema de producción, a reserva de que necesiten cuestiones particulares de asesoramiento y capacitación técnica.

F2. Dado que la presente organización se encuentra en plena etapa de consolidación, se reconoce la disposición de capital humano y por tanto de disponibilidad de mano de obra. Además de que desde hace aproximadamente 4 meses, los socios sostienen reuniones de trabajo para ir realizando sus aportaciones de capital y tomar decisiones.

F3. Tienen sus huertas propias y ya produciendo, además de que en el municipio se produce limón y hay a quienes comprarles la producción e inclusive invitar a que se sumen al proyecto.



2.7.4.- Oportunidades

O1. Acceso a subsidios y créditos gubernamentales e inclusive de entidades financieras, ya que son una organización legalmente constituida, tienen más posibilidades de ser beneficiarios de un crédito o de un subsidio.

O2. Acceso al mercado potencial, El municipio de Apatzingán se caracteriza por ser productor de limón y ya hay líneas de comercialización definidas, por lo que una vez que se mejore la presentación o calidad de la fruta para su venta (empaquete) se puede obtener acceso a esos nichos.

O3. Mediante apoyos gubernamentales (capacitación y asesoría), se tiene la oportunidad de una mejora en tecnología y una mejora en la consolidación organizativa.

O4. Tecnología adecuada. En el mercado existen proveedores de equipo agrícola y de infraestructura para la selección y empaque.



2.7.5 Matriz Foda

Cuadro 2.1.- Resumen de factores internos y externos la organización
“México Lindo, S. de R.L.”

DIAGNOSTICO INTERNO	DIAGNOSTICO EXTERNO
DEBILIDADES D1. Limitado acceso a tecnología adecuada. D2. Recursos económicos limitados. D3. Necesidad de una consultoría integral. D4. Falta de infraestructura y equipo inadecuado. A4. Cambios en la política pública. FORTALEZAS F1. Gestión del conocimiento productivo y Comercial (Know-how). F2. Disposición de capital humano. F3. Huertas propias en producción.	AMENAZAS A1. Fluctuación de precios en el mercado A2. Fenómenos naturales A3. La tardanza e inseguridad de acceder a apoyos gubernamentales. OPORTUNIDADES O1. Acceso a subsidios y créditos. O2. Acceso a mercado potencial O3. Capacitación y asesoría. O4. Acceso a tecnología.

Fuente.- Elaboración propia.

2.7.6.- Plan o Acciones Estratégicas

A continuación se presenta el análisis para priorizar las acciones estratégicas que la empresa “México Lindo, S. de R.L.” deberá de implementar.



Cuadro 2.2.- Matriz FODA. Priorización de acciones estratégicas de la organización “México Lindo, S. de R.L.”

		FACTORES INTERNOS								
FACTORES EXTERNOS	Escenario		Debilidades					Fortalezas		
			D1	D2	D3	D4	D5	F1	F2	F3
	Amenazas	A1	E1	E2	E3	NA	E4	E3	E3	E3
		A2	E2	E2	E2	E3	E2	E2	E2	E3
		A3	E3	E3	E3	E3	NA	E3	NA	NA
		A4	E2	E2	NA	NA	NA	NA	NA	NA
		A5	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA
	Oportunidades	O1	E3	E3	E3	E3	E4	E1	E3	E3
		O2	E3	E3	E3	E3	E1	E2	E2	E3
		O3	E3	NA	NA	NA	NA	E2	E3	E3

Fuente.- Elaboracion propia.

Derivado del análisis anterior, a continuación se presentan las acciones estratégicas más pertinentes, en base a las características de la empresa “México Lindo”.

E1 = 4 = 6.25 %, E2 = 10 = 15.63 %; E3 = 26 = 40.63 %, E4 = 2 = 3.13 %.



2.7.7.- Acciones Estratégicas

E1. Promover el acceso a capacitación y asistencia técnica en tecnologías blandas o del conocimiento (generación de valor agregado), tomando como base la actual gestión del conocimiento productivo y comercial (*know-how*) en los actores de la empresa “México Lindo”, en el marco de los diversos programas gubernamentales.

E2. Tomando como base el acceso a los mercados potenciales, es indispensable diversificar la producción y generar valor agregado, vinculándose directamente con el consumidor final.

E3. Fortalecer el desarrollo de capacidades locales mediante el impulso a la formulación de propuestas de proyectos integrales que contribuyan a la mejora de la posición competitiva de los involucrados en la organización.

E4. Indudablemente que para competir globalmente en el escenario local se requiere algo más que el desarrollo de capacidades; por ello, siempre y cuando la organización se encuentre consolidada (figura jurídica y cuente con una vocación productiva), habría que iniciar con la formulación de propuestas que incrementen la infraestructura productiva y el equipo, mediante proyectos de inversión en el marco de los diversos programas de gobierno.

Luego de plantear dichas estrategias los socios se comprometieron a que de manera gradual, implementarían cada una de las acciones estratégicas enlistadas, con el firme propósito de ir logrando sus metas.



CAPÍTULO 3

ESTUDIO DE MERCADO

3.1.- Definir los Objetivos del Área

Corto plazo

- Dar valor agregado al sistema producto, mediante la selección y empaque de limón persa, para el mercado regional y nacional.
- Ofrecer un producto de calidad con denominación propia “Calidad de Tierra Caliente Michoacán”, seleccionando sólo aquel producto que cumpla los estándares de calidad requeridos, para brindar al público consumidor la plena satisfacción de lo que consume.
- Realizar campañas de publicidad en los tiempos que se consideren más pertinentes y efectuar la medición de la efectividad de las mismas.
- Hacer una planeación de ventas sobre una base de investigación de mercado y análisis de la fuerza de la competencia.

Mediano plazo

- Investigar constantemente, en forma técnica que piensan los clientes respecto a nuestra empresa y sobre el producto vendido, mediante entrevistas y de esa manera tomar medidas e ir mejorando constantemente en el servicio.
- Tener la completa aceptación de nuestro producto en el mercado.



Largo plazo

- Ir aumentando las ventas cada año.
- Posicionarnos como una marca reconocida en el mercado regional, estatal y federal y de esa manera poder realizar una ampliación de cadenas ofreciendo cada día mejor calidad y una excelente calidez.

3.2.- Fuentes de Información

3.2.1.- Fuentes Secundarias

Páginas web, estadísticas, revistas, informes comerciales, son las fuentes que se utilizaron para la realización de este proyecto para observar el comportamiento de los mercados en cuanto a producción y precios, tanto nacionales como locales referente a la actividad comercial del Limón Persa las cuales nos permitieron tener una idea más clara y concreta sobre el trabajo que se debe de realizar.

3.2.2.- Fuentes Primarias

Para obtener mayor información sobre este proyecto tuvimos que recurrir a estas fuentes después de haber analizado con detalle las fuentes secundarias y de esa forma poder tomar una decisión y para poder evaluar el fin que tiene este proyecto.



Las técnicas que se utilizaron para recoger la información primaria son:

- Entrevistas: telefónicas y personales.
- Métodos de observación: Puntos de venta, publicidad exterior y de comportamientos.
- Entrevistas con funcionarios de gobierno.
- Reuniones con los socios de la empresa.

3.3.- Análisis del Producto

3.3.1.- Descripción General del Producto

3.3.1.1.- Antecedentes del Limón

Es un fruto originario del sureste de Asia. Antecedentes registrados en la historia nos permiten saber que en el siglo III, las invasiones bárbaras destruyeron todas las plantaciones de limones haciéndolo desaparecer de Europa. Recién diez siglos después reaparecen con los árabes que lo volvieron a plantar en España. El limón así como muchos otros alimentos, llegaron a América por los mismos conquistadores. Éstos no realizaban ninguna de sus travesías sin tenerlo entre sus provisiones pues, ya eran conocidas sus propiedades para prevenir y combatir el escorbuto (enfermedad que se origina por falta de vitamina C).

Imagen 3.1.- Foto del Limón Persa



Fuente.- Enciclopedia Agropecuaria.

3.3.1.2 Definición del Limón

Citrus x limón, el limonero, es un pequeño árbol frutal perenne que puede alcanzar más de 4m de altura. Su fruto es el limón, una fruta comestible de sabor ácido y extremadamente fragante que se usa en la alimentación. El limonero posee una madera con corteza lisa y madera dura y amarillenta muy apreciada para trabajos de ebanistería. Botánicamente, es una especie híbrida entre *C. medica* (cidro o limón francés) y *C. aurantium* (naranja amarga).

Imagen 3.2.- Planta de Limón

Fuente.- Enciclopedia Agropecuaria.

A continuación, se resume la clasificación científica del limón:

Tabla 3.1.- Clasificación científica del limón

Reino	Plantae
División	Magnoliophyta
Clase	Magnoliopsida
Subclase	Rosidae
Orden	Sapindales
Familia	Rutaceae
Subfamilia	Citroideae
Tribu	Citreae
Género	Citrus
Especie	C. x limón
Nombre binomial	Citrus × limón

Fuente.- Enciclopedia Agropecuaria.



3.3.1.3.- Características del limón

Si bien es un fruto de sabor ácido son tantas sus propiedades que este pequeño defecto, se transforma en una virtud luego de conocer las ventajas nutritivas y curativas que nos otorga. El limón ocupa el primer lugar entre los frutos curativos, preventivos y de aporte vitamínico, transformándolo en un gran eliminador de toxinas y un poderoso bactericida. Posee vitamina C en abundancia que refuerza las defensas del organismo para evitar enfermedades, sobre todo de las vías respiratorias que van desde un simple catarro, ronquera, amigdalitis, hasta pulmonías, bronquitis, congestiones, gripe, pleuresías, asma, etcétera.

La vitamina C o ácido ascórbico posee gran poder desinfectante y tiene además una acción antitóxica frente a los venenos microbianos y medicamentosos. Junto a la vitamina C se encuentra la vitamina P que ayuda a tonificar los capilares y vasos sanguíneos.

El limón es muy rico en minerales entre los que destacan potasio, magnesio, calcio y fósforo (contiene también sodio, hierro y flúor). El potasio, por ejemplo, es un elemento esencial para la vida y beneficioso para el tratamiento de la hipertensión arterial. Cuenta con algunas vitaminas del complejo B (B1, B2, B3, B5, B6, PP). La vitamina B1 (tiamina) previene y cura la enfermedad del beriberi cuyos síntomas son parálisis, edema e insuficiencia cardíaca. Interviene además en el metabolismo de los hidratos de carbono. La vitamina PP (niacina) previene contra la piel áspera, pelagra. Enfermedad que se manifiesta por la inflamación de la piel, mala digestión y alteraciones mentales.

Esta vitamina es muy necesaria para conservar la salud de la piel, el aparato digestivo y el sistema nervioso. Es un fruto que podríamos definir como medicinal por excelencia ya que actúa como curativo en más de 150 enfermedades.



3.3.1.4.- Valor Calórico

Tienen muy bajas calorías (30 por cada 100 gramos). También es necesario saber que cuando se consume embotellado o enlatado mantiene la vitamina C, la vitamina P y el potasio, no así los bioflavonoides que están presentes en la cáscara y el hollejo. Los jugos concentrados tienen cuatro veces más calorías y nutrientes. Las bebidas gaseosas con sabor a limón, se preparan, generalmente con agua, azúcar y saborizantes artificiales.

Tabla 3.2.- Composición alimentaria del limón

	Sin piel	Con piel
Agua	88.90 gr	87.35 gr
Calorías	29 kcal	20 kcal
Lípidos	0.3 gr	0.31 gr
Carbohidratos	9.32 gr	10.07 gr
Fibra	2.8 gr	4.7 gr
Potasio	132 mg	144 mg
Calcio	26 mg	62 mg
Fosforo	16mg	15 mg
Magnesio	8 mg	12 mg
Vitamina C	53 mg	77 mg
Acido pantoteico	0.192 mg	0.234 mg
Vitamina B-6	0.80 mg	0.109 mg
Ácido fólico	11 mcg	

Fuente.- Enciclopedia Agropecuaria.



3.3.2 Descripción Detallada del Producto

3.3.2.1.- Limón Persa

- **Nombre común:** Limón Persa.
- **Nombre científico:** *Citrus latifolia* Tan.
- **Características:** Árbol perennifolio (conservan todo el follaje o parte de él durante todo el año) de la familia de la rutáceas (plantas de mediano tamaño con flores, en su mayor parte arbustos y árboles). Hojas dentadas, lanceoladas o elípticas, acabadas en punta. Flores con pétalos blancos interiormente y con los extremos rosados. El fruto es un hesperidio (fruto carnoso de corteza gruesa, dividido en varias celdas por telillas membranosas) de hasta 12.5 cm, de un amarillo fuerte cuando está bien maduro. Cultivado por sus frutos y como árbol de jardín en zonas cálidas mediterráneas junto al mar, conocido en otros países como lima persa o Tahití.
- **Descripción:** El fruto es ligeramente oval de 5 a 7 cm de largo y de 4 a 6 cm de diámetro, es de color verde a verde oscuro a la madurez y cambia a amarillo cuando esta sobre maduro; su peso es de 50 a 100 gr. Se utiliza en el mercado fresco y procesado. El árbol es moderadamente vigoroso de mediano a alto de 4.5-6 metros. La cáscara es fina y la pulpa no contiene semillas.

La importancia del Limón persa radica en su valor nutricional, medicinal y en la cantidad de valiosos productos y subproductos que se obtienen en el proceso de industrialización. Este cultivo presenta muchas oportunidades de mercado tanto en el ámbito nacional como internacional; especialmente en mercados de Estados Unidos, Europa y Japón. Una de las ventajas principales para la mejor comercialización se presenta entre diciembre y



marzo, ya que en esta época, es la estación de invierno en el exterior y los precios son altamente atractivos, además de coincidir con una baja en el mercado nacional.

➤ **Portainjertos:** Los portainjertos o patrones son uno de los factores de éxito dentro de la industria citrícola en el mundo. Su uso según expertos tiene tres propósitos generales los cuales son:

- ❖ Reducir el periodo juvenil o periodo improductivo del árbol mediante la injertación de yemas maduras provenientes de árboles en producción.
- ❖ Tolerar condiciones adversas del suelo, clima y agentes patogénicos, para ampliar el área citrícola hacia regiones donde los cítricos normalmente no se desarrollan adecuadamente.
- ❖ Mejorar el comportamiento frutícola del árbol.
 - Patrones bien adaptados. Son aquellos que producen altos rendimientos y fruta de buena calidad la mayoría de las condiciones de sitio. En los cuales destacan: limón macrofolia o Alemow *Citrus macrophylla* ester, Naranja agrio o “Cucho” *Citrus aurantium* L, Limón Volkameriana Pasq.
 - Patrones con comportamiento variable. Son aquellos cuyo éxito ha sido variable, dependiendo de las condiciones ambientales. De los cuales encontramos: Citrange carrizo y troyer *Citrus sinensis* x *poncirus trifoliata* (L) Raf, Citrumelo *Citrus paradisi* Maca, Lima Rangpur *Citrus limonia* Osbeck, Limón Rugoso *Citrus janbhiri* Luz.
 - Patrones pobremente adaptados. Los cuales son: Mandarino Cleopatra *Citrus reshni* hort. Ex Tan, Naranja trifoliado *poncirus trifoliata* (L.) Raf.



- **Propiedades:** Se le han venido atribuyendo notables propiedades curativas: beneficioso para la circulación (reducción presión arterial) ayuda a la digestión, blanqueador, astringente, y por su alto contenido en vitamina C ayuda prevenir resfriados y a fortalecer nuestro sistema inmunológico. Los principales componentes son:

- ❖ Vitaminas: muy rico en C; en menor cantidad: A, E, y grupo B.
- ❖ Minerales: altas dosis de potasio, magnesio, calcio y fósforo, y también de cobre, zinc, hierro y manganeso.
- ❖ Flavonoides: hesperidósido, limocitrina en el pericarpio de los limones españoles.
- ❖ Ácidos: Ascórbico (Vitamina C), cítrico; caféico (fruto).
- ❖ Aceite esencial : rico en isopulegol, alfa bergamoteno, alfa pineno, alfa terpineno, alfa tujeno, beta bisolobeno, beta bergamoteno, beta felandreno, citral, limoneno y sabineno, (en el fruto, fundamentalmente de los limones de California).
- ❖ Cafeína (hojas).
- ❖ Pectina.

- **Clima:** Se desarrolla en áreas tropicales y subtropicales, requiriendo de las condiciones climáticas siguientes:

- ❖ Temperatura. Ésta es muy importante en el crecimiento de los árboles de limón persa. Este cultivo es muy sensible a las bajas temperaturas. Las temperaturas deben oscilar en una media del 28°C.

- ❖ Precipitación pluvial. Es necesario que durante la etapa de



crecimiento del fruto exista un adecuado suministro de agua. El riego será necesario si no se producen suficientes precipitaciones. Es preferible plantar el cultivo en lugares donde la precipitación pluvial sea de 400 a 1,200 mm anuales.

- ❖ Vientos. Los vientos moderados favorecen el desarrollo del fruto, pero fuertes vientos causan problemas como quebraduras de ramas, mala formación de los árboles, caída de las hojas y flores, así como daño mecánico de los frutos. En zonas donde el viento es muy fuerte deben sembrarse árboles como cortinas rompevientos.
- ❖ Luz. La luz solar es imprescindible para el desarrollo de los árboles frutales, por lo que se recomienda plantarlos en áreas donde reciban la mayor cantidad de luz posible, por lo que debe evitarse la siembra en laderas orientadas hacia el oeste o hacia el norte. La luz es necesaria ya que determina en gran parte la calidad de la fruta, especialmente sabor y color.
- ❖ Altitud. Alturas que varíen de 50 a 1,500 m; este es un factor que interviene directamente en la apariencia física del fruto: a mayor altitud la consistencia es rugosa y la coloración verde intensa, mientras que a menor altitud la consistencia es lisa y la coloración menos intensa (verde claro).
- ❖ Humedad relativa. La elevada humedad del ambiente le es favorable, en cambio sufre cuando esa humedad relativa es marcadamente baja.
- ❖ Suelos. El limón persa se desarrolla comercialmente en un amplio rango de suelos; pero crece mejor en suelos profundos y bien drenados, con alto contenido de materia orgánica (3 a 6%), acepta muy bien las texturas arenosas, pero hay que evitar sembrar en

suelos arcillosos.

- ❖ Características químicas. Los suelos para este cultivo deben tener buena capacidad de cambio catiónico, de manera que puedan suplir a este cultivo los elementos químicos necesarios para su buen desarrollo. El PH requerido varía de 5.6 a 6.8.
- ❖ Características físicas. Los suelos para la producción de limón persa deben ser profundos (60 cm o más de profundidad efectiva), con un buen drenaje. Debe proveerse de riego auxiliar en verano para garantizar una buena cosecha.

Imagen 3.3.- Árbol del limón persa



Fuente.- Enciclopedia Agropecuaria.



3.3.2.2.- Producto Comercializado por la Empresa “México Lindo”

El producto que se comercializara será el Limón Persa, el cual estará disponible en diferentes tamaños, color y en diferentes empaques, los tamaños que ofreceremos son de los calibres, 1, 2, 3, 4, 5.

De acuerdo al empaque, nosotros seleccionaremos el tamaño y el tipo de calibre del limón respectivamente.

La empresa “México Lindo” cuenta con las especificaciones para realizar la diferenciación del limón persa por el tipo de uso que se requiera (humano e industrial), calidades por calibre, entre otras.

Tabla 3.3.- Tipos de empaques utilizados por su calidad

Calidad (diámetro)	Empaque o presentación
1,2,3,4,5	Arpilla de plástico
3,4,5	Caja de madera
3,4,5	Caja de plástico

Fuente.- Enciclopedia Agropecuaria.

Para la empresa “México Lindo” es de suma importancia brindarles un excelente servicio a sus clientes y darles todas las facilidades para realizar la compra de nuestro producto Limón Persa, por consiguientes los días y los horarios de venta que se manejaran serán los siguientes:

De lunes a sábado de 9:00 de la mañana a 6:00 de la tarde; estos horarios son los mismos que se manejaran vía telefónica.



3.3.3.- Marca del Producto

La marca que utilizaremos para la comercialización de nuestro producto y con la cual nos sentimos identificados para lanzarlo al mercado será **“México Lindo”**.

Se decidió por el nombre de **“México Lindo”** ya que los socios de la empresa buscaban un emblema con el cual se les identificara ya que no solo se encuentran en una de las regiones con mayor producción del limón sino se encuentran en uno de los países con mayor producción de limón y con ese nombre quieren ser reconocidos no sólo a nivel nacional sino también internacionalmente y de esa manera poder llegar a convertirse en una gran empresa con gran aceptación en los mercados tanto por su producto como por el nombre de la empresa.

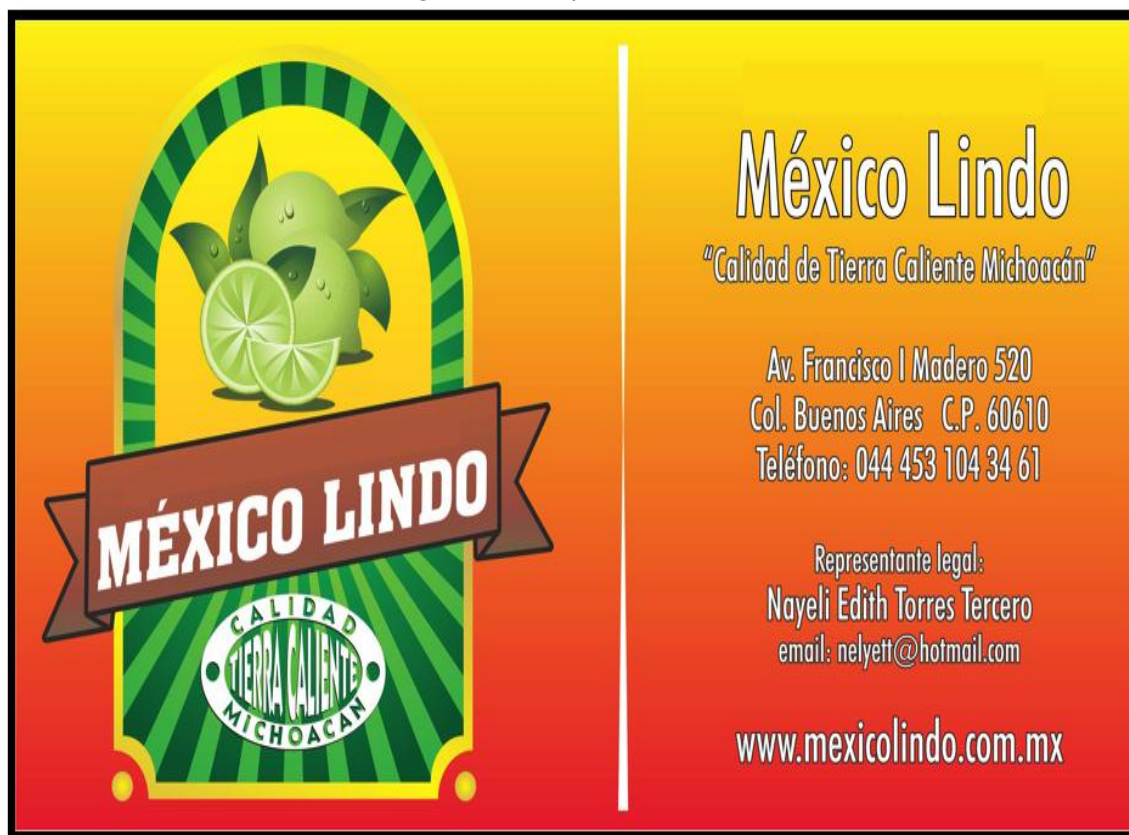
3.3.4.- Etiqueta del Producto

El diseño de la etiqueta que se va a utilizar para vender nuestro producto fue escogido muy cuidadosamente por los integrantes de la empresa ya que es muy importante que la imagen mostrada fuera llamativa para nuestros clientes y a su vez también se identifique con la idea y el propósito de la empresa **“México Lindo”**.

Los colores que se escogieron para la etiqueta son los que son mostrados en el escudo del municipio de **“Apatzingán de la Constitución”** que es de donde son originarios los socios y donde se va a localizar la empresa, el eslogan se buscó muy cuidadosamente tratando de que llamara la atención y se identificara fácilmente el producto, los limones de la imagen se colocaron ya que ese será el producto que se va a comercializar, la cinta que contiene el nombre de la empresa junto con las letras se escogió que fuera inclinada con el fin de buscar que diera

más vista, es decir, que luciera mas el diseño y de esa manera llamara mas la atención al ojo de nuestros clientes, el objetivo del diseño en su totalidad es que el cliente nos identifique con mayor facilidad a simple vista.

Imagen 3.4.- Etiqueta del Producto



Fuente.- Elaboración propia.

3.3.4.- Empaque o Presentación del Producto

Respecto al empaque de limón, se tiene que uno de los insumos importantes es el embalaje mismo. Y precisamente la mejora en éste, representa una gran meta para el desarrollo del mercado y prevención de pérdidas post cosecha.

Así pues, y considerando el relativo bajo valor de los productos del campo al momento de comercializarlos como “*commodity*”, la presentación será en:

Tabla 3.4.- Tipos de empaques utilizados por la empresa “México Lindo”

	Presentación	Descripción	Imagen
	Arpilla de Plástico	18 kg y de 20 kg	
LIMÓN PERSA	Caja de Madera	15 kg y de 20 kg	
	Caja de Plástico	15 kg y de 20 kg	

Fuente.- Elaboración propia.



Al respecto hay que mencionar que en muchos de los casos son los mismos compradores del limón, quienes determinan el tipo de empaque, en función del nicho de mercado al cual se dirige el producto y la calidad del mismo. Con relación a la cera de candelilla empleada para reducir las tasas de respiración de los frutos, son provistas sin mayor problema por toda la industria auxiliar y relacionada establecida en el Valle.

3.3.5.- Estrategia de Servicio Posterior a la Venta

Para la empresa “ México Lindo” es sumamente importante la satisfacción de las necesidades y expectativas de nuestros clientes después del consumo de nuestro producto “Limón Persa”; por tal motivo, se le da un seguimiento a cada cliente potencial para de esta manera saber qué piensan de la calidad del mismo y de acuerdo a su percepción buscamos la mejora continua de la empresa, de esa manera se busca mejorar aún más la imagen de la empresa y de nuestro producto, aumentar los niveles de ventas y a la vez el número de clientes.

Algunas estrategias que manejaremos son:

- Mantener comunicación constante con el cliente.
- Manejo de quejas y sugerencias.
- Reposiciones en el caso de daños en el producto durante el envío.
- Promociones y descuentos.
- Información de pedidos y costos.
- Tener un registro de los clientes potenciales.



3.4.- Análisis del Precio

Aunado a este problema de reducción en los precios del limón pagados al productor, se tiene la elevada variabilidad en los mismos precios mensuales. El precio se fijara de acuerdo al mercado y a los costos de producción.

3.4.1.- Factores Internos que Afectan la Determinación del Precio

- Sobreproducción de Limón Persa.
- Escases en la producción del Limón Persa.
- Costos de diseño del producto, distribución y promociones.
- Objetivos de mercadotecnia: aquí se tienen que tener muy claro el tipo de mercado al cual se quiere dirigir la empresa “México lindo”, es decir, cual será nuestro objetivo primordial para de esa manera poder elevar las utilidades y aumentar la participación en el mercado.

3.4.2.- Factores Externos que Afectan la Determinación del Precio

- El mercado y la demanda: no se podrá vender a un precio por arriba de lo establecido en el mercado o por los competidores ya que si lo hacemos no tendría demanda nuestro producto.
- Intermediarios: ya que ayudan al flujo del producto y debido a que existen mayoristas y minoristas, el precio puede afectar en una disminución del valor real.
- Desastres naturales que afecten la cosecha del limón.



- Costos, precios y ofertas de la competencia.
- Condiciones económicas: va enfocada más a la situación actual de la economía en la sociedad, ya que se debe de fijar un precio justo para que no nos afecte en las utilidades o venta por ser muy caro para el consumidor.

3.4.3.- Fijación del Precio del Producto

Tabla 3.5.- Fijación del Precio del Producto

Producto	Presentación	Tamaño	Precio
LIMÓN PERSA	Arpilla de Plástico	18 kg	\$ 225.00
		20 kg	\$ 250.00
	Caja de Madera	15 kg	\$ 385.00
		20 kg	\$ 510.00
	Caja de Plástico	15 kg	\$ 385.00
		20 kg	\$ 510.00

Fuente.- Elaboración propia.



3.4.4.- Estrategias y Políticas de Ajuste de Precio

Nuestra principal estrategia será vender a un bajo costo pero a grandes cantidades compensando de esta manera el comercio. La fijación de precios de descuento será enfocada en "recompensar" a los clientes por su preferencia hacia nuestros productos, algunas acciones que se tomaran son, pagar anticipadamente el producto, comprar por cantidades o fuera de temporada.

- Ventas a crédito: se les darán créditos a aquellos clientes que nosotros consideremos potenciales, por la cantidad y la frecuencia de compra se les dará facilidades de pago.
- Descuentos en efectivo: Se les hará una reducción del precio para los compradores potenciales que paguen el producto dentro de una cierta fecha.
- Descuentos por cantidad: A nuestros clientes les haremos una reducción del precio, pero solo a aquellos que adquieran el producto en grandes cantidades y con mayor frecuencia.
- Descuento por temporada: Se ofrecerá reducción del precio para los compradores que adquieran productos fueran de temporada, pero sólo a aquellos que compren con más periodicidad y en grandes cantidades.



3.5.- Análisis de la Demanda

3.5.1.- Descripción del Perfil del Cliente Ideal

En base a la segmentación de los mercados para la Empresa “México Lindo” nos gustaría que las ventas fueran en grandes cantidades tanto en mercados nacionales como internacionales como son:

- **Venta directa a la industria refresquera.** La industria local de aceite destilado vende este producto en planta o en frontera a grandes empresas internacionales, las cuales a la vez lo venden a la industria refresquera en los Estados Unidos u otros países. La venta directa a la industria puede ser factible también en la época de mayor producción del limón fresco, época en que también se tiene la mayor producción de aceite destilado.
- **Venta directa a las Tiendas de Autoservicio (ANTAD).** Una negociación con la ANTAD (Asociación Nacional de Tiendas De Autoservicio y Departamentales) para abastecer a las diferentes cadenas comerciales de limón fresco en los meses de elevada producción (4-6 meses) propiciaría que los precios no disminuyeran sensiblemente en esos meses. La negociación podría establecer un precio fijo igual al registrado por el mercado en los meses de Abril-Mayo, a aplicarse en los meses de Junio a Septiembre.
- **Exportación de limón fresco a los Estados Unidos.** La exportación actual de limón Persa es marginal o nula, no obstante que existe un amplio nicho de mercado en la comunidad mexicana de los Estados Unidos, particularmente en los estados fronterizos de California, Nuevo México, Arizona y Texas, y otros estados del norte con alta población de origen mexicano tal como Illinois. Esta exportación debe realizarse en los meses de alta producción, a fin de consolidar contratos de amplios volúmenes con



calidades específicas. Debe buscarse establecer contratos directos en los Mercados Terminales de las principales ciudades de los estados mencionados, a fin de alcanzar mejores precios.

3.5.2.- Identificación de la Demanda Actual

En términos generales, el comercio del limón Persa en El Valle de Apatzingán, Michoacán se lleva a cabo primordialmente en el mercado local, regional y nacional, no obstante, también figuran entre los socios solicitantes del proyecto, agroempresarios con experiencia en la exportación del fruto (mercado internacional) en donde, la calidad post cosecha es de suma importancia, ya que el consumidor demanda limón con flavedo verde, sobre todo si tomamos en cuenta que se llegará al mercado final en 10 o 15 días.

3.5.3.- Identificación de los Clientes Potenciales

Para la empresa “México Lindo” los clientes potenciales son los que compran el producto en grandes cantidades y con más frecuencia, ya sea en cajas de plástico o cajas de madera:

- **Principales Centrales de Abastos:** el cual es el principal destino del limón fresco de Michoacán.
 - 1.- Morelia.
 - 2.- Puebla.
 - 3.- Guadalajara.
 - 4.- Monterrey.

- **Mercado institucional:** que incluye los restaurantes, bares, hospitales, marisquerías, taquerías, comedores, internados y otros.



- **Industrias de cítricos:** La venta directa a la industria ya que compran buena parte de la producción del limón fresco.

3.5.4.- Proyección de la Demanda Futura

Tabla 3.6.- Proyección de la demanda de Limón Persa del Año 1 (2013)

Empaque	Presentación	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total de empaque	Total en toneladas
Arpilla de plástico	20 kg	550	550	600	800	950	900	900	900	900	650	550	550	8,800	176,000
	18 kg	550	550	600	715	850	800	850	800	750	650	500	500	8,115	146,070
Caja de madera	20 kg	550	550	600	849	800	850	750	650	800	600	550	550	8,099	161,980
	15 kg	550	550	600	750	850	900	700	650	700	600	500	500	7,850	117,750
Caja de plástico	20 kg	550	550	600	800	900	850	850	800	750	700	550	552	8,452	169,040
	15 kg	550	550	600	750	850	800	750	744	700	600	500	550	7,944	119,160
Total														49,260	890,000

Fuente.- Elaboración propia con base en el método de pronósticos de fuerza de ventas

Tabla 3.7.- Proyección de la demanda de Limón Persa del Año 2 (2014)

Empaque	Presentación	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total de empaque	Total en toneladas
Arpilla de plástico	20 kg	550	600	800	850	950	950	900	900	900	850	550	550	9,350	187,000
	18 kg	500	500	700	800	900	850	850	850	800	650	500	500	8,400	151,200
Caja de madera	20 kg	550	550	650	850	850	850	850	800	851	650	550	550	8,551	171,020
	15 kg	550	600	750	750	800	850	900	750	802	700	500	500	8,452	126,780
Caja de plástico	20 kg	550	550	650	750	850	850	850	850	750	650	550	550	8,400	168,000
	15 kg	550	500	700	800	800	850	900	800	800	700	500	500	8,400	126,000
Total														51,553	930,000

Fuente.- Elaboración propia con base en el método de pronósticos de fuerza de ventas.

Tabla 3.8.- Proyección de la demanda de Limón Persa del Año 3 (2015)



Empaque	Presentación	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total de empaque	Total en toneladas
Arpilla de plástico	20 kg	600	600	800	900	950	950	950	950	950	700	550	550	9,450	189,000
	18 kg	500	550	750	800	950	950	900	900	801	650	500	500	8,751	157,518
Caja de madera	20 kg	550	650	700	850	950	900	900	900	861	650	550	550	9,011	180,220
	15 kg	650	550	650	800	900	950	950	950	851	700	500	500	8,951	134,265
Caja de plástico	20 kg	500	600	700	850	900	900	900	900	850	650	550	550	8,850	177,000
	15 kg	600	650	800	850	950	900	950	900	850	700	550	500	9,200	138,000
Total														54,213	976,003

Fuente.- Elaboración propia con base en el método de pronósticos de fuerza de ventas.

Tabla 3.9.- Proyección de la demanda de Limón Persa del Año 4 (2016)

Empaque	Presentación	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total de empaque	Total en toneladas
Arpilla de plástico	20 kg	600	600	850	900	950	950	950	950	950	700	500	550	12,000	240,000
	18 kg	500	550	800	850	900	950	950	909	751	650	500	500	8,810	158,580
Caja de madera	20 kg	550	650	850	850	900	900	900	900	800	650	550	550	9,050	181,000
	15 kg	650	550	800	800	950	950	950	970	750	700	500	500	9,070	136,050
Caja de plástico	20 kg	500	600	750	900	900	900	874	900	750	650	550	550	8,824	176,480
	15 kg	560	650	800	900	950	900	950	900	700	700	550	500	9,060	135,900
Total														56,814	1,028,010

Fuente.- Elaboración propia con base en el método de pronósticos de fuerza de ventas.

Tabla 3.10.- Proyección de la demanda de Limón Persa del Año 5 (2017)

Empaque	Presentación	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total de empaque	Total en toneladas
Arpilla de plástico	20 kg	650	600	900	950	1100	1100	1100	1038	1000	950	850	650	10,888	217,760
	18 kg	500	550	800	900	950	950	950	1000	950	900	700	600	9,750	175,500
Caja de madera	20 kg	550	650	850	950	1000	1000	950	950	1000	900	650	550	10,000	200,000
	15 kg	650	550	750	900	950	1000	1000	1000	900	950	600	550	9,800	147,000
Caja de plástico	20 kg	500	600	850	950	1000	950	1000	1000	950	900	650	600	9,950	199,000
	15 kg	600	650	800	900	950	900	950	1000	950	900	700	550	9,850	147,750
Total														60,238	1,087,010

Fuente.- Elaboración propia con base en el método de pronósticos de fuerza de ventas.



3.6.- Análisis de la Oferta

3.6.1.- Identificación de la Competencia Actual

En el valle de Apatzingán se cuenta con 14 empacadoras las cuales son consideradas como la competencia más directa actualmente para la empresa “México Lindo” en forma general se consideran de esa manera ya que cada uno de ellos se encuentra bien establecido en el mercado regional y se encuentran ubicadas dentro del mismo municipio que nosotros y eso hace que los consumidores los tengan más identificados y por consiguiente tienen acaparado el mercado y nos resultará más difícil poder entrar a él para lograr la confianza del consumidor hacia nuestro producto.

Tabla 3.11.- Relación de la competencia actual de “México Lindo” en el valle de Apatzingán

NOMBRE	RAZÓN SOCIAL	DOMICILIO	NO.
GILBERTO BARAJAS ROJAS	PARTICULAR	JOSE MA LAFRAGUA 5 BUENOS AIRES TEL:(453)534-6906	1
HUGO VACA	PARTICULAR	AVE 5 DE MAYO 713 MORELOS TEL:(453)534-1365	2
LIMONES BORUCAS	PARTICULAR	AVE LAZARO CARDENAS 940 LA MAGDALENA TEL:(453)534-1221	3
MARTEL BUENROSTRO	PARTICULAR	CLL JOSE MA MORELOS 3201 MORELOS TEL:(453)537-4920	4
ALBERTO CASTAÑEDA	PARTICULAR	CLL LORETO Y GUADALUPE 451 MORELOS TEL:(453)534-5435	5
NOMBRE	RAZÓN		



	SOCIAL	DOMICILIO	NO.
EMPAQUE ROMERO	PARTICULAR	CLLE ALBERTO TERRONES BENITEZ 60 BABILONIA TEL:(453)534-1457	6
JOEL SANCHEZ (LIMOMICH)	SPR DE RL	CLL CENOBIO MORENO 703 JOSEFA ORTIZ DE DOMINGUEZ TEL:(453)572-2974	7
EJIDO APATZINGAN	SPR DE RL	PRL REMIGIO DE YARZA 234 NUEVA TEL:(453)534-0261	8
LIMONEROS ASOCIADOS	SPR DE RL	POSTAL 101 APATZINGAN MICH TEL:(453)534-0533	9
FRANCISCO MOLINA	PARTICULAR	CLL BENITO JUAREZ 764 FRANCISCO VILLA TEL:(453)534-6030	10
GAMALIEL SOLORIO	PARTICULAR	CLL HERIBERTO JARA 54 APATZINGAN TEL:(453)537-4468	11
LUIS MEDINA GARCIA	PARTICULAR	CLL HERIBERTO JARA 52 APATZINGAN TEL:(453)534-3505	12
ING. VILLANUEVA	PARTICULAR	AVE CONSTITUCION DE 1814 1014 LAZARO CARDENAS TEL:(453)537-7042	13
ARTURO SERAFIN	PARTICULAR	CONSTITUCION DE 1814 16 Palmira TEL:(453)534-0950	14

Fuente.- Elaboración propia.



3.6.2.- Identificación de las Barreras de Entrada al Mercado

En el valle de Apatzingán los agroempresarios han emprendido acciones encaminadas a poner limitantes en el mercado regional a los nuevos productores de limón con el fin de que no se vean afectados en la venta de su producto; las principales barreras que tendrá la marca de “México Lindo” serán:

- La falta de credibilidad y confianza en cuanto a la calidad del producto al comenzar las actividades entre los competidores y los compradores.
- La organización del gremio al encontrarnos con trabas para la entrada al mercado y no contar con el respaldo de la mayoría de los agroempresarios del Valle de Apatzingán.
- La diferenciación del producto ya que se tienen que tomar medidas muy estratégicas para superar la lealtad de los clientes y promover la identificación de la marca en el mercado.
- La necesidad de invertir mayores recursos financieros en publicidad directa para poder competir en el mercado.
- Acceso a los canales de distribución ya que mientras más acaparados tengan los competidores a los clientes será mas difícil competir en el mercado.
- El gobierno también implementa barreras de control, las cuales nos impiden poder entrar de lleno al mercado como son los requerimientos de licencias, normas ambientales etcétera.



3.6.3.- Identificación de Productos Sustitutos

El limón como fruta cítrica tiene como principal sustituto los frutos de su misma especie que varían en cuanto a la calidad, grado de acidez, tamaño color, sabor, entre otros y estos son:

Tabla 3.12.- Productos sustitutos del Limón Persa

VARIEDAD	DESCRIPCION
Verna	Árbol: vigoroso con pocas y pequeñas espinas. Frutos: El peso es de unos 130 gramos. Forma oval. Color exterior amarillo intenso. Pocas semillas. Corteza gruesa. La piel del limón maduro es de color amarillo pálido, de menor intensidad que en la variedad Fino, alcanzando la coloración de uno a dos meses después que éste, teniendo los frutos del interior del árbol un color blanco-amarillento.
Fino	Árbol: muy vigoroso y de tamaño muy grande. Tendencia a la emisión de brotes con espinas. Frutos: tamaño mediano de unos 110 gramos. Forma variable; pueden ser esféricos u ovalados. Sin cuello en la base, mamelón corto y puntiagudo. Más semillas, piel más fina y mayor contenido en zumo que la variedad Verna.
Eureka	Árbol: tamaño y vigor medio. Pocas y pequeñas espinas. Frutos: tamaño mediano a grande de unos 120 gramos de peso. Forma elíptica u oblonga. Cuello pequeño en la base y mamelón apical delgado. Pocas o ninguna semilla. Corteza de espesor medio y con tendencia a presentar estrías. Zumo muy ácido, pulpa de color verde-amarillento.
Lisbón	Árbol: Muy vigoroso y rústico. Muchas espinas, las cuales producen daños en frutos y hojas. Frutos: elevado número de semillas.



VARIEDAD	DESCRIPCION
Tahití	El Limón Tahití es una variedad con árboles vigorosos de abundante producción. El fruto es ligeramente oval, de 5 a 7 cm de largo y de 4 a 6 cm de diámetro. La piel es verde a verde oscuro a la madurez y cambia a amarillo cuando esta sobre maduro. La cáscara es fina y la pulpa no contiene semillas.

Fuente.- Enciclopedia Agropecuaria.

3.6.4.- Identificación de los Competidores Potenciales

Así mismo se encuentran localizadas 12 empacadoras las cuales se consideran la competencia más importante que tendrá en un futuro la empresa “México Lindo”, por la cantidad de producción que puede generar cada una de ellas y algunos de ellos cuentan con un número superior de hectáreas a las de nosotros y por consiguiente la producción será mayor.

También se tienen identificados porque algunos otros están buscando hacer una sociedad y ya que cuentan con suficientes recursos económicos y ya están vendiendo su producto en algunas zonas de la región, por lo que, de lograr hacer la sociedad podrían entrar de una manera más fuerte al mercado que nosotros estemos acaparando consiguiendo de esa manera poder posicionarse dentro de las preferencias de los consumidores ya que podrían competir en precios al ser más bajo el de su producto al que nosotros estemos manejando en ese momento.



Tabla 3.13.- Relación de los Competidores Potenciales

NOMBRE	RAZON SOCIAL	DOMICILIO
JOEL SANCHEZ (LIMOMICH)	SPR DE RL	FRANCISCO I MADERO 149 MORELOS TEL:(453)534-5441
EJIDO APATZINGAN	SPR DE RL	AVE FRANCISCO I MADERO 149 MORELOS TEL:(453)534-5441
LIMONEROS ASOCIADOS	SPR DE RL	AVE FRANCISCO I MADERO 297 IGNACIO ZARAGOZA TEL:(453)537-4294
ORGANIZACIÓN PROLICOMS	SA DE CV	AVE FRANCISCO I MADERO 479 RUBEN ROMERO TEL:(453)572-7800
GILBERTO BARAJAS ROJAS	PARTICULAR	CARR APATZINGAN- URUAPAN KM 1.5 PALMIRA TEL:(453)534-0531
GILBERTO BARAJAS ROJAS	PARTICULAR	CARR APATZINGAN- URUAPAN KM 4.5 FLORIDA TEL:(453)534-7249
LIMONES BORUCAS	PARTICULAR	CARR APATZINGAN- URUAPAN KM 4.5 ZONA INDUSTRIAL TEL:(453)534-7209
EMPAQUE ROMERO	PARTICULAR	CARR APATZINGAN-URUAPAN 1500 ZONA INDUSTRIAL TEL:(453)534-1198
ARMANDO ALVAREZ CISNEROS	PARTICULAR	CARR APATZINGAN- URUAPAN S-N KM 1.5 PALMIRA TEL:(453)534-0532
EMPAQUE CESAR	PARTICULAR	CARR APATZINGAN- URUAPAN KM 1.5 PALMIRA TEL:(453)534-0531



NOMBRE	RAZÓN SOCIAL	DOMICILIO
EMPAQUE PALOMINOS	PARTICULAR	AVE 22 DE OCTUBRE 109 A , MIGUEL HIDALGO TEL:(453)534-3705
CLEMENTE SOTO	PARTICULAR	AVE 22 DE OCTUBRE 665 , MORELOS TEL:(453)534-0832

Fuente.- Elaboración propia.

3.6.5.- Proyección de la Oferta Futura

Tabla 3.14.- Cierre de la superficie sembrada y cosechada de limón persa del Estado de Michoacán

Municipio	Superficie Sembrada (Ha)	Superficie Cosechada (Ha)
Buenavista	14,176.50	12,627.20
Apatzingán	12,134.80	10,557.00
Parácuaro	3,861.00	3,205.50
Múgica	3,402.80	3,002.00
Tepalcatepec	2,384.40	2,118.00
Aguililla	2,253.00	2,253.00
La Huacana	1,420.00	1,420.00
Coahuayana	280.00	280.00
Gabriel Zamora	191.30	170.00



Municipio	Superficie Sembrada (Ha)	Superficie Cosechada (Ha)
Aguila	75.00	75.00
Ario	71.00	71.00
San Lucas	65.00	65.00
Churumuco	61.00	61.00
Tumbiscatío	48.00	48.00
Turicato	30.00	30.00
Lazaro cardenas	28.00	28.00
Huetamo	25.00	25.00
Jiquilpan	17.75	17.75
Tuzantla	12.00	12.00
Cojumatlan de Régules	11.50	11.50
Uruapan	8.00	4.00
Los Reyes	6.00	6.00
Peribán	6.00	6.00
Pajacuaran	5.52	5.52
Nuevo Urecho	5.00	5.00
Villamar	4.50	4.50
Tzitzio	4.00	4.00
Tiquicheo de Nicolás Romero	3.00	3.00
Zamora	2.00	2.00
Venustiano Carranza	1.98	1.98
Tinguindín	1.00	1.00
Total	40,595.05	36,119.95

Fuente.- Elaboración propia con datos obtenidos del Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera (SIAP) de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA).



Tabla 3.15.- Total de Producción de limón persa en el Estado de Michoacán en toneladas y en miles de pesos

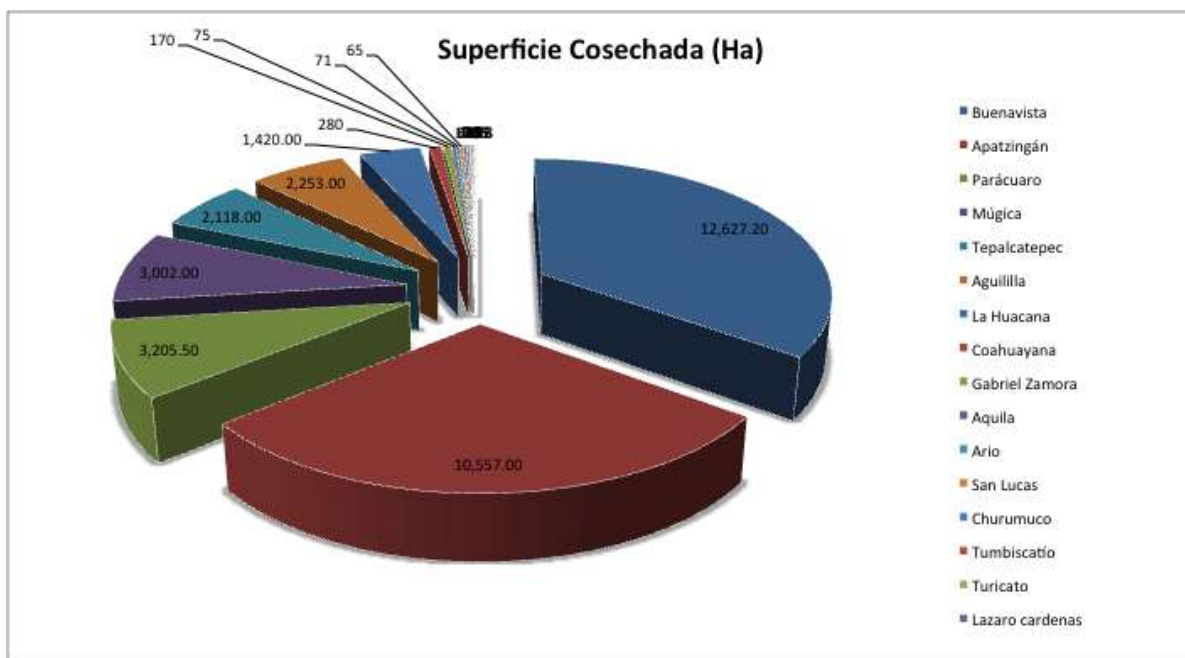
Municipio	Producción (Ton)	Valor de la Producción (Miles de pesos)
Buenavista	150,011.14	539,932.10
Apatzingán	118,343.97	322,442.35
Aguililla	49,115.00	107,093.29
Parácuaro	36,318.32	115,934.98
Múgica	33,022.00	102,571.62
Tepalcatepec	23,530.98	84,468.22
La Huacana	11,250.00	33,750.00
Coahuayana	3,921.40	11,764.20
Gabriel Zamora	1,836.00	5,289.52
Ario	1,065.00	3,195.00
Aquila	1,049.78	2,939.38
San Lucas	520.00	2,600.00
Churumuco	470.00	1,410.00
Turicato	450.00	1,260.00
Tumbiscatío	382.00	1,146.00
Lazaro cardenas	237.00	777.36
Huetamo	200.00	1,200.00
Jiquilpan	106.50	607.05
Tuzantla	96.00	576.00
Cojumatlan de Régules	68.31	389.37
Nuevo Urecho	50.00	127.69
Pajacuaran	33.29	189.73
Villamar	26.82	152.87
Tiquicheo de Nicolás Romero	24.00	132.00
Tzitzio	24.00	100.80
Los Reyes	23.86	95.42
Peribán	21.00	84.00



Municipio	Producción (Ton)	Valor de la Producción (Miles de pesos)
Uruapan	20.00	80.00
Venustiano Carranza	11.86	67.60
Zamora	6.20	24.80
Tinguindín	1.00	4.00
Total	432,235.43	1,340,405.34

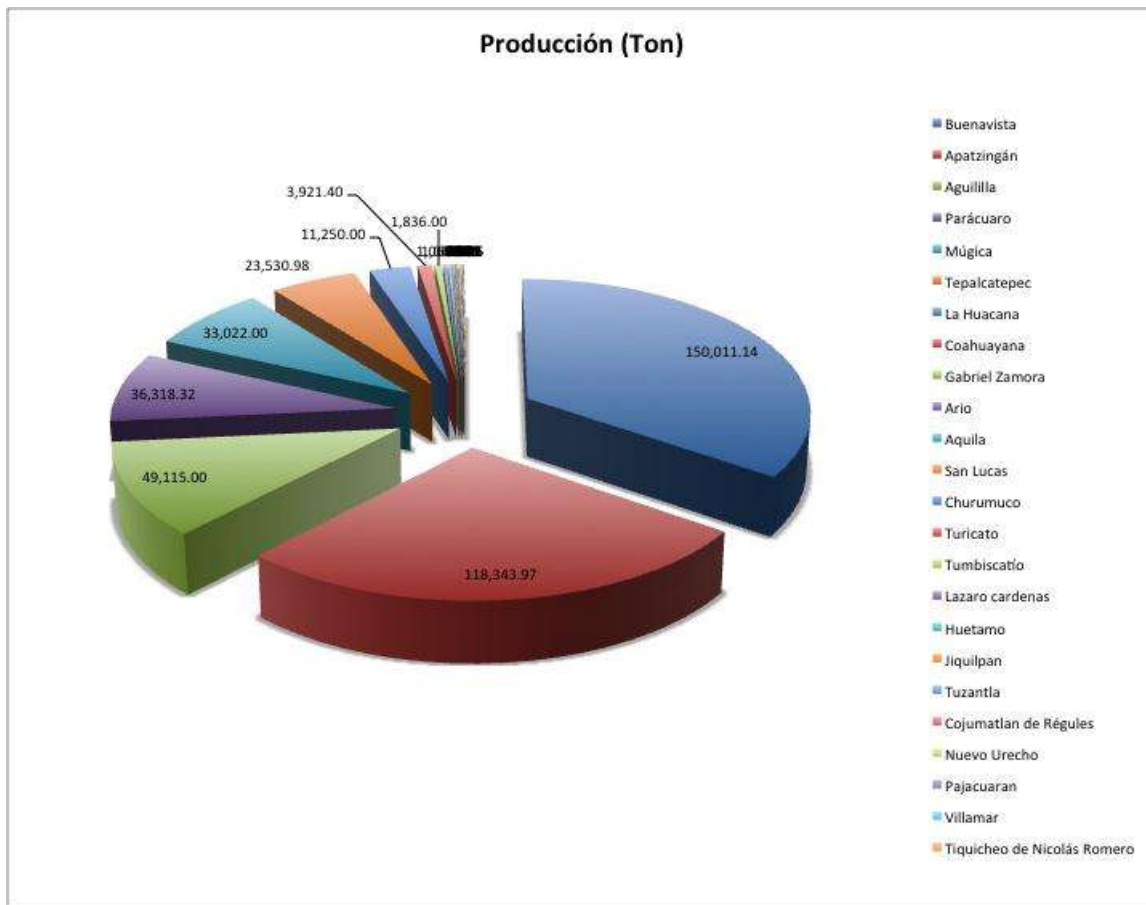
Fuente.- Elaboración propia con datos obtenidos del Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera (SIAP) de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA).

Gráfica 3.1.- Superficie cosechada por Municipio del Estado de Michoacán del Limón Persa



Fuente.- Elaboración propia con datos obtenidos del Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera (SIAP) de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA).

Gráfica 3.2.- Producción por Tonelada por Municipio del Estado de Michoacán del Limón Persa



Fuente.- Elaboración propia con datos obtenidos del Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera (SIAP) de la Secretaria de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA).

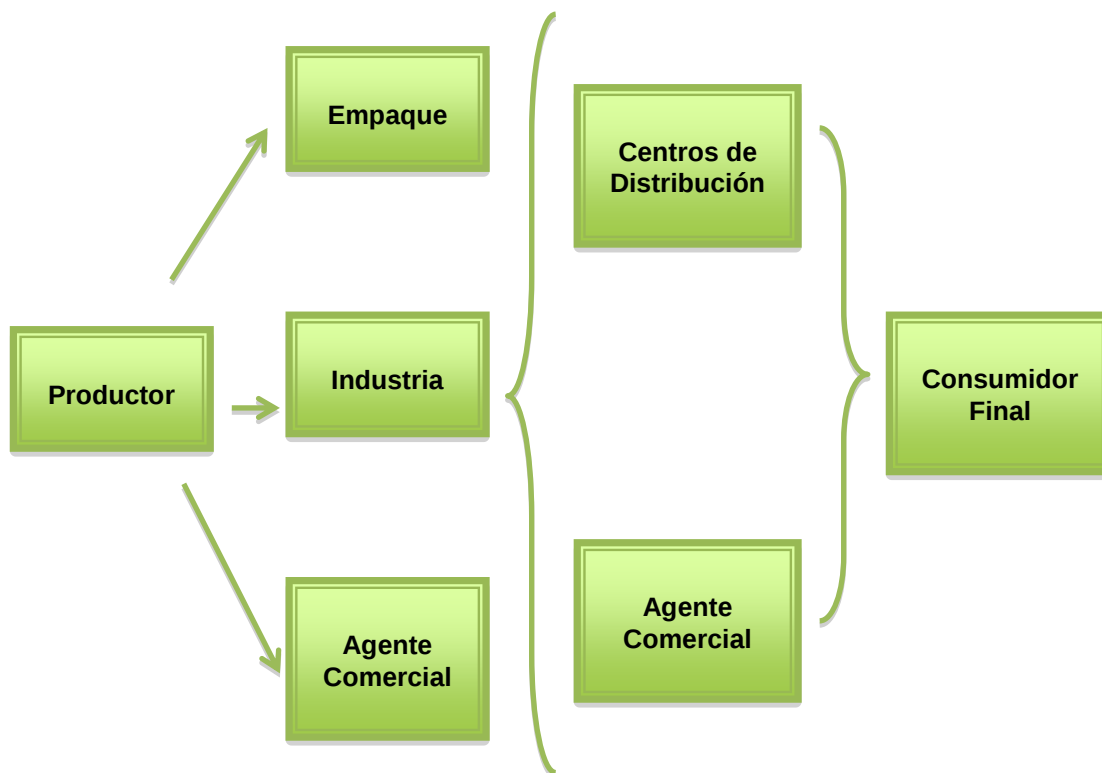
3.7.- Análisis de la Plaza o Comercialización

3.7.1.- Canales de Distribución

Sin duda alguna y con fines específicos, la caracterización de los diversos actores involucrados en el sistema-producto limón es de suma importancia y utilidad. Por ello, se presentan de manera esquemática los principales canales de distribución y venta seguidos por los solicitantes del proyecto.

- De productor a empaque, de empaque a centros de distribución, de centros de distribución a consumidor final.
- De productor a empaque, de empaque a industria, de industria a agente comercial (*broker*), de *broker* a consumidor final.
- De productor a empaque, de empaque a agente comercial (*broker*), de *broker* a consumidor final.

Cuadro 3.1.- Intermediarios en la comercialización del Limón Persa



Fuente.- Elaboración propia.



Nuestro principal destino de venta del limón empacado, son las centrales de abasto de las ciudades de México (72.8 %), Guadalajara (34.8 %) y Monterrey (29.4 %). Otras ciudades importantes son Toluca (19.6 %), Celaya (16.3 %) y Morelia (15.2 %).

En términos globales, el 13.3 % de la producción de limón de Michoacán se destina a la industria y el resto (86.7 %) se comercializa y consume en fresco. La calidad de exportación, comprende los calibres 3, 4 y 5, mismos que únicamente constituyen el 0.002 % del empacado total (12 toneladas) empacadas en cajas de plástico y/o madera de 18 kilogramos.

3.7.2.- Ventas al por Mayor

La empresa “México Lindo” sólo realizará ventas al mayoreo, ya que de esa forma se busca obtener una buena cantidad de venta en los primeros años de operación y de esa forma poder aumentar el número de clientes, los cuales nos puedan hacer pedidos en grandes cantidades y de una manera periódica.

3.7.3.- Servicio al Cliente

Para la empresa “México Lindo” lo más importante son nuestros clientes, por eso nos preocupamos por ofrecerles un excelente servicio, con un trato amable y agradable para que de esa manera ellos se encuentren totalmente satisfechos. La empresa ofrece diferentes servicios de tal manera que a la hora de adquirir nuestro producto “Limón Persa” la compra sea de una manera eficiente y placentera para el cliente de esa manera se busca aumentar las ventas y nuestra cartera de clientes, así como mejorar la imagen de la empresa.



Los servicios que la empresa “México Lindo” ofrece a sus clientes se describirán en los apartados siguientes.

3.7.3.1.- Facilidad de Realización de Pedidos

Ya que se cuentan con los recursos suficientes para poder brindarle un excelente servicio al cliente y el cual le resulte más fácil y cómodo para él ponemos a su disposición nuestros servicios de ventas personalizadas dependiendo de las necesidades y exigencias de cada uno de ellos.

3.7.3.2.- Entregas a Domicilio

Le ofrecemos al consumidor la opción de llevar el producto al lugar que se nos indique en la compra sin ningún costo extra; de esa manera buscamos dejar al cliente más contento con la compra.

3.7.3.3.- Ventas por Teléfono, por Internet y E-mail

Con estos medios le damos al cliente la facilidad y la comodidad de realizar su compra y de esa manera poder lograr que ahorren tiempo.

3.7.3.4.- Estacionamiento Propio de la Empresa

Ofrecemos este servicio extra para la comodidad de los clientes que acudan a las instalaciones de la empresa a realizar su compra.



3.7.3.5.- Excelente Imagen tanto Interna como Externa de las Instalaciones

Para nosotros es de suma importancia causar una excelente impresión con las instalaciones con eso se busca llamar más la atención visual del cliente y ganar su confianza con la calidad del producto.

3.7.3.6.- Buena Presentación y Actitud de los Trabajadores

Buscaremos que el cliente al acudir a nuestras instalaciones se sientan con la confianza y comodidad que ellos requieren; para lograrlo nuestros trabajadores tendrán un excelente trato hacia con ellos y brindarle el mejor servicio y un correcto asesoramiento.

3.7.3.7.- Buzón de Quejas y Sugerencias

Este servicio va dirigido personalmente a la opinión de nuestros clientes la cual será tomada en cuenta y de esa manera poder mejorar la calidad de nuestro servicio y las fallas que se puedan tener y lograr el objetivo deseado ser unas excelentes empresas productoras de Limón Persa en todos los aspectos tanto administrativas como de producción.

3.8.- Análisis de la Promoción

3.8.1.- Publicidad

El objetivo que se busca con este medio es dar a conocer al consumidor la marca de nuestra empresa que es "México Lindo" y a su vez el producto en este caso es el Limón Persa, con la finalidad de que la marca sea reconocida tanto en la región de Tierra caliente como a nivel nacional; uno de los principales objetivos



es que el producto sea identificado no como el único pero si el de mejor calidad respecto a la competencia.

De esa manera se busca con estos medios poder influir en las decisiones de compra de los posibles clientes, destacando las características positivas del producto y servicios que ofrecemos y los beneficios que el cliente puede obtener con ellos.

De tal manera que el resultado que se espera es poder tener un aumento en las ventas, atraer nuevos clientes, mantener un buen nivel en las ventas y promocionar algunas ofertas.

La empresa que se va a encargar de elaborar y administrar el plan de mercadotecnia de la publicidad que se utilizará como medio de información para transmitir la marca y el tipo de producto será “GRAPHICUS Publicidad Diseño”. Los tipos de publicidad que se manejarán se describen a continuación.

3.8.1.1.- Campañas Publicitarias

Con este medio se buscará realizar un plan estratégico amplio con una serie de diferentes tipos de campañas pero todas ellas relacionadas y encaminadas a utilizar diferentes medios durante un tiempo específico con el fin de ofrecerle al cliente una promoción de ventas para que conozcan el producto y mejor aún para empezar a dar a conocer nuestra marca en la región.



3.8.1.2.- Página Web

Sobre la empresa y nuestro producto: ya que actualmente un sitio web es de gran importancia y aun más para nuestro negocio; en ella se expondrá toda la información de nuestra empresa y de nuestro producto y servicio y de esa forma poder atraer muchos mas clientes por este medio.

3.8.1.3.- Participación en Ferias Regionales, Estatales y Nacionales

Con este tipo de eventos se busca dar a conocer a la empresa con un slogan que llame la atención destacando la región de Apatzingán y la calidad de nuestro producto.

Algunas de las ferias seleccionadas para participar son:



Tabla 3.16.- Información de la feria “Alimentaria México 2013”

NOMBRE:	Alimentaria México 2013: Feria de alimentos y bebidas.
SECTOR:	Alimentación – Gastronomía.
FECHAS:	Del 05 al 07 de junio de 2013.
LOCALIZACIÓN:	México D.F. (Centro Banamex México).
PÁGINA WEB:	www.alimentaria-mexico.com
DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA FERIA:	Alimentaria México 2013 es la feria sectorial de alimentación y bebidas, Como muestra de la importancia de esta feria, basta con indicar, que este año se esperan que acudan a ella unos 12,000 profesionales de más de 25 países diferentes, los cuales podrán ver los productos y servicios de los más de 475 expositores que acudirán a este evento.
COSTOS DE EXPOSICIÓN:	Stand en paquete completo Disponible a partir de unidades de 3m x 3m (9m²) con un costo de inversión de \$3.500.00 Incluye: ➤ Espacio de exposición. ➤ Tres paredes laterales excepto en las esquinas. ➤ Antepecho con el nombre de la empresa (no logotipo). ➤ Una mesa. ➤ Alfombra. ➤ Dos sillas. ➤ Contacto eléctrico (110 volts). ➤ Un cesto de basura. ➤ Iluminación de stand. ➤ Stand en espacio vacío disponible a partir de 18m² con incrementos de 9m² a un coste de inversión de \$347 más IVA por metro cuadrado. Incluye: ➤ Espacio de exposición.
Imagen	

Fuente.- Elaboración propia.



Tabla 3.17.- Información de la feria “Mexialimentos”

NOMBRE:	Mexialimentos.																		
SECTOR:	Materias primas, tecnología y maquinaria para la industria alimenticia.																		
FECHAS:	Del 12 al 14 de septiembre de 2012.																		
LOCALIZACIÓN:	CINTERMEX, Monterrey, Nuevo León.																		
PÁGINA WEB:	http://www.mexialimentos.com.mx/																		
DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA FERIA:	Es la única exposición industrial en el norte de México que presenta en un mismo lugar a los proveedores para la industria de alimentos y bebidas. Cada año se dan cita las empresas proveedoras de aditivos e ingredientes, equipo de refrigeración, maquinaria y equipo de proceso, maquinaria y materiales para empacar, materias primas, tecnología, entre otros.																		
COSTOS DE EXPOSICIÓN:	<table><tr><th>Stand</th><th>Medida</th><th>Precio</th></tr><tr><th>Mts 2</th><th>Mts2</th><th>Costo</th></tr><tr><td>➤</td><td>22,500.00 MN</td><td>3x3 9 \$</td></tr><tr><td>➤</td><td>45,000.00 MN</td><td>3x6 18 \$</td></tr><tr><td>➤</td><td>90,000.00 MN</td><td>6x6 36 \$</td></tr><tr><td>➤</td><td>135,000.00 MN</td><td>6x9 54 \$</td></tr></table> Se requiere un 25% de anticipo para separar el stand características del stand Espacio alfombrado panel de trobisel blanco de 2.50 mts de altura. Nombre de la empresa en la marquesina Contacto eléctrico doble de 110 volts Altura libre de 7 mts	Stand	Medida	Precio	Mts 2	Mts2	Costo	➤	22,500.00 MN	3x3 9 \$	➤	45,000.00 MN	3x6 18 \$	➤	90,000.00 MN	6x6 36 \$	➤	135,000.00 MN	6x9 54 \$
Stand	Medida	Precio																	
Mts 2	Mts2	Costo																	
➤	22,500.00 MN	3x3 9 \$																	
➤	45,000.00 MN	3x6 18 \$																	
➤	90,000.00 MN	6x6 36 \$																	
➤	135,000.00 MN	6x9 54 \$																	
IMAGEN																			

Fuente.- Elaboración propia.

Tabla 3.18.- Información de la feria “Consume lo que Michoacán Produce”



Nombre	Consume lo que Michoacán Produce
Sector	Festival del limón y toronja michoacanos
Fecha	10 de diciembre de 2012
Lugar	Centro de Convenciones y Exposiciones de Morelia Michoacán
Pagina web	http://codemi.mx/eventos
Descripción General de la feria	Gran venta de productos michoacanos de diferentes municipios del estado. Más de 100 productos michoacanos de calidad Precios competitivos para el beneficio de las familias michoacanas este evento se llevara a cabo a partir de 10 de la mañana a 7 de la tarde en el Área del Centro de Convenciones y Exposiciones de Morelia.
Costos	Stand en paquete completo Disponible a partir de unidades de 3m x 3.5m (con un costo de inversión de \$2.500.00)
Imagen	

Fuente.- Elaboración propia.

3.8.1.4.- Promoción en Medios Masivos de Información

El objetivo de este medio es poder atraer nuevos clientes a la empresa y poder tener una buena posición de ventas en el mercado; para poder lograr esto se realizará una excelente estrategia publicitaria que nos permita que más personas se conviertan en nuestros clientes y mejor aún en que sean clientes frecuentes y ganarnos su confianza.

El anuncio que utilizaremos para radio y televisión será el siguiente:

“Si la vida te da limones, pues has limonada”, la empresa México Lindo te hace una cordial invitación a la apertura de nuestra sucursal ven a conocer y a probar nuestro producto Limón Persa “Calidad de Tierra Caliente Michoacán” municipio de Apatzingán Michoacán.

3.8.1.5.- Entregar de Volantes, Flyers y Folletos Publicitarios

El diseño seleccionado será el mismo para los tres tipos de publicidad que se manejará; se escogió un diseño más vistoso, no tan formal para que logre llamar más la atención a primera vista a nuestros clientes y de esa manera puedan identificarnos mas fácilmente en el mercado. Se busca poder atraer un gran número de clientes para que conozcan la calidad del producto y una vez que lo prueben sean ellos los que decidan y den su opinión.

Imagen 3.5.- Diseño de los Volantes para la publicidad



Fuente.- Elaboración propia.

3.8.1.6.- Anunciarnos en Carteles Espectaculares

Vamos a recurrir a este tipo de publicidad ya que con este anuncio podemos ser identificados por más personas y a mayor distancia y uno de los objetivos principales es llamar la atención visual y poder entrar con mayor impacto al mercado.

Imagen 3.6.- Diseño del anuncio espectacular de la empresa "México Lindo"



Fuente.- Elaboración propia.



Tabla 3.19.- Costos de la publicidad que se utilizará para dar a conocer el producto

Publicidad	Descripción	Costo
Campañas Publicitarias	Mensual	\$ 2,500.00
Página web	Por página	\$ 1,500.00
Participación en ferias	Total	\$ 50,000.00
Spot de Radio	Por spot transmitido	\$ 60.00
Anuncios en televisión	Por anuncio transmitido	\$ 90.00
Volantes	5,000 volantes 1/2 carta se repartirán durante 7 meses	\$ 2,500.00
Espectaculares	12.90 x 7.20 M al mes y se utilizará por 7 meses	\$ 8,000.00

Fuente.- Elaboración propia.

Tabla 3.20.- Descripción mensual y costo anual de la publicidad

Publicidad	Costo	Usados por semana	Costo Mensual	Costo Anual
Spot de Radio	\$ 60.00	12	\$ 720.00	\$ 8,640.00
Anuncios de Televisión	\$ 90.00	9	\$ 810.00	\$ 9,720.00
Volantes	\$ 2,500.00		\$ 2,500.00	\$ 10,000.00
Espectaculares	\$ 8,000.00	2	\$ 16,000.00	\$ 96,000.00
Campañas Publicitarias	\$ 2,500.00		\$ 2,500.00	\$ 10,000.00

Fuente.- Elaboración propia.



Tabla 3.21.- Costos totales de publicidad anuales

Publicidad	Costo Unitario	Costo Mensual	Costo Anual
Campañas Publicitarias	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 10,000.00
Pagina web	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00
Participación en ferias	\$ 50,000.00		\$ 50,000.00
Spot de Radio	\$ 60.00	\$ 720.00	\$ 8,640.00
Anuncios en televisión	\$ 90.00	\$ 810.00	\$ 9,720.00
Volantes	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 17,500.00
Espectaculares	\$ 8,000.00	\$ 16,000.00	\$ 96,000.00
Total	\$ 64,650.00	\$ 24,030.00	\$ 193,360.00

Fuente.- Elaboración propia.

3.8.2.- Venta Personal

La empresa “México Lindo” utilizará esta herramienta para promocionarse y poder vender más el Limón Persa; de lograr la venta se busca dejar al cliente totalmente satisfecho con la compra que realizará y poder conseguir que repita la compra o mejor aún que recomiende nuestro producto y a la empresa a otros consumidores de limón.

Con esta estrategia de venta personal se busca obtener una mejor selección de los clientes potenciales, es decir, clientes que tengan las posibilidades de convertirse en clientes de la empresa, a los cuales poder ofrecerles nuestro producto de acuerdo a las características y las necesidades que requieren y así nos permite hacer una demostración más personalizada, detallada



y directa de nuestro producto y ofrecerles promociones o facilidades que pueden obtener.

Con esta estrategia de venta buscamos una participación más activa de nuestros clientes, lo que nos permite conocer mejor sus necesidades e intereses y poder entablar una relación duradera con el cliente.

Los medios que utilizaremos serán:

- Visitando a los clientes potenciales personalmente.
- Por entrevistas telefónicas.
- Mediante la web.

3.8.3.- Relaciones Públicas

El medio que utilizaremos y el cual será nuestra carta de presentación más fuerte para conseguir la confianza de clientes nuevos y lograr atraerlos a nuestra empresa será la recomendación de personas ajenas a la empresa “México Lindo”, que ya conozcan nuestro producto; de esa forma se busca hacer un tipo de publicidad de boca en boca para que sean los mismos clientes los que promocionen a la empresa y conozcan el producto que estamos ofreciendo al consumidor el cual será de una calidad excelente y de esa forma poder tener la aceptación.

3.8.4.- Promoción de Ventas



Con esta herramienta de venta buscaremos incentivar de cierta manera a nuestros clientes y poder aumentar las ventas de nuestro producto y tener mayor demanda en el mercado, también se busca lograr que nuevos clientes prueben nuestros productos y lograr romper la lealtad que le tienen a la competencia y nos compren a nosotros.

Algunas de las promociones que ofreceremos se presentan a continuación.

3.8.4.1.- Entrega de Muestras del Producto

Regalaremos muestras de nuestros productos en pequeñas presentaciones al público en general para que prueben la calidad del producto sin ningún compromiso y de esa forma poder lograr que en base a la opinión del consumidor ser aceptados en el mercado como una empresa nueva; la entrega será gratuita y limitada de nuestro producto.

3.8.4.2.- Premios a Clientes Frecuentes

Ofreceremos incentivos en porcentajes o en especie a todos nuestros clientes frecuentes y que nos compren en grandes cantidades; con esto se busca agradecer a los clientes por su preferencia en el consumo de nuestro producto ya que ellos son la parte más importante de nuestra empresa.

3.8.4.3.- Artículos de Regalo

Serán artículos útiles grabados con la publicidad de la empresa y que se obsequian a los consumidores. Los artículos de este tipo que manejaremos son: plumas, calendarios, llaveros, camisetas, gorras, tazas para café y gorras.

Tabla 3.22.- Costos y duración de las promociones



Promoción	Tiempo	Costo
Muestras de Limon Persa	4 meses	\$ 10,000.00
Premios	4 meses	\$ 15,000.00
Articulos de regalo	4 meses	\$ 20,000.00
Total		\$ 45,000.00

Fuente.- Elaboración propia.

Con esta estrategia se busca ayudar en la etapa de lanzamiento de nuestro producto y de esa forma poder aumentar las ventas, la duración va limitada a determinado tiempo. Nosotros usaremos esta estrategia por un corto periodo en el cual buscamos poder dar a conocer de una manera satisfactoria el producto y poder contar con la preferencia de los consumidores. El tiempo estimado que se tiene contemplado es de 4 meses.

De esta manera se busca aumentar la publicidad y la presencia de la marca de nuestro producto “México Lindo” y atraer nuevos mercados y establecimientos, también poder aumentar las ventas tanto en los periodos más críticos de producción como en los periodos de mayor producción del limón persa, poder aumentar el número de clientes, el tamaño y número de pedidos y de esa manera poder atacar a la competencia.

CAPÍTULO 4



ESTUDIO TÉCNICO

4.1.- Definir los Objetivos del Área

Corto plazo

- Eficientar el uso de la infraestructura, instalaciones, maquinaria y equipo, mediante el acopio, selección y empaque del limón persa de los integrantes de “México Lindo”.

Largo plazo

- La mejora continua de las instalaciones y la actualización de tecnologías para mejorar la producción de limón persa.

4.2.- Análisis de los Insumos

4.2.1.- Materia Prima

Tenemos considerados como materiales directos para la producción del limón los siguientes debido a que son parte esencial para llevar a cabo nuestro proceso; sin ellos seria más complicado cumplir los objetivos propuestos de producción, tales materiales ayudan a los árboles de limón para que tengan una mejor calidad de producto. Los materiales directos considerados son los siguientes:

Fertilizantes.- Consideramos tales como materia prima ya que son fundamentales en el proceso de cuidado de los árboles de limón ya que sin ellos podrían ser infectados por algún tipo de plagas o simplemente morir el árbol. Con



la ayuda de este insumo obtenemos un producto de mucha mejor calidad, de un excelente tamaño y una buena presentación y finalmente cubrir con las exigencias que el mercado nos requiere.

Agua.- Este tipo de insumo también es de mucha importancia si no es que es el más importante, ya que sin el agua el árbol no podría dar el producto, por que requiere suficiente agua para estar siempre en buenas condiciones, ya que por lo menos se tiene que estar regando de 2 a 3 veces al día debido al clima donde se encuentra la empresa, que es un clima caluroso pero con excelentes condiciones para producir el limón.

4.2.2.- Mano de Obra Directa

Tabla 4.1.- Sueldos de la mano de obra

ETAPA	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	No DE TRABAJADORES	SALARIO DIARIO \$170.00	DIAS TRABAJADOS
	Preparación de las plantas	13	\$ 1,820.00	200
	Preparación y habilitación del terreno	13	\$ 1,820.00	200
	Trazado y Estaquillado	13	\$ 1,820.00	200
	Ahoyado	13	\$ 1,820.00	200
PRE - OPERATIVA	Siembra	13	\$ 1,820.00	200
	Fertilización	13	\$ 1,820.00	200
	Limpias Y Planteos	13	\$ 1,820.00	200
	Control de Plagas y Enfermedades	13	\$ 1,820.00	200
	Riego	13	\$ 1,820.00	200
	Poda	13	\$ 1,820.00	200
	Cosecha	13	\$ 1,820.00	200
	Acopio	1	\$ 140.00	200
	Selección	2	\$ 280.00	200
OPERATIVA	Lavado y Secado	2	\$ 280.00	200
	Encerado	1	\$ 140.00	200
	Empacado	15	\$ 2,100.00	200
TOTAL		164	\$ 22,960.00	200

Fuente.- Elaboración propia

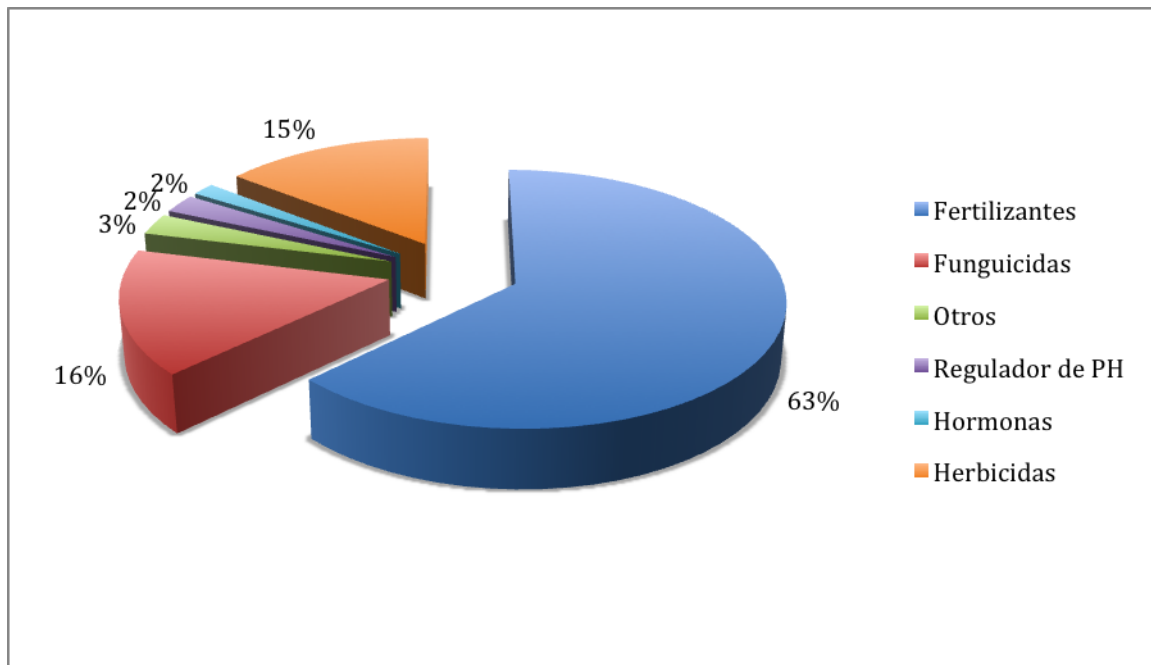
4.2.3.- Gastos Indirectos de Fabricación

El 63% de los costos derivados de la compra de insumos se atribuye a los fertilizantes, el 16% a fungicidas y el 13% a herbicidas. Entre estos tres aspectos



se ocupan el 93% de los recursos empleados en la compra de insumos relacionados con el cultivo de limón. En la categoría de otros conceptos se incluye el adherente, fertilizante foliar y sellador.

Grafica 4.1.- Estructura promedio de la compra de insumos de 35 agroempresarios del valle de Apatzingán, Michoacán



Fuente.- Elaboración propia.

Tabla 4.2.- Descripción y costos de los gastos indirectos



DESCRIPCION	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Luz	\$ 40,000.00	\$ 480,000.00
Agua	\$ 25,000.00	\$ 150,000.00
Fertilizantes	\$ 200,000.00	\$ 2,400,000.00
Mantenimiento de Maquinaria	\$ 5,000.00	\$ 60,000.00
Gasolina	\$ 30,000.00	\$ 360,000.00
Asesoría Técnica	\$ 3,000.00	\$ 18,000.00
Total	\$ 303,000.00	\$ 3,468,000.00

Fuente.- Elaboración propia.

Tabla 4.3.- Total de empaques que se utilizaran por año

Empaque	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Costo del empaque
Arpilla de plástico	\$ 50,745.00	\$ 53,250.00	\$ 54,603.00	\$ 62,430.00	\$ 62,430.00	\$ 3.00
Caja de madera	\$ 175,439.00	\$ 187,033.00	\$ 198,550.00	\$ 199,320.00	\$ 217,800.00	\$ 11.00
Caja de plástico	\$ 359,260.00	\$ 369,600.00	\$ 397,100.00	\$ 393,448.00	\$ 435,600.00	\$ 22.00
Total	\$ 585,444.00	\$ 609,883.00	\$ 650,253.00	\$ 655,198.00	\$ 715,830.00	

Fuente.- Elaboración propia.

4.3.- Capacidad de la Planta

4.3.1.- Principales Factores que Afectan la Capacidad del Proyecto

Los socios de la empresa “México Lindo” están consientes de que pueden existir algunos factores que pueda tener un impacto negativo en la capacidad y resultados del proyecto, de tal forma que se dieron a la tarea de revisar cuidadosamente el proyecto y de esa forma ellos consideran que lo que puede afectar de una manera más directa son los siguientes factores:



- Fallas tecnológicas en el proceso de producción del Limón Persa; este tipo de falla se refiere a que por alguna razón la maquinaria utilizada falle al momento de que se esté llevando a cabo el proceso operativo.
- Ineficiencia en las operaciones de cada proceso de producción, ya que podrían ocurrir varios errores los cuales no permitan llevar a cabo en tiempo y forma el proceso, esto puede ser causado por no estar trabajando en la forma correcta y como consecuencias afectará la producción del limón Persa.
- La producción del Limón Persa puede no llegar a ser la esperada, ya que pueden existir varios motivos, por ejemplo, que no se le den los cuidados necesarios a los árboles y de esta manera se vea afectada la producción; otra de ellas podría ser que por cuestiones naturales ajenas a nosotros no se logre la producción esperada.
- Escasez de mano de obra calificada, con lo que se corre el riesgo de que por falta de conocimiento en cuestiones del cuidado de los limoneros el personal a cargo de esta área no sea lo suficientemente capaz de realizar este proceso y por consiguiente se pueden ver afectados a la hora de realizar la cosecha.
- Afectación por clima, este se considera uno de los factores fundamentales, ya que si hay alteraciones en el clima pueden afectar a los árboles de limón de tal manera que se puede perder en su totalidad la producción.

4.3.2.- Capacidad Total de Producción



El máximo nivel de actividad en producción de Limón Persa en toneladas que puede alcanzar la empresa “México Lindo” cuando todos sus recursos están en pleno empleo, es decir, el aprovechamiento en su totalidad de la tecnología y los recursos naturales es la siguiente:

Tabla 4.4.- Total de la producción anual de limón Persa por tonelada

Año	1	2	3	4	5
Producción en Toneladas	893,890	932,890	978,893	1,030,9000	1,089,900

Fuente.- Elaboración propia.

4.3.3.- Producción Total

En base a la capacidad de producción con la que se cuenta se ha calculado la producción total que se puede alcanzar teniendo en cuenta los días que se cosecharan por mes; de esta forma se busca ir aumentando año con año el total de toneladas de Limón Persa para alcanzar la meta propuesta por los socios y así convertirnos en una empresa altamente competitiva en el mercado nacional. El total de producción por año que se obtendrá es la siguiente:

Tabla 4.5.- Total de la producción anual de limón Persa por tonelada

Año	1	2	3	4	5
Producción en Toneladas	890,000	930,000	976,003	1,028,010	1,087,010

Fuente.- Elaboración propia.



Tabla 4.6.- Registro de la producción cosechada de Limón Persa Año 1

Mes	Día	semana	Total
Enero	2,550	12,750	63,750
Febrero	2,600	13,000	65,000
Marzo	2,750	13,750	68,750
Abril	2,850	14,250	71,250
Mayo	3,600	18,000	90,000
Junio	3,550	17,750	88,750
Julio	3,600	18,000	90,000
Agosto	3,600	18,000	90,000
Septiembre	3,000	15,000	75,000
Octubre	2,500	12,500	62,500
Noviembre	2,500	12,500	62,500
Diciembre	2,500	12,500	62,500
Total	35,600	178,000	890,000

Fuente.- Elaboración propia con datos del estudio de mercado.



Tabla 4.7.- Registro de la producción cosechada de Limón Persa Año 2

Mes	Día	semana	Total
Enero	2,600	13,000	65,000
Febrero	2,600	13,000	65,000
Marzo	2,800	14,000	70,000
Abril	3,000	15,000	75,000
Mayo	3,800	19,000	95,000
Junio	3,700	18,500	92,500
Julio	3,700	18,500	92,500
Agosto	3,700	18,500	92,500
Septiembre	3,500	17,500	87,500
Octubre	2,650	13,250	66,250
Noviembre	2,600	13,000	65,000
Diciembre	2,550	12,750	63,750
Total	37,200	186,000	930,000

Fuente.- Elaboración propia con datos del estudio de mercado.



Tabla 4.8.- Registro de la producción cosechada de Limón Persa Año 3

Mes	Día	semana	Total
Enero	2,700	13,500	67,500
Febrero	2,700	13,500	67,500
Marzo	2,800	14,000	70,000
Abril	3,100	15,500	77,500
Mayo	4,140	20,701	103,503
Junio	3,850	19,250	96,250
Julio	4,000	20,000	100,000
Agosto	3,800	19,000	95,000
Septiembre	3,700	18,500	92,500
Octubre	2,850	14,250	71,250
Noviembre	2,700	13,500	67,500
Diciembre	2,700	13,500	67,500
Total	39,040	195,201	976,003

Fuente.- Elaboración propia con datos del estudio de mercado.



Tabla 4.9.- Registro de la producción cosechada de Limón Persa Año 4

Mes	Día	semana	Total
Enero	2,800	14,000	70,000
Febrero	2,800	14,000	70,000
Marzo	2,800	14,000	70,000
Abril	3,200	16,000	80,000
Mayo	4,200	21,000	105,000
Junio	4,150	20,750	103,750
Julio	4,200	21,000	105,000
Agosto	4,040	20,202	101,010
Septiembre	3,850	19,250	96,250
Octubre	3,300	16,500	82,500
Noviembre	2,980	14,900	74,500
Diciembre	2,800	14,000	70,000
Total	41,120	205,602	1,028,010

Fuente.- Elaboración propia con datos del estudio de mercado.



Tabla 4.10.- Registro de la producción cosechada de Limón Persa Año 5

Mes	Día	semana	Total
Enero	2,900	14,500	72,500
Febrero	2,950	14,750	73,750
Marzo	3,100	15,500	77,500
Abril	3,300	16,500	82,500
Mayo	4,400	22,000	110,000
Junio	4,300	21,500	107,500
Julio	4,400	22,000	110,000
Agosto	4,250	21,250	106,250
Septiembre	4,100	20,500	102,500
Octubre	3,500	17,500	87,500
Noviembre	3,130	15,652	78,260
Diciembre	3,150	15,750	78,750
Total	43,480	217,402	1,087,010

Fuente.- Elaboración propia con datos del estudio de mercado.



4.4.- Localización de la Planta y/o de las Instalaciones

4.4.1.- Principales Factores que Afectan la Determinación de la Localización

- Un factor a destacar es que se tienen las hectáreas de limón en el mismo lugar donde se encuentra la empresa, eso es muy importante ya que se ahorra mucho tiempo en el proceso de producción y de esa forma se puede trasladar directamente al consumidos final.
- La ubicación en la cual se encuentra establecido el negocio es muy buena ya que sus vialidades están en excelentes condiciones, está a pie de carretera y es muy fácil llegar.
- Existen diferentes medios de transporte, lo cual le permite a los trabajadores y a los clientes que no tienen su propio vehículo trasladarse fácilmente.
- Se tiene a la mano un recurso natural que es el agua ya que muy cerca de donde está localizada la planta pasa un río y de ahí se puede tomar agua para el riego de los limoneros.
- La localización de los competidores nos favorece ya que nosotros contamos con una excelente ubicación comparada con la de ellos.

4.4.2.- Macrolocalización

Se escogió México ya que todos los integrantes de la empresa son de este país y también porque es uno de los principales productores de limón a nivel mundial.

La extensión territorial de México, es de 1'964,375 km² de los cuales

1'959,248 km² son superficie continental y 5,127 km² corresponden a superficie insular.

La República Mexicana tiene fronteras con los Estados Unidos de América, Guatemala y Belice, a lo largo de un total de 4,301 km distribuidos de la siguiente forma:

Con los Estados Unidos de América, se extiende una línea fronteriza a lo largo de 3,152 km desde el Monumento 258 al noroeste de Tijuana hasta la desembocadura del Río Bravo en el Golfo de México. Son estados limítrofes al norte del país: Baja California, Sonora, Chihuahua, Coahuila, Nuevo León y Tamaulipas.

Imagen 4.1.- Localización geográfica de los Estados Unidos Mexicanos



Fuente.- <http://www.mapasmexico.net/>

El estado de Michoacán fue elegido ya que los socios de la empresa

son de un municipio ubicado en este estado y está considerado como uno de los principales estados productores de limón a nivel nacional.

Se localiza en la parte centro occidente de la República Mexicana, sobre la costa meridional del Océano Pacífico, entre los 17°54'34" y 20°23'37" de latitud Norte y los 100°03'23" y 103°44'09" de longitud Oeste.

El Estado de Michoacán cubre una extensión de 5'986,400 hectáreas (59,864 km²) que representa alrededor del 3% de la superficie total del territorio nacional, con un litoral que se extiende a lo largo de 210.5 km sobre el Océano Pacífico.

Imagen 4.2.- Localización del estado de Michoacán de Ocampo



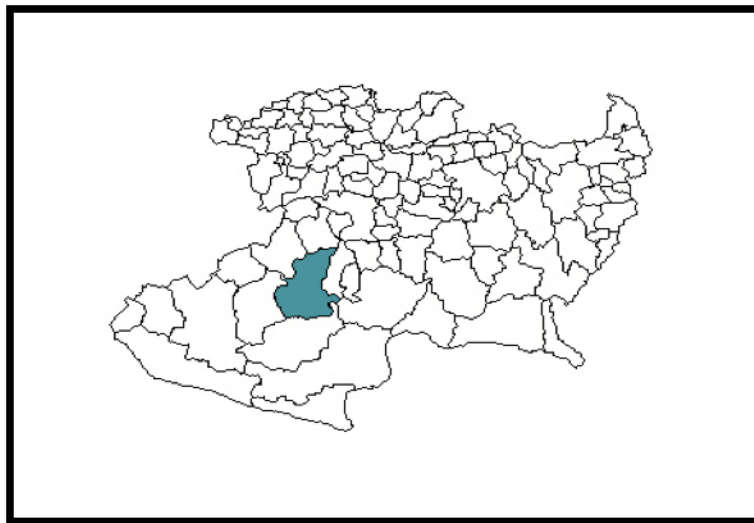
Fuente.- <http://www.mapasmexico.net/>

El municipio de Apatzingán fue el elegido ya que ahí se encuentran las

hectáreas del limón y la materia prima para la realización del proyecto, así mismo se cuentan con todas las facilidades respecto a clima ya que es el idóneo para la producción del limón.

El municipio de Apatzingán se localiza en el sureste del estado, en las coordenadas 19°05' de latitud norte y 102°21' de longitud oeste, a una altura de 300 metros sobre el nivel del mar. Limita al norte con Tancítaro, al este con Parácuaro y Apatzingan, al sur con Tumbiscatío y al oeste con Aguililla y Buenavista. Su distancia a la capital Estado es de 200 km.

Imagen 4.3.- Localización del municipio de Apatzingán



Fuente.- <http://www.mapasmexico.net/>

Imagen 4.4.- Vista satelital del municipio de Apatzingán





Fuente.- <http://www.mapasmexico.net/>

El proyecto se establecerá en la localidad de “El crucero La Ruana”, del municipio de Buena Vista Tomatlán, Michoacán. La ubicación de la empresa se pondrá en el mismo lugar donde se tienen los árboles de limón para tener dentro de las mismas instalaciones todo lo requerido y no tener que estar trasladando el producto de un lado a otro.

Se tiene acceso por la carretera que va de Apatzingán a Tepalcatepec y a la altura del crucero La Ruana, antes de llegar a éste, se localiza el predio sobre el margen izquierdo a la orilla de la carretera.

4.4.3.- Microlocalización

La empresa “México Lindo” está localiza al norte del municipio de Apatzingán por la carretera que lleva al municipio de Tepalcatepec sobre el crucero de La Ruana con domicilio en Av. Francisco I. Madero, No. 520, Col. Buenos Aires, C.P. 60610.

Existes diferentes medios de trasporte para poder llegar al establecimiento, como son transporte público que pasan por el lugar así como taxis; los caminos

están en buenas condiciones y es muy fácil de localizar la empresa para los clientes que no sean de la zona.

Imagen 4.5.- Vista satelital de la empresa y las rutas de acceso



Fuente.- Elaboración propia con mapas disponibles en <http://www.mapasmexico.net/>

Imagen 4.6.- Vista de la fachada de la empresa "México Lindo"



Fuente.- Elaboración propia.

Imagen 4.7.- Vista de la entrada principal de la empresa "México Lindo "



Fuente.- Elaboración propia.

4.5.- Distribución de la Planta

4.5.1.- Principales Factores que Afectan la Distribución de las Instalaciones

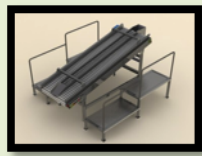
- Los espacios están diseñados y distribuidos para cada una de las áreas y las necesidades de la producción, así para la comodidad de los trabajadores y el flujo de los insumos.
- Las entradas de acceso a las huertas serán completamente amplias y estarán adecuadas para la entrada de camionetas que transportan el producto hacia el área operativa.
- El área de atención a los clientes se colocó al frente ya que se pretende brindar un acceso a los usuarios con todas comodidades posibles.

4.5.2.- Propiedades, Planta y Equipo

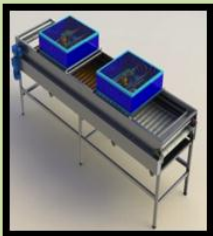


De acuerdo a las necesidades que requiere nuestra empresa y a la asesoría que nos han dado se ha decidido que las siguientes propiedades son las más adecuadas para cubrir las exigencias que requerimos y de esa manera poder empezar actividades de una manera correcta.

Tabla 4.11.- Descripción de la maquinaria que utilizará la empresa “México Lindo”

Nombre	Imagen	Descripción
Volteadora de cajas		Ajustable con banda antiderrapante negra de 3.20 mts, variador de velocidad y tobogán para caja vacía, fabricada en acero al carbón y pintura epoxica electrostática; tiene una capacidad de hasta 30 cajas/minuto.
Elevador		Desbasurador de tubos de inoxidable de 2 x 3.00 mts, con variador de velocidad, laterales, fabricado en acero al carbón y perfiles superiores en acero inoxidable.
Descanicator de ligas		De 8 carriles con variador de velocidad, y tolva de recepción para canica, fabricado en acero al carbón y pintura epoxica electrostática, perfiles superiores en acero inoxidable.
Mesa de selección		Manual de 2.00 m x 4.5 m con transportador de rodillos en acero inoxidable, variador de velocidad, andamios laterales, banda de desecho en ambos sentidos, bajada y cajón para desecho, fabricada en acero al carbón y pintura epoxica electrostática.
Cepilladora de lavado		De 2.0 mts. X 20 rodillos, 20 cepillos insertados rectos de polietileno, arreador, variador de velocidad, sistema de lavado por aspersión con tina de almacenamiento de agua de 300 litros, charolas de escurrimiento y ramal de aspersores, fabricada en acero al carbón y pintura epoxica electrostática, los perfiles superiores, la tina y las charolas de escurrimiento, son fabricadas en acero inoxidable.
Nombre	Imagen	Descripción
Volteadora de Bins		Semiautomática con sensores y control con



		capacidad de vaciado de 60 bins por hora.
Tina de Inmersión		Cuenta con un sistema a base de bombeo y boquillas que forma una corriente de agua en el interior de la tina el cual permite que el producto se sumerja y se impregne totalmente y avance y se mueva hacia un elevador de rodillos de acero inoxidable el cual conduce el producto hacia la siguiente maquina. La tina es fabricada en acero 100 % inoxidable, la estructura y la transmisión del elevador es en acero 100% Inoxidable.
Cepilladora de pre-secado		De 2.0 mts. X 20 rodillos 20 cepillos insertados rectos de polietileno con punta estrella, sistema de rascos, ventilador centrifugo para quitar la gota, ventilador axial, arreador, variador de velocidad, charolas de escurrimiento, fabricada en acero al carbón y pintura epoxica electrostática, los perfiles superiores, y las charolas de escurrimiento.
Túnel de secado de agua		2.0 x 6.00 mts. Con transportador de tubos de pvc, variador de velocidad, 3 ventiladores axiales, fabricado en acero al carbón y pintura epoxica electrostática, perfiles superiores en acero inoxidable.
Cepilladora enceradora		De 2.0 x 15 cepillos insertados rectos mezclados, Sistema de encerado fijo y variador de velocidad, charolas de escurrimiento, fabricada en acero al carbón y pintura epoxica electrostática, perfiles superiores en acero inoxidable.
Túnel de secado de cera		2.0 x 6.0 mts. Con transportador de tubos de Inoxidable, variador de velocidad, 3 ventiladores axiales, fabricado en acero Al carbón y pintura epoxica electrostática, perfiles superiores en acero Inoxidable.
Nombre	Imagen	Descripción



Clasificadora Computarizada de Rodillos		De 3" con 10 líneas y 15 salidas con singulador de bandas en 'v' incluido, parámetros de clasificación por diámetro y color, con velocidad de rodillos de 15 por segundo por cada línea, capacidad de 12 toneladas por hora con limón mexicano con fruta promedio de 35 gr., y 22 toneladas por hora con limón persa con fruta promedio de 90 gr, cuenta con banda de retorno andamio de servicio lateral, tolva corrida con puertas de pedal y separadores móviles, conexión vía Internet para diagnóstico y servicio de la pc.
Transportador de rodillos motorizado		Para caja llena, fabricado en acero al carbón y pintura electrostática, rodillos en acero Galvanizado.
Caseta de control		De 2.20 x 2.20 m, fabricada en acero al carbón y pintura Electroestática.
Transportador de rodillos por gravedad		Sección de 3 m de, con patas y baranda.
Transportador de rodillos en curva		Utiliza rodillos metálicos para facilitar el manejo y traslado de una gran diversidad de objetos.
Cámara de refrigeración		De 10.0 x 7.5 x 3.5 m, (largo, ancho y alto), fabricada con panel aislante de 3" de espesor, color blanco, sin piso, remates interiores y exteriores, ángulos de desplazamiento de lámina pinto calibre 20, sellador de butilo para desplante y sellador de poliuretano sikaflex 221 en juntas, uniones y accesorios de fijación.
Sistema de		Integrado por un ventilador de 5 hp, de uso pesado



aire forzado		a 220 vac y 1750 rpm, con 11 aspas de aluminio fundido en un diámetro de 850 mm, para dar una capacidad de 16,800 cfm a dl., montado en ducto.
Puerta de refrigeración		De panel aislante en 2.5" de espesor tipo corrediza, con herrajes y correderas tipo industrial, de 2.0 x 2.65 m. Puerta de refrigeración de panel aislante en 2.5" de espesor tipo over head, con herrajes y correderas tipo industrial de 2.0 x 2.65 m. Unidad de refrigeración de hp y un difusor de aire, un control electrónico de programable de temperatura, con instalación mecánica y eléctrica
Consola de control		consiste en la instalación de los Motores, todo el cableado, tubería, arrancadores, contactores, botonería, Interruptor general y protecciones distribuidas en toda la línea de empaque

Fuente.- Elaboración propia.

Tabla 4.12.- Tipos de inmuebles y descripción

Inmuebles	Imagen	Descripción
Escritorio		Medidas 120x65x75. Confeccionado en masisa enchapada en eucaliptus barnizada en 24 mm, costados y faldón en 18 mm, cajonera colgante.
Silla		Silla de visita de estructura metálica de perfil redondo negro opcionalmente aluminio, respaldo y asiento tapizado, carcasa externas inyectada en polipropileno, opcionalmente brazos, mecanismo y paleta universitaria.
Archivero		Profesional marca tammex, con 4 gavetas, y chapa en cada una de ellas y para documentos tamaño carta y oficio, alto 131 cm ancho 47 cm profundo 55 cm.
Teléfono		Tecnología alámbrica id de llamada: 60 números 1 auricular altavoz 10 números o nombres en memoria remarcación automática; últimos 3 números.
Inmueble	Imagen	Descripción



Impresora		Inyección de tinta velocidad negro 15 ppm color 11 ppm resolución 1200 x 600 dpis resolución escaneo 4800 dpi tipo de escaneo cama plana tamaño de cama oficio pantalla touch 4.3" inalámbrica lector de tarjetas fax integrado.
Fax		Envíe y reciba faxes @14.kbps (velocidad de transmisión hasta 6 seg por página), memoria de 200 pág. alimentador automático de 50 hojas, 100 números de discado rápido, hasta 20 números de broadcasting.
Computadora		All in one lenovo procesador amd e450, memoria 2gb, disco duro 500gb, pantalla led 18.5 pulgadas, windows 7 starter, office statter 2010, cámara web 2mp, unidad óptica dvd+/-rw, wifi b/g/n - ethernet 10/100.
Banqueta de Espera		Respaldo y asiento protegido por plásticos resistentes al impacto tapizados en espuma de alta densidad (30), estructura superior de tubo ovalado de acero estructural Ha-37 de 1,5 mm, de espesor. 3 asientos 1,50 mt de largo.

Fuente.- Elaboración propia.

Tabla 4.13.- Especificaciones del equipo de reparto

Transporte	Imagen	Descripción
Camioneta Nissan Pickup		Motor KA24DE con 143 hp Frenos:Disco/Tambor Gran capacidad de carga Transmisión 5 vel.
Camioneta de Carga RAM F-350		Motor Triton de 8 cilindros en V tipo SOHC, 4.6 litros, 235 caballos de fuerza y 293 lb-pie de torque.

Fuente.- Elaboración propia.

Tabla 4.14.- Total de unidades y costos totales de la maquinaria, inmuebles y equipo de transporte



Nombre	Costo Unitario	Unidades	Costo total
Maquinaria	\$ 3,500,000.00	1	\$ 3,500,000.00
Camioneta Ram	\$ 334,500.00	7	\$ 2,341,500.00
Camioneta Nissan	\$ 200,000.00	4	\$ 800,000.00
Escritorios	\$ 3,000.00	5	\$ 15,000.00
Silla	\$ 300.00	5	\$ 1,500.00
Archivero	\$ 1,500.00	5	\$ 7,500.00
Telefono	\$ 500.00	3	\$ 1,500.00
Impresora	\$ 2,500.00	2	\$ 5,000.00
Fax	\$ 1,000.00	1	\$ 1,000.00
Computadora	\$ 10,000.00	3	\$ 30,000.00
Banqueta de espera	\$ 2,000.00	3	\$ 6,000.00
Total			\$ 6,709,000.00

Fuente.- Elaboración propia.



Tabla 4.15.- Descripción por cuentas de los bienes inmuebles de la empresa “México Lindo”

Cuenta	Inmueble	Descripción
Maquinaria	Maquinaria	Se escogió este tipo y tamaño de maquinaria ya que es la que se necesita para cubrir las necesidades de producción tales necesidades van enfocadas a los diferentes calibres de limón y a la totalidad de producción.
Equipo de Transporte	Camioneta Ram	Se opto por escoger este tipo de camionetas ya que son de muy buena calidad y son idóneas para el trabajo y uso que se requiere para la transportación de la mercancía
	Camioneta Nissan	
Mobiliario y Equipo de Oficina	Escritorio	El mobiliario que se seleccionó es el que creemos mas adecuado para darle una mayor presentación a la imagen de nuestra empresa y de esa manera poder ofrecerle un excelente servicio a nuestros clientes el cual sea lo suficiente cómodo para que se sientan lo mas confortable posible también se considera que es muy agradable para nuestro personal que es el que se encargara de usarlo.
	Silla	
	Archivero	
	Teléfono	
	Fax	
	Banqueta de Espera	
Equipo de Computo	Computadora	El equipo fue adquirido ya que cubre las características que se requieren y son excelentes para el uso que se le dará que es tener un registro detallado de clientes, facturación registro de pedidos por mencionar algunos, por otra parte se escogieron ese tipo y modelo ya que no son muy costosos para la empresa y tienen excelente imagen y eso es lo que se busca en la empresa.
	Impresora	

Fuente.- Elaboración propia

Tabla 4.16.- Depreciación de la maquinaria, inmuebles y equipo utilizado por la empresa “México Lindo “

Nombre	Costo Unitario	Unidades	Costo total	% Dep	Dep Anual
Maquinaria	\$ 3,500,000.00	1	\$ 3,500,000.00	10%	\$ 350,000.00
Camioneta Ram	\$ 334,500.00	7	\$ 2,341,500.00	20%	\$ 468,300.00
Camioneta Nissan	\$ 200,000.00	4	\$ 800,000.00	20%	\$ 160,000.00
Escritorios	\$ 3,000.00	5	\$ 15,000.00	10%	\$ 1,500.00
Silla	\$ 300.00	5	\$ 1,500.00	10%	\$ 150.00
Archivero	\$ 1,500.00	5	\$ 7,500.00	10%	\$ 750.00
Telefono	\$ 500.00	3	\$ 1,500.00	10%	\$ 150.00
Impresora	\$ 2,500.00	2	\$ 5,000.00	20%	\$ 1,000.00
Fax	\$ 1,000.00	1	\$ 1,000.00	10%	\$ 100.00
Computadora	\$ 10,000.00	3	\$ 30,000.00	20%	\$ 6,000.00

Fuente.- Elaboración Propia

4.5.3.- Especificación de la Distribución

Imagen 4.8.- Distribución y localización de las instalaciones



Fuente.- Elaboración propia.



Imagen 4.9.- Distribución y localización de las instalaciones



Fuente.- Elaboración propia.

4.6.- Administración de Procesos

4.6.1.- Proceso de Producción

La producción de productos permanentes como el caso del limón Persa consta de dos etapas primordiales las cuales son **pre-operativas y operativas**, posteriormente comenzamos con la siguiente etapa que también es muy importante la de **ventas**, la cual se divide en **pre-venta, cierre de ventas y post-venta**.

4.6.1.1 Etapa pre-operativa



A continuación se describe la producción de Limón Persa, la cual está constituida por la compra de las plantas, preparación y habilitación del terreno, trazado y estaquillado, ahoyado, siembra, fertilización, limpias y planteos, control de plagas, podas y riego. Las labores necesarias para la formación de la plantación son:

Tabla 4.17.- Descripción de los procesos de la etapa pre-operativa del Limón Persa de la empresa “México Lindo”

Proceso	Descripción
Material vegetativo (Plantas)	Consiste en la selección adecuada y compra de las plantitas de limón Persa.
Preparación y habilitación del terreno	La adecuación del terreno es sumamente importante para crear las condiciones óptimas de desarrollo de las plantas.
Trazado y estaquillado	Se realizará de acuerdo al sistema elegido para sembrar los árboles, el cual dictará las distancias y forma de abrir los hoyos para sembrar.
Ahoyado	Consiste en abrir los hoyos o agujeros para sembrar las plantas de acuerdo al sistema de siembra elegido, éstos se deben hacer a una distancia de cinco metros uno del otro y regularmente a una profundidad y ancho de 45 centímetros.
Siembra	Los cítricos son propagados por semilla, aunque pueden hacerse también por la práctica del injerto. La siembra debe efectuarse en época lluviosa o cuando exista disponibilidad de agua para riego, consiste en insertar el árbol en el agujero hecho anteriormente para luego rellenarlo con tierra.
Fertilización	Con el conocimiento firme del tipo de suelos, conviene analizar las hojas de las plantas durante los primeros cuatro meses de edad después de la floración, lo cual servirá para eliminar algunas deficiencias y poder aplicar el fertilizante adecuado.
Limpias y planteos	Es el proceso manual en el cual se eliminan las malezas que pudieran entorpecer el buen desarrollo de las plantas.
Control de plagas y enfermedades	Esta actividad principalmente se realiza para prevenir cualquier plaga o enfermedad que ataque a la plantación y así lograr un buen desarrollo de la misma.
Proceso	Descripción
Riego	La irrigación eficiente consiste en humedecer la masa sólida que



	la planta ocupa, pero sin que el agua penetre excesivamente en las raíces, para evitar la putrefacción de la planta. La plantación debe regarse con una frecuencia de 7 a 10 días, lo que significa de 3 a 4 riegos por mes, durante los meses de diciembre a abril.
Poda	Es el proceso de cortar o podar las plantas con el fin de beneficiar el desarrollo de las plantas en la condición y forma necesaria para optimizar su producción, este proceso se realizará en el mes de mayo del segundo año de iniciado el proyecto.
Cosecha	El momento de la cosecha está determinado por el desarrollo del fruto, mudanza de coloración de la piel de verde oscuro a verde claro. Los limones deben cortarse sin que estén mojados por el sereno o la lluvia y colocarse en cajas con mucho cuidado.

Fuente.- Elaboración propia.

Cuadro 4.1.- Diagrama del proceso productivo de la etapa pre-operativa de Limón Persa de la empresa “México Lindo”



Fuente.- Elaboración propia.

4.6.1.2.- Etapa Operativa

El proceso del limón comienza básicamente con el cultivo y recolección en los campos productores, el cual es transportado a nuestra empresa integradora para seguir con un proceso más detallado, el cual sigue el orden descrito en cada apartado a continuación.

Tabla 4.18.- Descripción de los procesos de la etapa operativa del Limón Persa de la empresa



“México Lindo”

Proceso	Descripción
Acopio	El acopio de producto consiste en la adquisición de limón directamente del campo. Este es traído en cajas de plástico de alrededor de 20 Kg. El limón es recibido en el almacén y se revisa que sea un fruto bien desarrollado, de color verde alimonado y amarillo, entero, limpio de golpes y de consistencia firme, de textura razonablemente lisa y sin signos de putrefacción o descomposición.
Selección	La selección del producto es realizada en 4 mesas seleccionadoras y consiste en retirar todo aquel limón que no cumpla con las especificaciones establecidas, así como también todo aquel agente extraño que pudiera presentarse en cualquier fase anterior como son ramas, hojas, etc. Procurando así un correcto funcionamiento, buen flujo del proceso y específicamente el cumplimiento a nuestro cliente consumidor.
Lavado y encerado	El lavado y encerado consiste en retirar de la corteza del producto cualquier impureza como lo es el polvo y otras materias comunes. Basado en un sistema estrictamente higiénico, el cual es aplicado por personal debidamente uniformado y especializado. El resultado de este proceso es un limón de color verde oscuro, brillante y con una presentación muy agradable que incita al buen conocedor a deleitar su exótico y delicioso sabor digno del limón persa, es sin duda, un limón con digno sabor Michoacano.
Empacado	Una vez que el limón esta listo es empacado en cajas de cartón con capacidad de (18 Kg.) que son agrupadas para su manejo en tarimas de madera de por mts. Con una capacidad de 11 cajas por estiba en camas que dan un total de cajas por tarima. Aseguradas con cinta plástica para evitar inestabilidad y accidentes del producto. Realizado todo este proceso, es tiempo de preparar el embarque que llevara nuestro producto hacia el consumidor final.

Fuente.- Elaboración propia.



Cuadro 4.2.- Diagrama del proceso productivo de la etapa operativa del Limón Persa de la empresa “México Lindo”



Fuente.- Elaboración propia.

4.6.2.- Proceso de Ventas

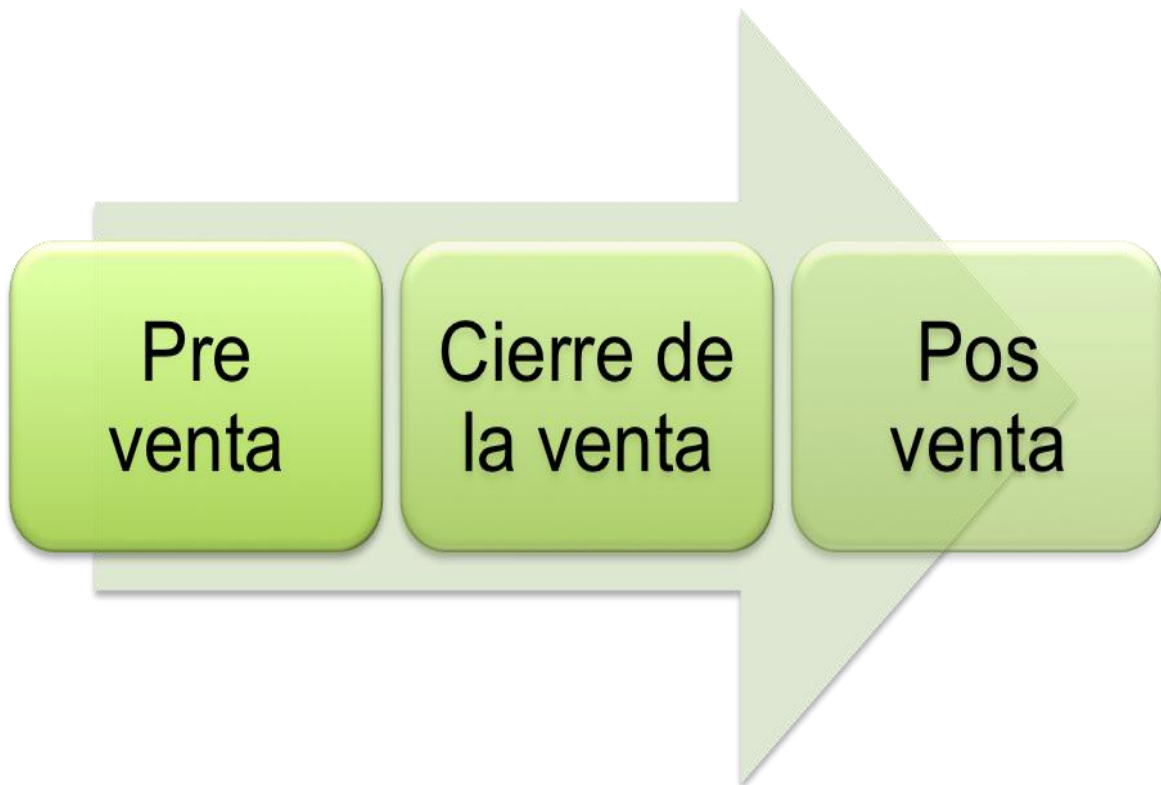


Tabla 4.19.- Descripción de los procesos del proceso de ventas del Limón Persa de la empresa “México Lindo”

Proceso	Descripción
Pre-venta	Se realizaran estudios para determinar las necesidades de nuestros clientes como principal objetivo y en base a eso ofrecerles una propuesta y oferta de nuestro producto procurando controles de calidad de nuestro servicio para la venta previo contrato con el intermediario de la empresa que requiere el producto el cual exige estándares de calidad para la compra de los mismos. Una vez teniendo estos datos debemos cubrir las siguientes etapas muy importantes para ofrecer el producto: ➤ Identificar a los clientes en perspectiva. ➤ Calificar a los candidatos en función a su potencial de compra. ➤ Elaborar una lista de clientes en perspectiva.
Cierre de venta	Después de haber presentado nuestro producto a un cliente potencial, y haber hecho frente a sus objeciones, intentaremos cerrar la venta, es decir, se intenta inducirlo o convencerlo de decidirse por la compra, en ese momento pasa de ser cliente potencial a ser nuestro cliente.
Post-venta	Al iniciar este proceso se tiene que mantener una comunicación continua con nuestros clientes para conocer si el producto cubre todas las necesidades que ellos requieren y esperaban. Para esto se llevan las siguientes acciones. ➤ Control de funcionalidad del servicio o producto entregado. ➤ Registro de satisfacción de los usuarios. ➤ Levantamiento de nuevos requerimientos en caso de que existan. ➤ Verificación y corrección inmediata de posibles errores. ➤ Seguimiento de utilización del producto. ➤ Asesorías periódicas para dar un valor agregado al servicio o producto entregado.

Fuente.- Elaboración propia.

Cuadro 4.3.- Diagrama del proceso de ventas del Limón Persa de la empresa “México Lindo”



Fuente.- Elaboración propia.



CAPÍTULO 5

ESTUDIO ADMINISTRATIVO

5.1.- Estudio Legal

5.1.1.- Forma o Constitución Legal

De acuerdo con el proyecto a desarrollarse se ha visto conveniente conformar una Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada (S.R.L) después de haber realizado un estudio a la Ley General de Sociedades Mercantiles, ya que no se excede el numero máximo de socios y además porque brinda la seguridad de que no se responderá personalmente por las obligaciones sociales además divide el capital en participaciones iguales, acumulables e individuales.

La organización denominado “México Lindo” estará integrada por 8 productores de limón, todos originarios del municipio de Apatzingán, los cuales tienen la disposición de trabajo en equipo y con una visión muy clara de lo que quieren lograr con su organización.

Los integrantes de la organización realizan reuniones desde hace aproximadamente 4 meses, con la idea de formular soluciones que contribuyan a la mejora de su calidad de vida. Este proyecto es una de las líneas de acción identificadas.

Una vez analizadas las distintas oportunidades de emprender una actividad económica, se deciden por la “Distinción de la producción primaria, con selección y empaque de limón Persa”.



La empresa “**México Lindo**” actualmente ya se encuentra registrada en el Servicio de Administración Tributaria lista para iniciar operaciones, y quedo inscrita con el siguiente Registro Federal de Contribuyentes:

Tabla 5.1.- Datos de identificación de la empresa México Lindo, S. de R.L.

NOMBRE	MEXICO LINDO, S. de R. L.
DOMICILIO	AV. FRANCISCO I MADERO 520 BUENOS AIRES MICHOCAN
CLAVE DEL R.F.C	IEM090402Q5A
ACTIVIDAD	Siembra, Cultivo y Cosecha De Otras Hortalizas y Semillas De Hortalizas

Fuente.- Elaboración propia.

5.1.2.- Requisitos Legales

El establecimiento o constitución de la empresa requiere el cumplimiento de ciertos requisitos y trámites legales ante autoridades gubernamentales, privadas y sociales. A continuación se enumeran algunas de las dependencias a las que deberá acudir y los trámites que deben realizarse:

5.1.2.1.- Secretaría de Relaciones Exteriores (en el caso de sociedades)

La Secretaría de Relaciones Exteriores (SRE), por medio de la Dirección General de Permisos, y de acuerdo con el artículo 27 constitucional, autoriza la constitución de una sociedad. Aquí la SRE resuelve si la denominación o razón social no está registrada con anterioridad y autoriza la determinación del objeto social.



5.1.2.2.- Notario Público/Registro Público de Comercio (en el caso de sociedades)

La constitución de la sociedad se formaliza mediante un contrato social denominado escritura o acta constitutiva, que establece los requisitos y reglas a partir de las cuales habrá de funcionar la sociedad. Entre otras cosas contienen:

- Datos generales de los socios.
- Objeto social.
- Denominación o razón social.
- Duración de la sociedad.
- Importe del capital social.
- Domicilio social.
- Órgano de administración.
- Vigilancia.
- Bases para la liquidación.

5.1.2.3.- Secretaría de Hacienda y Crédito Público

Dentro del mes siguiente a:

- Su constitución, las sociedades (personas morales).
- Haber realizado situaciones jurídicas que de hecho den lugar a presentación de declaraciones periódicas (apertura), las personas físicas con actividades empresariales y las personas morales residentes en el extranjero deben solicitar su inscripción en el Registro Federal de Contribuyentes de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (forma HRFC-1, en original y cinco copias), donde reciben una clave que les identifica en lo subsecuente ante la autoridad fiscal.



También la SHCP mantiene el Padrón de Proveedores de la Administración Pública Federal, al que deben registrarse las empresas o personas que deseen efectuar transacciones comerciales con las diferentes dependencias de la administración pública.

5.1.2.4.- Secretaría de Salud

Las actividades relacionadas con la salud humana requieren obtener, en un plazo no mayor de 30 días, de la Secretaría de Salud o de los gobiernos estatales, una autorización que podrá tener la forma de: Licencia Sanitaria, Permiso Sanitario, Registro Sanitario, Tarjetas de Control Sanitario. Esta licencia tiene por lo general una vigencia de dos años y debe revalidarse 30 días antes de su vencimiento.

5.1.2.5.- Instituto Mexicano del Seguro Social

El patrón (la empresa o persona física con actividades empresariales) y los trabajadores deben inscribirse en el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), dentro de un plazo no mayor de cinco días iniciadas las actividades. Al patrón se le clasificará de acuerdo con el Reglamento de Clasificación de Empresas y denominación del Grado de Riesgo del Seguro del Trabajo, base para fijar las cuotas que deberá cubrir.

5.1.2.6.- Institución Bancaria

En el banco seleccionado se abre la cuenta de cheques y se recurre a solicitar financiamiento, se paga todo tipo de impuestos (al igual que servicios tales como electricidad, teléfonos y gas entre otros) y se presentan declaraciones, aun cuando no originen pago.



De igual manera, el patrón y los trabajadores deben inscribirse ante el Sistema de Ahorro para el Retiro (subcuentas IMSS e Infonavit, forma SAR-01-1, SAR-01-2, SAR-04-1 o sus equivalentes en medios magnéticos). En el banco, más adelante se depositarán en forma bimestral las aportaciones correspondientes.

5.1.2.7.- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática

Al iniciar operaciones y posteriormente cada año, se debe dar aviso de manifestación estadística ante la Dirección General de Estadística, dependiente del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI).

5.1.2.8.- Secretaría de Economía

Esta secretaría (SE) debe verificar y autorizar todos los instrumentos de medidas y pesas que se usen como base u objeto de alguna transacción comercial. Reglamenta y registra las Normas Oficiales Mexicanas (NOM) que son obligatorias para ciertos productos (instrumentos de medición y prueba, ropa y calzado, salud, contaminantes, entre otros).

También existen normas opcionales, cuya adopción permite la autorización para el uso del sello oficial de garantía, siempre y cuando se cumplan con las especificaciones de un sistema de control de calidad. Asimismo puede emitir, a petición y según previa comprobación, un certificado oficial de calidad. La Secretaría (SE) estipula y controla los registros de las marcas, nombres comerciales, patentes y otras formas de propiedad industrial.



5.1.2.9.- Secretaría del Trabajo y Previsión Social

Todos los negocios deben cumplir con el Reglamento Federal de Seguridad, Higiene y Medio Ambiente de Trabajo y Normas Relativas.

5.1.2.10.- Comisión Nacional del Agua

En caso de no estar conectado a alguna red de agua potable y alcantarillado se debe solicitar permiso ante la Comisión Nacional del Agua para obtener derechos de extracción de agua del subsuelo, y de igual manera se deben registrar las descargas. En ambos casos se origina el pago de derechos.

5.1.2.11.- Licencias de Funcionamiento

Este trámite se tiene que realizar para obtener la licencia de funcionamiento municipal y poder iniciar actividades y se deben de cumplir los siguientes requisitos:

- Dictamen de uso de suelo.
- Solicitud original.
- Copia de identificación del propietario y gestor, o del representante legal si es persona moral.
- Copia de acta constitutiva, en caso de ser persona moral.
- Copia del trámite correspondiente ante hacienda, con la dirección solicitada.
- Copia del aviso de funcionamiento a salubridad.
- Copia del recibo del OOAPAS o número de contrato.
- Carta de anuencia de vecinos original y dos copias.
- Visto bueno de protección civil municipal.
- Dictamen de protección al medio ambiente.
- Permiso de descarga de aguas residuales.



- Verificación aprobada de inspección y vigilancia.

5.1.2.12.- Contrato en la comisión federal de electricidad CFE

Los requisitos para poder realizar el contrato son los siguientes:

- Nombre del representante legal.
- Dirección completa (precisar entre cuáles calles se encuentra).
- Colonia, ciudad o población.
- Copia del Registro Federal de Contribuyentes.
- Razón Social (copia acta constitutiva e identificación del representante legal).
- Contar con el certificado expedido por una unidad de verificación.
- Cubrir el importe del depósito de garantía determinado conforme a lo señalado en las tarifas en vigor.

5.1.3.- Aspectos Legales

5.1.3.1.- Aspectos Administrativos

Previo al inicio formal de operaciones, se deberán obtener los permisos necesarios para la apertura y funcionamiento de la sociedad, en donde se encuentre el domicilio de la sociedad, siendo los más generales el permiso de uso de suelo, la declaración de apertura de establecimiento mercantil y en algunos casos se podrá requerir entre otros, la licencia de funcionamiento, aviso de apertura en materia sanitaria, etcétera.



5.1.3.2.- Aspectos Laborales

Es de vital importancia que la empresa cumpla debidamente con las disposiciones legales aplicables al Instituto Mexicano del Seguro Social, e INFONAVIT, Sistema de Ahorro para el Retiro, así como con las demás disposiciones previstas por la Ley Federal del Trabajo. Adicionalmente, existen otras disposiciones generales en materia de seguridad e higiene que fijan una gran variedad de obligaciones a cargo de los empresarios, con el propósito de acentuar la seguridad, higiene y adecuado medio ambiental en los centros de trabajo.

En materia de contratos, destacan el contrato colectivo de trabajo y los contratos individuales que se celebrarán con cada trabajador.

5.1.3.3.- Aspectos Fiscales

5.1.3.3.1.- Impuestos Federales

Las principales obligaciones en materia de impuestos federales a las que se encuentra sujeta la sociedad durante su funcionamiento son las siguientes:

- Presentar la declaración anual del Impuesto Sobre la Renta (ISR) donde se informe sobre los clientes y proveedores de bienes y servicios.
- Proporcionar la información del Valor Agregado (IVA) que se solicite en las declaraciones de Impuesto Sobre la Renta (ISR).
- Presentar la declaración y pago provisional mensual del Impuesto Sobre la Renta (ISR) de personas morales en Régimen Simplificado.
- Presentar la declaración anual de Impuesto Sobre la Renta (ISR) de



personas morales de Régimen Simplificado.

- Presentar la declaración mensual donde se informe sobre las operaciones con terceros para efecto del Impuesto con Valor Agregado (IVA).
- Presentar la declaración y pago provisional del Impuesto Empresarial a Tasa Única (IETU).
- Presentar la declaración y pago anual de Impuesto Empresarial a Tasa Única (IETU).
- Presentar la declaración y pago definitivo mensual de Impuesto al Valor Agregado (IVA).

5.1.3.3.2.- Impuestos Estatales

Las principales obligaciones en materia de impuestos estatales a las que se encuentra sujeta la sociedad durante su funcionamiento son las siguientes:

- Presentar la declaración provisional del Impuesto del 2% sobre Nómina y Hospedaje.
- Presentar la declaración anual del Impuesto 2% sobre Nómina y Hospedaje.

5.1.3.3.3.- Impuestos Municipales

Las principales obligaciones en materia de impuestos municipales a las que se encuentra sujeta la sociedad durante su funcionamiento son las siguientes:



- Presentar el impuesto Predial.

5.1.3.4.- Aspectos Normativos

Se deberá cumplir además con todas las normas oficiales correspondientes y con las leyes especiales y sus reglamentos relacionados con la actividad preponderante de la sociedad.

En cuestión de servicios privados necesarios para la empresa y su funcionamiento son la contratación de líneas telefónicas y el internet este servicio se contratara con la empresa Teléfonos de México TELMEX y los requisitos para adquirir sus servicios son los siguientes:

- Presentar identificación oficial vigente (IFE o Pasaporte).
- Proporcionar la ubicación exacta de tu domicilio.
- Cubrir el anticipo correspondiente.

5.2.- Estudio Organizacional

5.2.1.- Descripción de la Estructura Organizacional

Actualmente se encuentran en el proceso de consolidación organizativa, pues aun que legalmente ya se encuentran constituidos como una S.P.R. de R.L., aunque aún tienen que trabajar arduamente para lograr consolidar su organización hasta verla convertida en una empresa generadora de estabilidad económica para cada uno de ellos y sus familias.

Para trabajar bajo la normatividad, se llegó al acuerdo de nombrar su mesa directiva integrada por un presidente, un secretario y un tesorero; dichos puestos estarán a cargo de los representantes de los socios y los encargados de



administrar y hacer funcionar correctamente la empresa para que esta alcance la meta fijada.

Con la firma del acta constitutiva, se designó al consejo directivo, así mismo se nombraron tres áreas organizativas que son de vital importancia para poder echar a andar dicho proyecto; el propósito de estas áreas es comenzar a trabajar de una manera ordenada a través de la búsqueda del personal capaz de desempeñar la actividad de una manera eficiente y que cumplan con las exigencias que demanda la empresa así como la que demanda el mercado y de esa forma cumplir satisfactoriamente con las expectativas de los socios; tales áreas así como las personas que fueron calificadas para cubrir los puestos se menciona a continuación.

Tabla 5.2.- Integrantes del Consejo Directivo

Puesto	Nombre
Presidente	Nayeli Edith Torres Tercero
Secretario General	David Castro Martinez
Tesorero	Emmanuel Hernandez Silva
Jefe de Compras	José Ma. Orozco Godínez
Jefe de Producción	José Luis Adame López
Jefe de Ventas	Leonel Martínez García
Total	

Fuente.- Elaboración propia.

Las personas antes mencionadas fueron elegidas por mayoría de votos, ellas son las indicadas para ocupar dichos cargos y con su elección queda de manifiesto la confianza plena que los integrantes han depositado en ellos, haciendo promisorio desde ahora su buen trabajo, en beneficio de la organización.

Con este nombramiento, también se les da la facultad para que en nombre de todos realicen los trámites necesarios para obtener recursos, tomando en



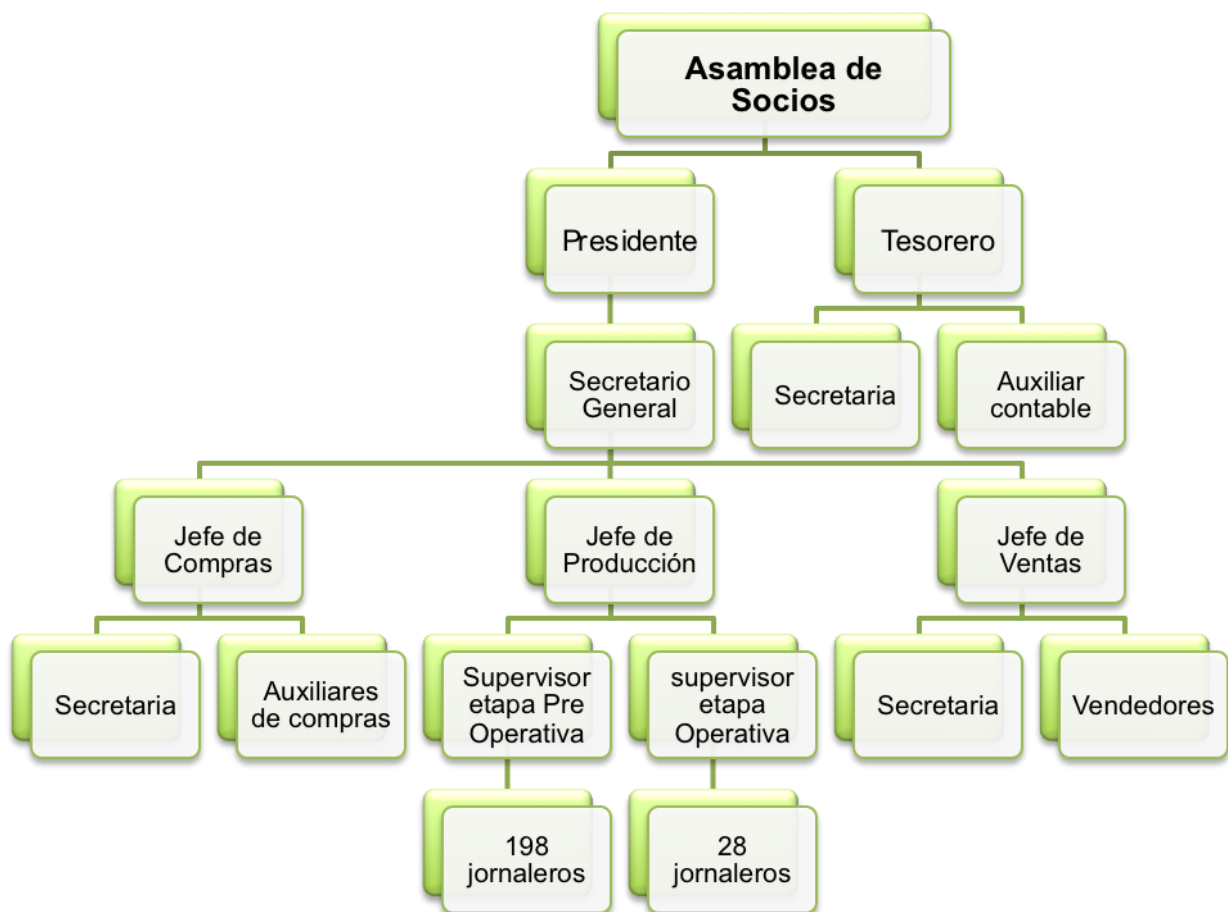
cuenta que los principios de la organización son:

- ✓ Formular y promover actividades productivas.
- ✓ Contribuir al desarrollo económico personal y familiar.

5.2.2.- Organigrama

Dentro de cualquier organización es necesario establecer niveles jerárquicos de tal manera que se deleguen responsabilidades, en este caso se indica en el siguiente organigrama.

Cuadro 5.1.- Organigrama de la empresa “México Lindo “



Fuente.- Elaboración propia.



5.2.3.- Análisis de Puestos

El perfil requerido y capacidades con las que deben de cumplir los directivos y los operadores son los siguientes.

Es necesario mencionar que de acuerdo a los perfiles requeridos, se nombraron a las personas que más se acercaran a ellos y las personas que ocupan actualmente los cargos, se comprometieron a trabajar lo mejor posible en beneficio de su organización.

Tabla 5.3.- Descripción del puesto del presidente de la empresa “México Lindo”

Nombre del puesto	Presidente
Número de plazas	1.
Clave	Temporal.
Tipo de contratación	Inmediata.
Jefe inmediato	Asamblea general de socios.
Subordinados directos	Secretario general.
Propósito del puesto	Dirigir en forma general la empresa y de esa manera llevar el control para la toma de decisiones en representación de los socios tales decisiones deben de ser las más acertadas en cuestión de la producción y ventas con el fin que la alcanzar el objetivo señalado.
Funciones	Dirigir y ordenar el correcto funcionamiento de la empresa en todas sus áreas para que esta marche conforme lo planeado y poder tener los resultados esperados por los socios.
Especificaciones	✓ Licenciado en Administración de Empresas o Contaduría. ✓ Experiencia como administrador mínima de 1 año. ✓ Con liderazgo, carácter firme, que tenga convicción, que sepa dirigir y además que tenga don de mando, disciplinada y comprometida.

Fuente.- Elaboración propia.



Tabla 5.4.- Descripción del puesto del secretario general de la empresa “México Lindo”

Nombre del puesto	Secretario general
Número de plazas	1.
Clave	Temporal.
Tipo de contratación	Inmediata.
Jefe inmediato	Presidente.
Subordinados directos	Jefe de compras, jefe ventas y jefe de producción.
Propósito del puesto	Es le encargado de coordinar los recursos humanos y físicos de la Empresa, dirigir los planes de compras, contratación y las demás actividades relacionadas con la administración de los recursos económicos, contables y presupuestales en conjunto del tesorero con el fin de garantizar el cumplimiento de la misión empresarial.
Funciones	✓ Preparar los proyectos de acuerdo y resoluciones emanadas de la Junta Directiva de la Empresa y apoyar a la Presidencia en los proyectos. ✓ Ejercer como secretario de la Junta Directiva, llevar las actas respectivas, convocar a las sesiones de la misma. ✓ Cumplir las delegaciones y demás funciones que le sean asignadas por autoridad competente y que corresponda a la naturaleza de la dependencia. ✓ Preparar, en coordinación con las demás dependencias de la empresa, el programa anual de caja de los gastos generales del presupuesto, en especial el relacionado con el personal y el funcionamiento de la empresa y efectuar el seguimiento de su ejecución.
Sueldo	\$ 6,500.00 mensual.
Especificaciones	✓ Licenciado en Administración de Empresas o Contaduría. ✓ Experiencia como administrador mínima de 1 año. con liderazgo, carácter firme, que tenga convicción, que sepa dirigir y además que tenga don de mando, disciplinada y comprometida.



Fuente.- Elaboración propia.

Tabla 5.5.- Descripción del puesto del tesorero de la empresa “México Lindo”

Nombre del puesto	Tesorero
Número de plazas	1.
Clave	Temporal.
Tipo de contratación	Inmediata.
Jefe inmediato	Asamblea General de Socios
Subordinados directos	Secretaria y Auxiliar Contable.
Propósito del puesto	Coordina las actividades financieras de la empresa, tales como: la planeación financiera y percepción de fondos, administración del efectivo, desembolsos de capital, manejo de créditos y administración de la cartera de inversiones. Controlar y verificar, si las diferentes operaciones comprometidas se han efectivizado. Si determinados clientes cumplieron con efectuar los depósitos por el pago de sus deudas.
Funciones	✓ Asegurar la liquidez de la empresa. ✓ Autorización del giro de cheques en base a los saldos disponibles y el flujo de caja diario, semanal mensual y anual. ✓ Control y seguimiento de los cargos y abonos no identificados, registrados en las cuentas corrientes bancarias ✓ La emisión de flujos de caja diarios, semanales, mensuales y anual reporte de gestión
Sueldo	\$ 6,500.00 mensual



Especificaciones	✓ Licenciado en Administración de Empresas o Finanzas. ✓ Conocimientos calculo de impuestos federales, estatales y municipales. ✓ Experiencia como administrador mínima de 1 año. ✓ Observador y extrovertido.
-------------------------	--

Fuente.- Elaboración propia.

Tabla 5.6.- Descripción del puesto del jefe de compras de la empresa “México Lindo”

Nombre del puesto	Jefe de compras
Número de plazas	1.
Clave	Temporal.
Tipo de contratación	Inmediata.
Jefe inmediato	Secretario general
Subordinados directos	Una secretaria y tres auxiliares de compras
Propósito del puesto	Se encargara de programar, coordinar, ejecutar y controlar la adquisición de materiales y materia prima que necesita la empresa para su funcionamiento velando por que dichas adquisiciones se redicen en el momento justo, en las cantidades necesarias, con la calidad adecuada y al precio mas conveniente. Todas las compras que este departamento deberán de ser respaldada por notas de compra, facturas o recibos y entregadas al tesorero para su registro.



Funciones	✓ Encargarse de la adquisición, manejo, almacenamiento, stock y seguridad de los insumos. ✓ Controlar que las áreas de almacenamiento estén bien ubicadas, limpias y ordenadas. ✓ Buscar, seleccionar y mantener proveedores competentes. ✓ Realizar localización de nuevos producto, materiales y fuentes de suministros. ✓ Supervisar continuamente al personal a su cargo velando por que cumplan con las normas, procedimientos y reglamentos establecidos por el área.
Sueldo	\$ 6,000.00 mensual
Especificaciones	✓ Formación universitaria media o conocimientos equivalentes. Estudios complementarios sobre gestión de compras y stocks. ✓ Experiencia de 2 a 3 años en departamento similar. ✓ Habilidades de negociación altas, honradez, facilidad de trato y relación, dinamismo seriedad, gran capacidad de comunicación y simpatía.

Fuente.- Elaboración propia.

Tabla 5.7.- Descripción del puesto del jefe de producción de la empresa “México Lindo”

Nombre del puesto	Jefe de producción
Número de plazas	1.
Clave	Temporal.



Tipo de contratación	Inmediata.
Jefe inmediato	Secretario general
Subordinados directos	Dos supervisores para la etapa pre-operativa y operativa
Propósito del puesto	Es el área más importante de la empresa ya que puede considerarse como el corazón de la misma, ya que si la actividad de esta sección se interrumpiese, toda la empresa dejaría de ser productiva. Es en el departamento de producción donde se solicita y controla el material del que se va a trabajar, se determina la secuencia de las operaciones, las inspecciones y los métodos, se piden las herramientas, se asignan tiempos, se programa, se distribuye y se lleva el control del trabajo y se logra la satisfacción del cliente. La instrucción en este campo revela como se realiza la producción, como se lleva a cabo, como se ejecuta y cuanto tiempo toma hacerla.
Funciones	✓Es preciso que establezca una línea de comunicación abierta con las siguientes personas: Director General, Gerente de Compras y Ventas ✓Actualizar a los supervisores de producción sobre las innovaciones en los procesos. ✓Tendrá que verificar los reportes que le sean entregados y analizarlos. ✓Solicitar apoyo de asesoría técnica profesional externa en caso que sea necesario, reportándolo previamente con el Director General. ✓En la temporada de corte y empaque será responsable, junto con sus supervisores, que el producto se encuentre en las condiciones óptimas para su venta. ✓Instruir en la temporada de corte y empaque a los empleados temporales para que realicen bien su labor. ✓En caso de algún brote viral o enfermedad de la planta, tendrá que ver la causa y solucionar el problema.
Sueldo	\$ 6,000.00 mensual



Especificaciones	✓ Debe ser Ingeniero Agrónomo. ✓ Debe ser una persona comprometida con su trabajo y consiente de la importancia de su labor, ya que algún error o falta de atención oportuna, puede representar grandes pérdidas a la empresa. No puede compartir información con alguna persona ajena a la empresa que no sean los asesores externos y sin previa autorización del Director General. ✓ Experiencia de 2 a 3 años en departamento similar.
-------------------------	--

Fuente.- Elaboración propia.

Tabla 5.8.- Descripción del puesto del jefe de ventas de la empresa “México Lindo”

Nombre del puesto	Jefe de ventas
Número de plazas	1.
Clave	Temporal.
Tipo de contratación	Inmediata.
Jefe inmediato	Secretario general
Subordinados directos	Una secretaria y cuatro vendedores



Propósito del puesto	El encargado de esta actividad, debe de buscar, clientes para la venta del rebaño, su tarea más difícil es la de vender a un buen precio y en las mejores condiciones, de tal manera que se obtenga lo necesario para recuperar los costos de producción y dejar un margen de utilidad que les genere buenos ingresos.
Funciones	✓ Coordinarse con el secretario general para buscar los mejores nichos del mercado. ✓ Establecer las políticas de ventas. ✓ Manejar un control de cartera de clientes, que establezca las normas que exigen. ✓ Verificar que éstos estén satisfechos con el empaque y el manejo del producto. ✓ Asegurarse que se cumplan las condiciones acordadas por ambas partes. ✓ Debe encargarse de las relaciones públicas junto con el secretario general para asegurarse de mantener buenas relaciones con clientes y proveedores.
Sueldo	\$ 6,000.00 mensual
Especificaciones	✓ Como requisito del puesto debe tener Licenciatura en Administración de Empresas, Negocios o Contador. ✓ Experiencia de 2 a 3 años en departamento similar. ✓ Debe ser una persona con bastante capacidad de negociación, carisma, desinhibida, pero prudente, analítica y bien relacionada.

Fuente.- Elaboración propia.



CAPÍTULO 6

ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL

El presente es un proyecto de Desarrollo Rural Integral, el cual generará impactos moderados e impactos nulos, tanto al medio ambiente como a los recursos naturales, por lo que se clasifica como un proyecto conceptualizado y diseñado expresamente para conservar y mejorar la calidad ambiental, es un proyecto con reconversión productiva y transferencia de tecnología.

6.1.- Descripción de los Posibles Impactos Ambientales Positivos del Proyecto



Al planear realizar este proyecto se estudiaron todas los posibles impactos ambientales que podríamos causar pero de una manera positiva ya que los proyectos sociales de plantación de árboles, producen resultados positivos, por los bienes que se producen y por los servicios ambientales que prestan ya que los árboles dan productos útiles, así como muchos beneficios ambientales y a su vez estéticos; de esta manera se considera que con dicha plantación podremos ayudar al medio ambiente de la siguiente manera.

- Plantación de árboles autóctonos los cuales tienen un impacto positivo sobre la fauna y la flora del lugar.
- Aumento en la calidad de vida de animales silvestres.
- Disminución de la erosión del suelo gracias a la introducción de actividades de agroforestería.
- El cuidado de los ecosistemas que existan en la zona.

6.2.- Descripción de los Posibles Impactos Ambientales Negativos del Proyecto

- La destrucción de ambientes naturales y extinción de especies como cualquier otro cultivo agrícola, las plantaciones de árboles de crecimiento rápido y ciclo corto, pueden agotar los alimentos del suelo y reducir la fertilidad del sitio, al eliminar, repetidamente, la biomasa y trastornar el suelo.
- La contaminación del suelo, el agua y el aire ya que las actividades de reforestación y forestación en las regiones más áridas, especialmente,



pueden agotar la humedad de la tierra, bajar el nivel del agua freática, y afectar el flujo básico hacia los ríos.

- Conflicto de intereses con otros usuarios del agua para riego ya que las plantaciones con riego puede causar conflicto con los demás usuarios del agua, y causar otros impactos ambientales.
- Impactos de carácter temporal, no sólo la pérdida de la vegetación existente y los valores ambientales que ésta pueda tener, sino también los problemas ambientales relacionados con el desbroce de la tierra, la mayor erosión, la interrupción del ciclo hidrológico, la compactación del suelo, y la disminución consiguiente en la fertilidad del suelo.

6.3.- Descripción de los Posibles Impactos Sociales Positivos del Proyecto

- La mejora de la calidad de vida de los habitantes de las zonas aledañas.
- Mejoramiento de las vías de acceso a las comunidades.
- Formular y proponer acciones que contribuyan a la mejora de la calidad de vida de las integrantes de la empresa “México Lindo” y sus familias.
- Promover el desarrollo económico individual, familiar y contribuir al desarrollo local.
- Optimizar el uso eficiente de los recursos naturales con los que cuentan los integrantes de la empresa “México Lindo”, a fin de contribuir a la mejora de su posición competitiva, mediante la promoción del desarrollo rural



sustentable.

- Fortalecer la integración organizativa de la empresa “México Lindo” en Apatzingán, Michoacán.

6.4.- Descripción de los Posibles Impactos Sociales Negativos del Proyecto

- Aumento del tamaño y densidad de las poblaciones.
- Surgimiento de rivalidad entre grupos de agricultores por las fuentes de agua.
- Sistemas de riego mal diseñados los cuales pueden tener como consecuencia el incremento de enfermedades relacionadas con el agua.
- La destrucción o aislamiento de comunidades las cuales tengan o estén catalogadas como patrimonios culturales.

Cuadro 6.1.- Evaluación del

Valoración del Impacto

impacto ambiental

Impacto sobre	Positivo	Nulo	Negativo Moderado	Positivo Significativo
Suelo		X	X	
Corrientes de Agua		X		
Aire		X		
Paisaje Vegetativo		X		
Fauna		X		
Ruido		X		



Fuente.- Elaboración propia.



CAPÍTULO 7

ESTUDIO FINANCIERO

7.1.- Inversión Total Inicial

7.1.1.- Estado de Posición Financiera Inicial

Tabla 7.1.- Balance General Inicial

México Lindo, S. de R.L. Estado de situación financiera al 01 de enero del 2013				
ACTIVO			PASIVO	
Circulante			A corto plazo	
Efectivo		\$ 734,453.67	Total pasivo	0.00
Total activo circulante		734,453.67		
No circulante				
Terrenos		8,500,600.00		
Edificios		4,500,800.00		
Maquinaria y equipo	\$ 3,500,000.00	3,500,000.00		
Depreciación acumulada de maquinaria y equipo	0.00			
Mobiliario y equipo de oficina	31,500.00	31,500.00	CAPITAL CONTABLE	
Depreciación acumulada de mobiliario y equipo de oficina	0.00		Capital social	\$ 18,694,853.67
Equipo de Transporte	3,141,500.00	3,141,500.00	Total capital contable	18,694,853.67
Depreciación acumulada de equipo de transporte	0.00		Subsidio de gobierno	1,750,000.00
Equipo de cómputo	36,000.00	36,000.00		
Depreciación acumulada de equipo de cómputo	0.00			
Total activo no circulante		19,710,400.00		
TOTAL ACTIVO		\$ 20,444,853.67	TOTAL PASIVO MÁS CAPITAL CONTABLE	\$ 20,444,853.67
Autorizado por			Elaborado por	
Sr "X"			Sr "X"	
Gerente General			Contador General	

Fuente.- Elaboración propia.



7.1.2.- Determinación del Capital de Trabajo

El Capital de Trabajo estará integrado por **\$ 734,453.67 (Setecientos treinta y cuatro mil cuatrocientos cincuenta y tres pesos con sesenta y siete centavos M.N)**, los cuales serán utilizados para solventar diversos gastos en los que se incurrirá previo a la entrada en operación de la empresa.

Este capital de trabajo irá aumentando conforme a los ejercicios anuales de la empresa, en efecto se logra con saldos positivos de los Flujos de Efectivo y procurando que esto siempre se mantengan con un saldo a favor para la empresa.

7.2.- Fuentes de Financiamiento del Proyecto

7.2.1.- Fuentes de Financiamiento Externas

Para este proyecto se buscara un financiamiento gubernamental el cual tiene por nombre: **PROGRAMA ACTIVOS PRODUCTIVOS DE SEDRU EN EL ESTADO DE MICHOACÁN**, dicho programa consta de apoyos tanto estatales como federales que son para el campo para la adquisición de maquinaria, el gobierno subsidia el 50% del total de la maquinaria que en este caso constaría de **\$ 1'750,000.00 (Un millón setecientos mil cincuenta pesos 00/100 M.N.)**

7.2.2.- Fuentes de Financiamiento Internas

Para la apertura del proyecto se hará una aportación en efectivo de **\$'19,078,780.00 (Diecinueve millones setenta y ocho mil setecientos ochenta pesos 00/100 M.N.)**, esta aportación esta dividida en 8 que son los socios que participarán para echar a andar el proyecto. La aportación será en partes iguales,



la cual se utilizará para comprar el equipo que se requiera y para poder comenzar operaciones.

7.3.- Presupuestos

7.3.1.- Presupuesto de Ventas

Se realizaron los presupuestos de las ventas de cinco años, que a continuación se describen para cada uno de los años.

Para el presupuesto de ingresos se realizó el cálculo de los precios de venta que se tendrán en “**México Lindo, S. de R.L.**”

Tabla 7.2.- Presupuesto de Ventas para el año 2013

México Lindo, S. De R.L.				
Presupuesto de Ventas del año 2013				
Empaque	Presentación	Total de empaque	Precio de venta unitario	Ventas
Arpilla de plástico	20 kg	8,800	250.00	2,200,000.00
	18 kg	8,115	225.00	1,825,875.00
Caja de madera	20 kg	8,099	510.00	4,130,490.00
	15 kg	7,850	385.00	3,022,250.00
Caja de plástico	20 kg	8,450	510.00	4,309,500.00
	15 kg	7,880	385.00	3,033,800.00
Total		49,194		18,521,915.00

Fuente.- Elaboración propia.



Tabla 7.3.- Presupuesto de Ventas para el año 2014

México Lindo, S. De R.L.				
Presupuesto de Ventas del año 2014				
Empaque	Presentación	Total de empaque	Precio de venta unitario	Ventas
Arpilla de plástico	20 kg	9,350	255.00	2,384,250.00
	18 kg	8,400	230.00	1,932,000.00
Caja de madera	20 kg	8,551	515.00	4,403,765.00
	15 kg	8,452	390.00	3,296,280.00
Caja de plástico	20 kg	8,400	515.00	4,326,000.00
	15 kg	8,400	390.00	3,276,000.00
Total		51,553		19,618,295.00

Fuente.- Elaboración propia.

Tabla 7.4.- Presupuesto de Ventas para el año 2015

México Lindo, S. De R.L.				
Presupuesto de Ventas del año 2015				
Empaque	Presentación	Total de empaque	Precio de venta unitario	Ventas
Arpilla de plástico	20 kg	9,450	260.00	2,457,000.00
	18 kg	8,751	235.00	2,056,485.00
Caja de madera	20 kg	9,011	520.00	4,685,720.00
	15 kg	8,951	395.00	3,535,645.00
Caja de plástico	20 kg	8,850	520.00	4,602,000.00
	15 kg	9,200	395.00	3,634,000.00
Total		54,213		20,970,850.00

Fuente.- Elaboración propia.



Tabla 7.5.- Presupuesto de Ventas para el año 2016

México Lindo, S. De R.L.				
Presupuesto de Ventas del año 2016				
Empaque	Presentación	Total de empaque	Precio de venta unitario	Ventas
Arpilla de plástico	20 kg	12,000	265.00	3,180,000.00
	18 kg	8,810	340.00	2,995,400.00
Caja de madera	20 kg	9,050	525.00	4,751,250.00
	15 kg	9,070	400.00	3,628,000.00
Caja de plástico	20 kg	8,824	525.00	4,632,600.00
	15 kg	9,060	400.00	3,624,000.00
Total		56,814		22,811,250.00

Fuente.- Elaboración propia.

Tabla 7.6.- Presupuesto de Ventas para el año 2017

México Lindo, S. De R.L.				
Presupuesto de Ventas del año 2017				
Empaque	Presentación	Total de empaque	Precio de venta unitario	Ventas
Arpilla de plástico	20 kg	10,888	270.00	2,939,760.00
	18 kg	9,750	345.00	3,363,750.00
Caja de madera	20 kg	10,000	530.00	5,300,000.00
	15 kg	9,800	405.00	3,969,000.00
Caja de plástico	20 kg	9,950	530.00	5,273,500.00
	15 kg	9,850	405.00	3,989,250.00
Total		60,238		24,835,260.00

Fuente.- Elaboración propia.



7.3.2.- Presupuesto de Materia Prima

Se realizaron los presupuestos de las ventas de cinco años, que a continuación se describen para cada uno de los años.

Para el presupuesto de Materia Prima del año 2013 se realizó el cálculo de los precios de costos que se tendrán en “**México Lindo, S. de R.L.**”

Tabla 7.7.- Presupuesto de Materia Prima del año 2013

México Lindo, S. de R.L.			
Presupuesto de materia prima del año 2013			
Materia Prima	Costo mensual	Meses	Total
Agua	25,000.00	6	150,000.00
Fertilizantes	200,000.00	12	2,400,000.00
Total			2,550,000.00

Fuente.- Elaboración propia.

Tabla 7.8.- Presupuesto de Materia Prima del año 2014

México Lindo, S. de R.L.			
Presupuesto de materia prima del año 2014			
Materia Prima	Costo mensual	Meses	Total
Agua	27,000.00	6	162,000.00
Fertilizantes	200,010.00	12	2,400,120.00
Total			2,562,120.00

Fuente.- Elaboración propia.



Tabla 7.9.- Presupuesto de Materia Prima del año 2015

México Lindo, S. de R.L.			
Presupuesto de materia prima del año 2015			
Materia Prima	Costo mensual	Meses	Total
Agua	29,000.00	6	174,000.00
Fertilizantes	200,020.00	12	2,400,240.00
Total			2,574,240.00

Fuente.- Elaboración propia.

Tabla 7.10.- Presupuesto de Materia Prima del año 2016

México Lindo, S. de R.L.			
Presupuesto de materia prima del año 2016			
Materia Prima	Costo mensual	Meses	Total
Agua	31,000.00	6	186,000.00
Fertilizantes	200,030.00	12	2,400,360.00
Total			2,586,360.00

Fuente.- Elaboración propia.

Tabla 7.11.- Presupuesto de Materia Prima del año 2017

México Lindo, S. de R.L.			
Presupuesto de materia prima del año 2017			
Materia Prima	Costo mensual	Meses	Total
Agua	33,000.00	6	198,000.00
Fertilizantes	200,040.00	12	2,400,480.00
Total			2,598,480.00

Fuente.- Elaboración propia.



7.3.3.- Presupuesto de Mano de Obra

Se realizaron los presupuestos de las ventas de cinco años, que a continuación se describen para cada uno de los años.

Para el presupuesto de Mano de Obra se realizó un cálculo detallado de cada uno de los costos que se tendrán en “**México Lindo, S. de R.L.**”

Tabla 7.12.- Presupuesto de Mano de obra del año 2013

México Lindo, S. De R.L.					
Presupuesto de mano de obra del año 2013					
Etapas	Descripción de la actividad	No. de trabajadores	Salario diario	Días trabajados	Salario anual
	Preparación de las plantas	13	1,820.00	200	364,000.00
	Preparación y habilitación del terreno	13	1,820.00	200	364,000.00
	Trazado y estaquillado	13	1,820.00	200	364,000.00
	Ahoyado	13	1,820.00	200	364,000.00
Pre-operativa	Siembra	13	1,820.00	200	364,000.00
	Fertilización	13	1,820.00	200	364,000.00
	Limpías y planteos	13	1,820.00	200	364,000.00
	Control de plagas y enfermedades	13	1,820.00	200	364,000.00
	Riego	13	1,820.00	200	364,000.00
	Poda	13	1,820.00	200	364,000.00
	Cosecha	13	1,820.00	200	364,000.00
	Acopio	1	140.00	200	28,000.00
	Selección	2	280.00	200	56,000.00
Operativa	Lavado y secado	2	280.00	200	56,000.00
	Encerado	1	140.00	200	28,000.00
	Empacado	15	2,100.00	200	420,000.00
Total			22,960.00	200	4,592,000.00

Fuente.- Elaboración propia.



Tabla 7.13.- Presupuesto de Mano de obra del año 2014

México Lindo, S. De R.L.					
Presupuesto de mano de obra del año 2014					
Etapas	Descripción de la actividad	No. de trabajadores	Salario diario	Días trabajados	Salario anual
	Preparación de las plantas	13	1,950.00	200	390,000.00
	Preparación y habilitación del terreno	13	1,950.00	200	390,000.00
	Trazado y estaquillado	13	1,950.00	200	390,000.00
	Ahoyado	13	1,950.00	200	390,000.00
Pre-operativa	Siembra	13	1,950.00	200	390,000.00
	Fertilización	13	1,950.00	200	390,000.00
	Limpías y planteos	13	1,950.00	200	390,000.00
	Control de plagas y enfermedades	13	1,950.00	200	390,000.00
	Riego	13	1,950.00	200	390,000.00
	Poda	13	1,950.00	200	390,000.00
	Cosecha	13	1,950.00	200	390,000.00
	Acopio	1	180.00	200	36,000.00
	Selección	2	360.00	200	72,000.00
Operativa	Lavado y secado	2	360.00	200	72,000.00
	Encerado	1	180.00	200	36,000.00
	Empacado	15	2,700.00	200	540,000.00
Total		226	25,230.00	200	5,046,000.00

Fuente.- Elaboración propia.



Tabla 7.14.- Presupuesto de Mano de obra del año 2015

México Lindo, S. De R.L.					
Presupuesto de mano de obra del año 2015					
Etapas	Descripción de la actividad	No. de trabajadores	Salario diario	Días trabajados	Salario anual
	Preparación de las plantas	15	2,400.00	220	528,000.00
	Preparación y habilitación del terreno	15	2,400.00	220	528,000.00
	Trazado y estaquillado	15	2,400.00	220	528,000.00
	Ahoyado	15	2,400.00	220	528,000.00
Pre-operativa	Siembra	15	2,400.00	220	528,000.00
	Fertilización	15	2,400.00	220	528,000.00
	Limpías y planteos	15	2,400.00	220	528,000.00
	Control de plagas y enfermedades	15	2,400.00	220	528,000.00
	Riego	15	2,400.00	220	528,000.00
	Poda	15	2,400.00	220	528,000.00
	Cosecha	15	2,400.00	220	528,000.00
	Acopio	1	160.00	220	35,200.00
	Selección	2	320.00	220	70,400.00
Operativa	Lavado y secado	2	320.00	220	70,400.00
	Encerado	1	160.00	220	35,200.00
	Empacado	17	2,720.00	220	598,400.00
Total		226	30,080.00	240	6,617,600.00

Fuente.- Elaboración propia.



Tabla 7.15.- Presupuesto de Mano de obra del año 2016

México Lindo, S. De R.L.					
Presupuesto de mano de obra del año 2016					
Etapas	Descripción de la actividad	No. de trabajadores	Salario diario	Días trabajados	Salario anual
	Preparación de las plantas	15	2,550.00	220	561,000.00
	Preparación y habilitación del terreno	15	2,550.00	220	561,000.00
	Trazado y estaquillado	15	2,550.00	220	561,000.00
	Ahoyado	15	2,550.00	220	561,000.00
Pre-operativa	Siembra	15	2,550.00	220	561,000.00
	Fertilización	15	2,550.00	220	561,000.00
	Limpías y planteos	15	2,550.00	220	561,000.00
	Control de plagas y enfermedades	15	2,550.00	220	561,000.00
	Riego	15	2,550.00	220	561,000.00
	Poda	15	2,550.00	220	561,000.00
	Cosecha	15	2,550.00	220	561,000.00
	Acopio	1	170.00	220	37,400.00
	Selección	2	340.00	220	74,800.00
Operativa	Lavado y secado	2	340.00	220	74,800.00
	Encerado	1	170.00	220	37,400.00
	Empacado	19	3,230.00	220	710,600.00
Total		226	32,300.00	220	7,106,000.00

Fuente.- Elaboración propia.



Tabla 7.16.- Presupuesto de Mano de obra del año 2017

México Lindo, S. De R.L.					
Presupuesto de mano de obra del año 2017					
Etapas	Descripción de la actividad	No. de trabajadores	Salario diario	Días trabajados	Salario anual
	Preparación de las plantas	17	3,060.00	240	734,400.00
	Preparación y habilitación del terreno	17	3,060.00	240	734,400.00
	Trazado y estaquillado	17	3,060.00	240	734,400.00
	Ahoyado	17	3,060.00	240	734,400.00
Pre-operativa	Siembra	17	3,060.00	240	734,400.00
	Fertilización	17	3,060.00	240	734,400.00
	Limpías y planteos	17	3,060.00	240	734,400.00
	Control de plagas y enfermedades	17	3,060.00	240	734,400.00
	Riego	17	3,060.00	240	734,400.00
	Poda	17	3,060.00	240	734,400.00
	Cosecha	17	3,060.00	240	734,400.00
	Acopio	1	180.00	240	43,200.00
	Selección	2	360.00	240	86,400.00
Operativa	Lavado y secado	2	360.00	240	86,400.00
	Encerado	1	180.00	240	43,200.00
	Empacado	21	3,780.00	240	907,200.00
Total		226	38,520.00	240	9,244,800.00

Fuente.- Elaboración propia.

7.3.4.- Presupuesto de Gastos Indirectos de Producción



Se realizaron los presupuestos de los Gastos Indirectos de Producción de cinco años, que a continuación se describen para cada uno de los años.

Para el presupuesto de Gastos Indirectos de Producción se realizó un cálculo detallado de cada uno de los precios que se tendrán en “**México Lindo, S. de R.L.**”

Tabla 7.17.- Presupuesto de Gastos Indirectos de Producción del año 2013

México Lindo, S. de R.L.			
Presupuesto de gastos indirectos de producción del año 2013			
Descripción	Costo mensual	No. de meses	Costo anual
Luz	40,000.00	12	480,000.00
Mantenimiento de maquinaria	5,000.00	12	60,000.00
Gasolina	30,000.00	12	360,000.00
Asesoría técnica	3,000.00	6	18,000.00
Total	78,000.00		918,000.00

Fuente.- Elaboración propia.

Tabla 7.18.- Presupuesto de Gastos Indirectos de Producción del año 2014

México Lindo, S. de R.L.			
Presupuesto de gastos indirectos de producción del año 2014			
Descripción	Costo mensual	No. de meses	Costo anual
Luz	41,000.00	12	492,000.00
Mantenimiento de maquinaria	5,500.00	12	66,000.00
Gasolina	35,000.00	12	420,000.00
Asesoría técnica	3,500.00	6	21,000.00
Total	85,000.00		999,000.00

Fuente.- Elaboración propia.



Tabla 7.19.- Presupuesto de Gastos Indirectos de Producción del año 2015

México Lindo, S. de R.L.			
Presupuesto de gastos indirectos de producción del año 2015			
Descripción	Costo mensual	No. de meses	Costo anual
Luz	42,000.00	12	504,000.00
Mantenimiento de maquinaria	6,000.00	12	72,000.00
Gasolina	40,000.00	12	480,000.00
Asesoría técnica	4,000.00	6	24,000.00
Total	92,000.00		1,080,000.00

Fuente.- Elaboración propia.

Tabla 7.20.- Presupuesto de Gastos Indirectos de Producción del año 2016

México Lindo, S. de R.L.			
Presupuesto de gastos indirectos de producción del año 2016			
Descripción	Costo mensual	No. de meses	Costo anual
Luz	43,000.00	12	516,000.00
Mantenimiento de maquinaria	6,500.00	12	78,000.00
Gasolina	45,000.00	12	540,000.00
Asesoría técnica	4,500.00	6	27,000.00
Total	99,000.00		1,161,000.00

Fuente.- Elaboración propia.

Tabla 7.21.- Presupuesto de Gastos Indirectos de Producción del año 2017



México Lindo, S. de R.L.			
Presupuesto de gastos indirectos de producción del año 2017			
Descripción	Costo mensual	No. de meses	Costo anual
Luz	44,000.00	12	528,000.00
Mantenimiento de maquinaria	7,000.00	12	84,000.00
Gasolina	50,000.00	12	600,000.00
Asesoría técnica	5,000.00	6	30,000.00
Total	106,000.00		1,242,000.00

Fuente.- Elaboración propia.

7.3.5.- Presupuesto de Empaques

Se realizaron los presupuestos de los empaques de cinco años, que a continuación se describen para cada uno de los años.

Para el presupuesto de empaques se realizó un cálculo detallado de cada uno de los gastos que se tendrán en “**México Lindo, S. de R.L.**”

Tabla 7.22.- Presupuesto de los Empaques del año 2013

México Lindo, S. de R.L.		
Presupuesto de gastos indirectos de producción del año 2013		
Descripción	No. de meses	Costo anual
Arpilla de plástico	12	50,745.00
Caja de madera	12	175,439.00
Caja de plástico	12	359,260.00
Total		585,444.00

Fuente.- Elaboración propia.



Tabla 7.23.- Presupuesto de los empaques del año 2014

México Lindo, S. de R.L.		
Presupuesto de gastos indirectos de producción del año 2014		
Descripción	No. de meses	Costo anual
Arpilla de plástico	12	53,250.00
Caja de madera	12	187,033.00
Caja de plástico	12	369,600.00
Total		609,883.00

Fuente.- Elaboración propia.

Tabla 7.24.- Presupuesto de los empaques del año 2015

México Lindo, S. de R.L.		
Presupuesto de gastos indirectos de producción del año 2015		
Descripción	No. de meses	Costo anual
Arpilla de plástico	12	54,603.00
Caja de madera	12	198,550.00
Caja de plástico	12	397,100.00
Total		650,253.00

Fuente.- Elaboración propia.



Tabla 7.25.- Presupuesto de los empaques del año 2016

México Lindo, S. de R.L.		
Presupuesto de gastos indirectos de producción del año 2016		
Descripción	No. de meses	Costo anual
Arpilla de plástico	12	62,430.00
Caja de madera	12	199,320.00
Caja de plástico	12	393,448.00
Total		655,198.00

Fuente.- Elaboración propia.

Tabla 7.26.- Presupuesto de los empaques del año 2017

México Lindo, S. de R.L.		
Presupuesto de gastos indirectos de producción del año 2017		
Descripción	No. de meses	Costo anual
Arpilla de plástico	12	62,430.00
Caja de madera	12	217,800.00
Caja de plástico	12	435,600.00
Total		715,830.00

Fuente.- Elaboración propia.

7.3.6.- Presupuesto de Costo de Ventas

Se realizaron los presupuestos de costos de venta de cinco años, que a continuación se describen para cada uno de los años.

Para el presupuesto de costo de ventas se realizó un cálculo detallado de cada uno de los gastos en la que se incurren y se tiene en “**México Lindo, S. de R.L.**”



Tabla 7.27.- Presupuesto de los costos de ventas del año 2013

México Lindo, S. de R.L. Presupuesto de costo de ventas del año 2013	
Descripción	Importe
Materia prima	2,550,000.00
Mano de obra	4,592,000.00
Gastos indirectos de fabricación	918,000.00
Total	8,060,000.00

Fuente.- Elaboración propia.

Tabla 7.28.- Presupuesto de los costos de ventas del año 2014

México Lindo, S. de R.L. Presupuesto de costo de ventas del año 2014	
Descripción	Importe
Materia prima	2,562,120.00
Mano de obra	5,046,000.00
Gastos indirectos de fabricación	999,000.00
Total	8,607,120.00

Fuente.- Elaboración propia.



Tabla 7.29.- Presupuesto de los costos de ventas del año 2015

México Lindo, S. de R.L.	
Presupuesto de costo de ventas del año 2015	
Descripción	Importe
Materia prima	2,574,240.00
Mano de obra	6,617,600.00
Gastos indirectos de fabricación	1,080,000.00
Total	10,271,840.00

Fuente.- Elaboración propia.

Tabla 7.30.- Presupuesto de los costos de ventas del año 2016

México Lindo, S. de R.L.	
Presupuesto de costo de ventas del año 2016	
Descripción	Importe
Materia prima	2,586,360.00
Mano de obra	7,106,000.00
Gastos indirectos de fabricación	1,161,000.00
Total	10,853,360.00

Fuente.- Elaboración propia.



Tabla 7.31.- Presupuesto de los costos de ventas del año 2017

México Lindo, S. de R.L.	
Presupuesto de costo de ventas del año 2017	
Descripción	Importe
Materia prima	2,598,480.00
Mano de obra	9,244,800.00
Gastos indirectos de fabricación	1,242,000.00
Total	13,085,280.00

Fuente.- Elaboración propia.

7.3.7.- Presupuesto de Gastos de Venta

Se realizaron los presupuestos de los Gastos de Venta de cinco años, que a continuación se describen para cada uno de los años.

Para el presupuesto de los Gastos de Venta se realizó un cálculo detallado de cada uno de los gastos en la que se incurren y se tiene en “**México Lindo, S. de R.L.**”



Tabla 7.32.- Presupuesto de los gastos de ventas del año 2013

Mexico Lindo S. de R.L.			
Presupuesto de gastos de venta del año 2013			
Descripción	Costo mensual	No de meses	Costo anual
Campañas Publicitarias	2,500.00	4	10,000.00
Pagina web	1,500.00	1	1,500.00
Participación en ferias	50,000.00	1	50,000.00
Spot de Radio	720.00	12	8,640.00
Anuncios en televisión	810.00	12	9,720.00
Volantes	2,500.00	4	10,000.00
Espectaculares	16,000.00	6	96,000.00
Depreciación de maquinaria	29,166.67	12	350,000.00
Depreciación de equipo de transporte	52,358.33	12	628,300.00
Promociones de ventas	11,250.00	4	45,000.00
Sueldos y salarios	20,000.00	12	240,000.00
Total	186,805.00		1,449,160.00

Fuente.- Elaboración propia.

Tabla 7.33.- Presupuesto de los gastos de ventas del año 2014



Mexico Lindo S. de R.L.			
Presupuesto de gastos de venta del año 2014			
Descripción	Costo mensual	No de meses	Costo anual
Pagina web	1,700.00	1	1,700.00
Participación en ferias	20,000.00	1	20,000.00
Spot de Radio	720.00	6	4,320.00
Espectaculares	8,000.00	6	48,000.00
Depreciación de maquinaria	29,166.67	12	350,000.00
Depreciación de equipo de transporte	52,358.33	12	628,300.00
Promociones de ventas	12,000.00	4	48,000.00
Sueldos y salarios	23,000.00	12	276,000.00
Total	146,945.00		1,376,320.00

Fuente.- Elaboración propia.

Tabla 7.34.- Presupuesto de los gastos de ventas del año 2015

Mexico Lindo S. de R.L.			
Presupuesto de gastos de venta del año 2015			
Descripción	Costo mensual	No de meses	Costo anual
Pagina web	1,900.00	1	1,900.00
Participación en ferias	15,000.00	1	15,000.00
Spot de Radio	720.00	6	4,320.00
Espectaculares	8,000.00	6	48,000.00
Depreciación de maquinaria	29,166.67	12	350,000.00
Depreciación de equipo de transporte	52,358.33	12	628,300.00
Promociones de ventas	12,000.00	4	48,000.00
Sueldos y salarios	26,000.00	12	312,000.00
Total	145,145.00		1,407,520.00

Fuente.- Elaboración propia.



Tabla 7.35.- Presupuesto de los gastos de ventas del año 2016

Mexico Lindo S. de R.L.			
Presupuesto de gastos de venta del año 2016			
Descripción	Costo mensual	No de meses	Costo anual
Pagina web	2,000.00	1	2,000.00
Participación en ferias	10,000.00	1	10,000.00
Spot de Radio	720.00	4	2,880.00
Espectaculares	8,000.00	4	32,000.00
Depreciación de maquinaria	29,166.67	12	350,000.00
Depreciación de equipo de transporte	52,358.33	12	628,300.00
Promociones de ventas	14,000.00	4	56,000.00
Sueldos y salarios	29,000.00	12	348,000.00
Total	145,245.00		1,429,180.00

Fuente.- Elaboración propia.

Tabla 7.36.- Presupuesto de los gastos de ventas del año 2017

Mexico Lindo S. de R.L.			
Presupuesto de gastos de venta del año 2017			
Descripción	Costo mensual	No de meses	Costo anual
Pagina web	2,000.00	1	2,000.00
Espectaculares	8,000.00	4	32,000.00
Depreciación de maquinaria	29,166.67	12	350,000.00
Depreciación de equipo de transporte	52,358.33	12	628,300.00
Promociones de ventas	14,000.00	4	56,000.00
Sueldos y salarios	31,000.00	12	372,000.00
Total	136,525.00		1,440,300.00

Fuente.- Elaboración propia.



7.3.8.- Presupuesto de Gastos de Administración

Se realizaron los presupuestos de los Gastos de Administración de cinco años, que a continuación se describen para cada uno de los años.

Para el presupuesto de los Gastos de Administración se realizó un cálculo detallado de cada uno de los gastos en la que se incurren y se tiene en **“México Lindo, S. de R.L.”**

Tabla 7.37.- Presupuesto de los gastos de administración del año 2013

Mexico Lindo S. de R.L.			
Presupuesto de gastos de administración del año 2013			
Descripción	Costo mensual	No de meses	Costo anual
Depreciación de mobiliario y equipo de oficina	262.50	12	3,150.00
Depreciación de equipo de computo	591.67	12	7,100.00
Depreciación del terreno	18,753.33	12	225,040.00
Sueldos y salarios	55,400.00	12	664,800.00
Agua	300.00	12	3,600.00
Telefono	1,000.00	12	12,000.00
Internet	500.00	12	6,000.00
Total	76,807.50		921,690.00

Fuente.- Elaboración propia.



Tabla 7.38.- Presupuesto de los gastos de administración del año 2014

Mexico Lindo S. de R.L.			
Presupuesto de gastos de administración del año 2014			
Descripción	Costo mensual	No de meses	Costo anual
Depreciación de mobiliario y equipo de oficina	262.50	12	3,150.00
Depreciación de equipo de computo	591.67	12	7,100.00
Depreciación del terreno	18,753.33	12	225,040.00
Sueldos y salarios	55,400.00	12	664,800.00
Agua	350.00	12	4,200.00
Telefono	1,000.00	12	12,000.00
Internet	500.00	12	6,000.00
Total	76,857.50		922,290.00

Fuente.- Elaboración propia.

Tabla 7.39.- Presupuesto de los gastos de administración del año 2015

Mexico Lindo S. de R.L.			
Presupuesto de gastos de administración del año 2015			
Descripción	Costo mensual	No de meses	Costo anual
Depreciación de mobiliario y equipo de oficina	262.50	12	3,150.00
Depreciación de equipo de computo	591.67	12	7,100.00
Depreciación del terreno	18,753.33	12	225,040.00
Sueldos y salarios	57,500.00	12	690,000.00
Agua	400.00	12	4,800.00
Telefono	1,000.00	12	12,000.00
Internet	500.00	12	6,000.00
Total	79,007.50		948,090.00

Fuente.- Elaboración propia.

Tabla 7.40.- Presupuesto de los gastos de administración del año 2016



Mexico Lindo S. de R.L.			
Presupuesto de gastos de administración del año 2016			
Descripción	Costo mensual	No de meses	Costo anual
Depreciación de mobiliario y equipo de oficina	262.50	12	3,150.00
Depreciación de equipo de computo	591.67	12	7,100.00
Depreciación del terreno	18,753.33	12	225,040.00
Sueldos y salarios	59,500.00	12	714,000.00
Agua	500.00	12	6,000.00
Telefono	1,000.00	12	12,000.00
Internet	500.00	12	6,000.00
Total	81,107.50		973,290.00

Fuente.- Elaboración propia.

Tabla 7.41.- Presupuesto de los gastos de administración del año 2017

Mexico Lindo S. de R.L.			
Presupuesto de gastos de administración del año 2017			
Descripción	Costo mensual	No de meses	Costo anual
Depreciación de mobiliario y equipo de oficina	262.50	12	3,150.00
Depreciación de equipo de computo	591.67	12	7,100.00
Depreciación del terreno	18,753.33	12	225,040.00
Sueldos y salarios	61,500.00	12	738,000.00
Agua	550.00	12	6,600.00
Telefono	1,000.00	12	12,000.00
Internet	500.00	12	6,000.00
Total	83,157.50		997,890.00

Fuente.- Elaboración propia.

7.3.9.- Presupuesto de Gastos Generales



Se realizaron los presupuestos de los Gastos Generales de cinco años, que a continuación se describen para cada uno de los años.

Para el presupuesto de los Gastos Generales se realizó un cálculo detallado de cada uno de los gastos en la que se incurren y se tiene en “**México Lindo, S. de R.L.**”

Tabla 7.42.- Presupuesto de los gastos de Generales del año 2013

Mexico Lindo S. de R.L.		
Presupuesto de gastos generales del año 2013		
Descripción	Costo mensual	Costo anual
Gastos de venta	105,280.00	470,860.00
Gastos de Administración	57,200.00	686,400.00
Total	162,480.00	1,157,260.00

Fuente.- Elaboración propia.

Tabla 7.43.- Presupuesto de los gastos de Generales del año 2014

Mexico Lindo S. de R.L.		
Presupuesto de gastos generales del año 2014		
Descripción	Costo mensual	Costo anual
Gastos de venta	146,945.00	398,020.00
Gastos de Administración	57,250.00	687,000.00
Total	204,195.00	1,085,020.00

Fuente.- Elaboración propia.



Tabla 7.44.- Presupuesto de los gastos de Generales del año 2015

Mexico Lindo S. de R.L.		
Presupuesto de gastos generales del año 2015		
Descripción	Costo mensual	Costo anual
Gastos de venta	145,145.00	1,407,520.00
Gastos de Administración	59,400.00	948,090.00
Total	204,545.00	2,355,610.00

Fuente.- Elaboración propia.

Tabla 7.45.- Presupuesto de los gastos de Generales del año 2016

Mexico Lindo S. de R.L.		
Presupuesto de gastos generales del año 2016		
Descripción	Costo mensual	Costo anual
Gastos de venta	145,245.00	1,429,180.00
Gastos de Administración	61,500.00	738,000.00
Total	61,500.00	2,167,180.00

Fuente.- Elaboración propia.

Tabla 7.46.- Presupuesto de los gastos de Generales del año 2017

Mexico Lindo S. de R.L.		
Presupuesto de gastos generales del año 2013		
Descripción	Costo mensual	Costo anual
Gastos de venta	136,525.00	1,440,300.00
Gastos de Administración	63,550.00	762,600.00
Total	200,075.00	2,202,900.00

Fuente.- Elaboración propia.



7.4.- Estados Financieros Pro-forma

7.4.1.- Estado de Resultados Pro-forma

Tabla 7.47.- Estado de Resultados del año 2013

México Lindo S de R.L	
Estado de resultado integral del 1 de enero al 31 de diciembre del 2013	
Ventas	\$ 18,521,915.00
costo de ventas	8,060,000.00
Utilidad bruta	\$ 10,461,915.00
Gastos generales	
Gastos de venta	470,860.00
Gastos de administración	686,400.00
Gastos de empaque	585,444.00
Depreciacion	1,213,590.00
Utilidad antes de impuestos a la utilidad	\$ 7,505,621.00
ISR del ejercicio	2,176,630.09
Utilidad neta	\$ 5,328,990.91
Dividendos	953,939.00
Utilidades capitalizables	\$ 4,375,051.91
Autorizado por	Elaborado por
Sr "X"	Sr "X"
Gerente General	Contador General

Fuente.- Elaboración propia.



Tabla 7.48.- Estado de Resultados del año 2014

México Lindo S de R.L	
Estado de resultado integral del 1 de enero al 31 de diciembre del 2014	
Ventas	\$ 19,618,295.00
costo de ventas	8,607,120.00
Utilidad bruta	\$ 11,011,175.00
Gastos generales	
Gastos de venta	398,020.00
Gastos de administración	687,000.00
Gastos de empaque	609,883.00
Depreciación	1,213,590.00
Utilidad antes de impuestos a la utilidad	\$ 8,102,682.00
ISR del ejercicio	2,268,750.96
Utilidad neta	\$ 5,833,931.04
Dividendos	1,335,514.60
Utilidades capitalizables	\$ 4,498,416.44
Autorizado por	Elaborado por
Sr "X"	Sr "X"
Gerente General	Contador General

Fuente.- Elaboración propia.



Tabla 7.49.- Estado de Resultados del año 2015

México Lindo S de R.L	
Estado de resultado integral del 1 de enero al 31 de diciembre del 2015	
Ventas	\$ 20,970,850.00
costo de ventas	10,271,840.00
Utilidad bruta	\$ 10,699,010.00
Gastos generales	
Gastos de venta	429,220.00
Gastos de administración	712,800.00
Gastos de empaque	650,253.00
Depreciación	1,213,590.00
Utilidad antes de impuestos a la utilidad	\$ 7,693,147.00
ISR del ejercicio	2,154,081.16
Utilidad neta	\$ 5,539,065.84
Dividendos	1,717,090.20
Utilidades capitalizables	\$ 3,821,975.64
Autorizado por	Elaborado por
Sr "X"	Sr "X"
Gerente General	Contador General

Fuente.- Elaboración propia.



Tabla 7.50.- Estado de Resultados del año 2016

México Lindo S de R.L	
Estado de resultado integral del 1 de enero al 31 de diciembre del 2016	
Ventas	\$ 22,811,250.00
costo de ventas	10,853,360.00
Utilidad bruta	\$ 11,957,890.00
Gastos generales	
Gastos de venta	450,880.00
Gastos de administración	738,000.00
Gastos de empaque	655,198.00
Depreciación	1,213,590.00
Utilidad antes de impuestos a la utilidad	\$ 8,900,222.00
ISR del ejercicio	2,492,062.16
Utilidad neta	\$ 6,408,159.84
Dividendos	2,098,665.80
Utilidades capitalizables	\$ 4,309,494.04
Autorizado por	Elaborado por
Sr "X"	Sr "X"
Gerente General	Contador General

Fuente.- Elaboración propia.



Tabla 7.51.- Estado de Resultados del año 2017

México Lindo S de R.L	
Estado de resultado integral del 1 de enero al 31 de diciembre del 2017	
Ventas	\$ 24,835,260.00
costo de ventas	13,085,280.00
Utilidad bruta	\$ 11,749,980.00
Gastos generales	
Gastos de venta	462,000.00
Gastos de administración	762,600.00
Gastos de empaque	715,830.00
Depreciación	1,213,590.00
Utilidad antes de impuestos a la utilidad	\$ 8,595,960.00
ISR del ejercicio	2,406,868.80
Utilidad neta	\$ 6,189,091.20
Dividendos	2,480,241.40
Utilidades capitalizables	\$ 3,708,849.80
Autorizado por	Elaborado por
Sr "X"	Sr "X"
Gerente General	Contador General

Fuente.- Elaboración propia.



7.4.2.- Estado de Posición Financiera Pro-forma

Tabla 7.52.- Estado de Situación Financiera del año 2013

México Lindo, S. de R.L.				
Estado de situación financiera del 01 de enero al 31 de diciembre del 2013				
ACTIVO			PASIVO	
Circulante				
Efectivo		\$ 8,499,725.67	Impuestos por pagar	\$ 2,176,630.09
Total activo circulante		8,499,725.67	Total pasivo	2,176,630.09
No circulante				
Terrenos		8,500,600.00		
Edificios	\$ 4,500,800.00	4,275,760.00		
Depreciación acumulada del terreno	225,040.00			
Maquinaria y equipo	3,500,000.00	3,150,000.00		
Depreciación acumulada de maquinaria y equipo	350,000.00			
Mobiliario y equipo de oficina	32,500.00	29,250.00	CAPITAL CONTABLE	
Depreciación acumulada de mobiliario y equipo de oficina	3,250.00		Capital social	\$ 18,694,853.67
Equipo de Transporte	3,141,500.00	2,513,200.00	Utilidad capitalizable	4,375,051.91
Depreciación acumulada de equipo de transporte	628,300.00		Subsidio de Gobierno	1,750,000.00
Equipo de cómputo	35,000.00	28,000.00	Total capital contable	24,819,905.58
Depreciación acumulada de equipo de cómputo	7,000.00			
Total activo no circulante		18,496,810.00		
TOTAL ACTIVO		\$ 26,996,535.67	TOTAL PASIVO MÁS CAPITAL CONTABLE	\$ 26,996,535.67
Autorizado por			Elaborado por	
Sr "X"			LC "X"	
Gerente General			Contador General	

Fuente.- Elaboración propia.



Tabla 7.53.- Estado de Situación Financiera del año 2014

México Lindo, S. de R.L.				
Estado de situación financiera del 01 de enero al 31 de diciembre del 2014				
ACTIVO			PASIVO	
Circulante				
Efectivo		\$ 14,303,852.98	Impuestos por pagar	\$ 2,268,750.96
Total activo circulante		14,303,852.98	Total pasivo	2,268,750.96
No circulante				
Terrenos		8,500,600.00		
Edificios	\$ 4,500,800.00	4,050,720.00		
Depreciación acumulada de edificios	450,080.00			
Maquinaria y equipo	3,500,000.00	2,800,000.00		
Depreciación acumulada de maquinaria y equipo	700,000.00			
Mobiliario y equipo de oficina	32,500.00	26,000.00	CAPITAL CONTABLE	
Depreciación acumulada de mobiliario y equipo de oficina	6,500.00		Capital social	\$ 18,694,853.67
Equipo de Transporte	3,141,500.00	1,884,900.00	Utilidad del ejercicio	4,498,416.44
Depreciación acumulada de equipo de transporte	1,256,600.00		Utilidad del ejercicio acumulada	4,375,051.91
Equipo de cómputo	35,000.00	21,000.00	Subsidio de Gobierno	1,750,000.00
Depreciación acumulada de equipo de cómputo	14,000.00		Total capital contable	29,318,322.02
Total activo no circulante		17,283,220.00		
TOTAL ACTIVO		\$ 31,587,072.98	TOTAL PASIVO MÁS CAPITAL CONTABLE	\$ 31,587,072.98
Autorizado por			Elaborado por	
Sr "X"			LC "X"	
Gerente General			Contador General	

Fuente.- Elaboración propia.



Tabla 7.54.- Estado de Situación Financiera del año 2015

México Lindo, S. de R.L. Estado de situación financiera al 01 de enero del 2015				
ACTIVO			PASIVO	
Circulante				
Efectivo		\$ 19,224,748.82	Impuestos por pagar	\$ 2,154,081.16
Total activo circulante		19,224,748.82	Total pasivo	2,154,081.16
No circulante				
Terrenos		8,500,600.00		
Edificios	\$ 4,500,800.00	3,825,680.00		
Depreciación del edificio	675,120.00			
Maquinaria y equipo	3,500,000.00	2,450,000.00		
Depreciación acumulada de maquinaria y equipo	1,050,000.00			
Mobiliario y equipo de oficina	32,500.00	22,750.00	CAPITAL CONTABLE	
Depeciación acumulada de mobiliario y equio de oficina	9,750.00		Capital social	\$ 18,694,853.67
Equipo de Transporte	3,141,500.00	1,256,600.00	Utilidad del ejercicio	3,821,975.64
Depreciación acumulada de equipo de transporte	1,884,900.00		Utilidad del ejercicio acumulada	8,873,468.35
Equipo de cómputo	35,000.00	14,000.00	Subsidio de gobierno	1,750,000.00
Depreciación acumulada de equipo de cómputo	21,000.00		Total capital contable	33,140,297.66
Total activo no circulante		16,069,630.00		
TOTAL ACTIVO		\$ 35,294,378.82	TOTAL PASIVO MÁS CAPITAL CONTABLE	\$ 35,294,378.82
Autorizado por			Elaborado por	
Sr "X"			LC "X"	
Gerente General			Contador General	

Fuente.- Elaboración propia.



Tabla 7.55.- Estado de Situación Financiera del año 2016

México Lindo, S. de R.L.				
Estado de situación financiera del 01 de enero al 31 de diciembre del 2016				
ACTIVO			PASIVO	
Circulante				
Efectivo		\$ 25,085,813.86	Impuestos por pagar	\$ 2,492,062.16
Total activo circulante		25,085,813.86	Total pasivo	2,492,062.16
No circulante				
Terrenos		8,500,600.00		
Edificios	\$ 4,500,800.00	3,600,640.00		
Deiación del edificio	900,160.00			
Maquinaria y equipo	3,500,000.00	2,100,000.00		
Depreciación acumlada de maquinaria y equipo	1,400,000.00			
Mobiliario y equipo de oficina	32,500.00	19,500.00	CAPITAL CONTABLE	
Depeciación acumulada de mobiliario y equio de oficina	13,000.00		Capital social	\$ 18,694,853.67
Equipo de Transporte	3,141,500.00	628,300.00	Utilidad del ejercicio	4,309,494.04
Depreciación acumulada de equipo de transporte	2,513,200.00		Utilidad del ejercicio acumulada	12,695,443.99
Equipo de cómputo	35,000.00	7,000.00	Subsidio de gobierno	1,750,000.00
Depreciación acumulada de equipo de cómputo	28,000.00		Total de campital contable	37,449,791.70
Total activo no circulante		14,856,040.00		
TOTAL ACTIVO		\$ 39,941,853.86	TOTAL PASIVO MÁS CAPITAL CONTABLE	\$ 39,941,853.86
Autorizado por			Elaborado por	
Sr "X"			LC "X"	
Gerente General			Contador General	

Fuente.- Elaboración propia



Tabla 7.56.- Estado de Situación Financiera del año 2017

México Lindo, S. de R.L. Estado de situación financiera de 01 de enero al 31 de diciembre del 2017				
ACTIVO		PASIVO		
Circulante				
Efectivo		\$ 29,923,060.30	Impuestos por pagar	2,406,868.80
Total activo circulante		29,923,060.30	Total pasivo	2,406,868.80
No circulante				
Terrenos		8,500,600.00		
Edificios	\$ 4,500,800.00	3,375,600.00		
Depreciación del edificio	1,125,200.00			
Maquinaria y equipo	3,500,000.00	1,750,000.00		
Depreciación acumulada de maquinaria y equipo	1,750,000.00			
Mobiliario y equipo de oficina	32,500.00	16,250.00	CAPITAL CONTABLE	
Depreciación acumulada de mobiliario y equipo de oficina	16,250.00		Capital social	18,694,853.67
Equipo de Transporte	3,141,500.00	0.00	Utilidad del ejercicio	3,708,849.80
Depreciación acumulada de equipo de transporte	3,141,500.00		Utilidad del ejercicio acumulada	17,004,938.03
Equipo de cómputo	35,000.00	0.00	Subsidio de Gobierno	1,750,000.00
Depreciación acumulada de equipo de cómputo	35,000.00		Total capital contable	41,158,641.50
Total activo no circulante		13,642,450.00		
TOTAL ACTIVO		\$ 43,565,510.30	TOTAL PASIVO MÁS CAPITAL CONTABLE	\$ 43,565,510.30
Autorizado por			Elaborado por	
Sr "X"			LC "X"	
Gerente General			Contador General	

Fuente.- Elaboración propia.



7.5.- Flujos de Efectivo Operativos Netos

Los flujos de efectivo se determino con base a los cinco años del 2013 al 2017 en el ciclo de operación del proyecto de inversión y se describe a continuación

Tabla 7.57.- Detalle de Flujos de Efectivo

México Lindo S. de R.L					
Flujo de efectivo del año 2013					
	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017
Entradas					
Ventas	\$ 18,521,915.00	\$ 19,618,295.00	\$ 20,970,850.00	\$ 22,811,250.00	\$ 24,835,260.00
Salidas					
Materia prima	2,550,000.00	2,562,120.00	2,574,240.00	2,586,360.00	2,598,480.00
Mano de Obra	4,592,000.00	5,046,000.00	6,617,600.00	7,106,000.00	9,244,800.00
Gastos indirectos de fabricación	918,000.00	999,000.00	1,080,000.00	1,161,000.00	1,242,000.00
Gasto de venta	470,860.00	398,020.00	429,220.00	450,880.00	462,000.00
Gastos de administración	686,400.00	687,000.00	712,800.00	738,000.00	762,600.00
Gastos de Empaque	585,444.00	609,883.00	650,253.00	655,198.00	715,830.00
Pago de impuestos del año anterior	0.00	2,176,630.09	2,268,750.96	2,154,081.16	2,492,062.16
Pago de dividendos	953,939.00	1,335,514.60	1,717,090.20	2,098,665.80	2,480,241.40
Total de salidas de efectivo	10,756,643.00	13,814,167.69	16,049,954.16	16,950,184.96	19,998,013.56
Flujo de efectivo operativo	\$ 7,765,272.00	\$ 5,804,127.31	\$ 4,920,895.84	\$ 5,861,065.04	\$ 4,837,246.44
Efectivo al inicio el periodo	734,453.67	8,499,725.67	14,303,852.98	19,224,748.82	25,085,813.86
Efectivo al final del periodo	8,499,725.67	14,303,852.98	19,224,748.82	25,085,813.86	29,923,060.30

Fuente.- Elaboración propia.



7.6.- TREMA del Proyecto

La tasa Interna de Retorno Mínima Aceptada (TREMA), se sustituirá con el Costo de Capital Promedio Ponderado (CCPP), sus siglas en inglés (WACC). Para obtener la tasa de este, se realizaron cálculos tomando como base y/o fundamento de las Normas de Información Financiera (NIF) A-6 apéndice C y se detallan a continuación y se muestran el cálculo anual de cada una de las tasas.

Tabla 7.58.- Costo de Capital Promedio Ponderado del año 2013

México Lindo S de R.L					
Cálculo del Costo de Capital Promedio Ponderado (CCPP) año 2013					
Fuente de financiamiento	Importe	Proporción	Costo	Tasa impositiva	Total
Acciones comunes	19,078,780.00	0.9160	0.0500	0	0.0458
Subsidio	1,750,000.00	0.0840	0	0	0.0000
Total	20,828,780.00				0.0458
	Cálculo del Costo de Capital Promedio Ponderado (CCPP)				4.58%

Fuente.- Elaboración propia.

Tabla 7.59.- Costo de Capital Promedio Ponderado del año 2014

México Lindo S de R.L					
Cálculo del Costo de Capital Promedio Ponderado (CCPP) año 2014					
Fuente de financiamiento	Importe	Proporción	Costo	Tasa impositiva	Total
Acciones comunes	19,078,780.00	0.9160	0.0700	0	0.0641
Subsidio	1,750,000.00	0.0840	0	0	0.0000
Total	20,828,780.00				0.0641
	Cálculo del Costo de Capital Promedio Ponderado (CCPP)				6.41%

Fuente.- Elaboración propia



Tabla 7.60.- Costo de Capital Promedio Ponderado del año 2015

México Lindo S de R.L					
Cálculo del Costo de Capital Promedio Ponderado (CCPP) año 2015					
Fuente de financiamiento	Importe	Proporción	Costo	Tasa impositiva	Total
Acciones comunes	19,078,780.00	0.9160	0.0900	0	0.0824
Subsidio	1,750,000.00	0.0840	0	0	0.0000
Total	20,828,780.00				0.0824
	Cálculo del Costo de Capital Promedio Ponderado (CCPP)				8.24%

Fuente.- Elaboración propia.

Tabla 7.61.- Costo de Capital Promedio Ponderado del año 2016

México Lindo S de R.L					
Cálculo del Costo de Capital Promedio Ponderado (CCPP) año 2016					
Fuente de financiamiento	Importe	Proporción	Costo	Tasa impositiva	Total
Acciones comunes	19,078,780.00	0.9160	0.1100	0	0.1008
Subsidio	1,750,000.00	0.0840	0	0	0.0000
Total	20,828,780.00				0.1008
	Cálculo del Costo de Capital Promedio Ponderado (CCPP)				10.08%

Fuente.- Elaboración propia.



Tabla 7.62.- Costo de Capital Promedio Ponderado del año 2017

México Lindo S de R.L					
Cálculo del Costo de Capital Promedio Ponderado (CCPP) año 2017					
Fuente de financiamiento	Importe	Proporción	Costo	Tasa impositiva	Total
Acciones comunes	19,078,780.00	0.9160	0.1500	0	0.1374
Subsidio	1,750,000.00	0.0840	0	0	0.0000
Total	20,828,780.00				0.1374
	Cálculo del Costo de Capital Promedio Ponderado (CCPP)				13.74%

Fuente.- Elaboración propia.

Tabla 7.63.- Porcentajes del Costo de Capital Promedio Ponderado

Año	CCPP
1	4.58%
2	6.41%
3	8.24%
4	10.08%
5	13.74%
	43.05%

Fuente.- Elaboración propia.



CAPÍTULO 8

EVALUACIÓN FINANCIERA

8.1.- Período de Recuperación de la Inversión del Proyecto (PRI)

Para calcular el periodo de recuperación de la inversión es necesario obtener los Flujos de Efectivo Netos del proyecto como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 8.1.- Flujos de Efectivo Netos

Año	1	2	3	4	5
Flujos de Efectivo Netos	\$7,765,272.00	\$5,804,127.31	\$4,920,895.84	\$5,861,065.04	\$4,837,246.44

Fuente.- Elaboración propia.

Tabla 8.2.- Suma de los Flujos de Efectivo Netos

Año		1	2	3	4	5
Flujos de Efectivo Netos	\$20,444,853.67	\$7,765,272.00	\$5,804,127.31	\$4,920,895.84	\$5,861,065.04	\$4,837,246.44
	\$ -	\$7,765,272.00	\$13,569,399.31	\$18,490,295.15	\$24,351,360.19	\$29,188,606.63

Fuente.- Elaboración propia.

Una vez que obtenemos los Flujos de Efectivo Netos, se realiza el cálculo del Periodo de Recuperación de la Inversión, aplicando la siguiente fórmula:



$$PRI = \frac{\text{Monto faltante para recuperar la inversión inicial}}{\text{Flujo de efectivo durante el año}}$$

$$PRI: \frac{5\,20,444,853.67}{5\,18,490,295.15} = \$1,954,558.52$$

$$PRI: \frac{\$5,861,065.04}{\$1,954,558.52} = 0.33$$

Después de haber obtenido los flujos de efectivo, se realizó el cálculo del PRI, el cual muestra el periodo de recuperación en años y fracciones del mismo que se requieren para poder recuperar la inversión inicial y de acuerdo a los cálculos realizados, este proyecto muestra que su periodo de recuperación es de 3.33 años, lo que indica que la inversión inicial se recupera en un tiempo menor al estimado, ya que originalmente se contemplaba que el Periodo de Recuperación fuera de 5 años por lo tanto este proyecto debe de aceptarse.

8.2.- Periodo de Recuperación de la Inversión Descontado del Proyecto (PRID)

El Periodo de Recuperación de la Inversión Descontando proporciona el tiempo en años y fracciones del mismo, que se requiere para recuperar la inversión inicial de un proyecto, pero a partir de la suma de los Flujos de Efectivo Netos Descontados con la tasa del Costo de Capital Promedio Ponderado.



Tabla 8.3.- Tasas de descuento

Año	CCPP
1	4.58%
2	6.41%
3	8.24%
4	10.08%
5	13.74%

Fuente.- Elaboración propia.

Para obtener la PRID es necesario sumar los Flujos de Efectivo Netos Descontados del proyecto hasta recuperar la inversión inicial, como se muestra a continuación:

Tabla 8.4.- Suma de los Flujos de Efectivo Netos Descontados

Año	0	1	2	3	4	5
Flujos de efectivo netos	\$20,444,853.67	\$7,765,272.00	\$5,804,127.31	\$4,920,895.84	\$5,861,065.04	\$4,837,246.44
Flujos de efectivo netos descontados		\$7,425,204.45	\$5,125,742.29	\$3,880,026.25	\$3,992,171.32	\$2,541,191.26
Suma de flujos descontados		\$7,425,204.45	\$5,125,742.29	\$3,880,026.25	\$3,992,171.32	\$2,541,191.26

Fuente.- Elaboración propia.

$$PRID = \frac{\text{Monto faltante para recuperar la inversión inicial}}{\text{Flujo de efectivo descontado durante el año}}$$

$$PRID : \frac{\$20,444,853.67}{\$20,423,144.32} = 521,709.35$$

$$PRID : \frac{521,709.35}{\$2,541,191.26} = 0.008$$



En este caso se obtendrá que la inversión inicial se recuperara en 4 años, lo que es positivo para el proyecto, ya que se tenía contemplado que la inversión se estaría recuperando en cinco años lo que es aceptable ya que el periodo es menos al establecido.

8.3.- Tasa Contable de Rendimiento del Proyecto (TCR)

La tasa Contable de Rendimiento (TCR) representa el rendimiento anual promedio entre los Flujos de Efectivo Netos promedio del proyecto y la inversión inicial y se representa con la siguiente fórmula:

$$TCR = \frac{\text{Suma de los flujos de efectivo netos} / \text{Tiempo de vida del proyecto}}{\text{Inversión inicial}}$$

$$TCR = \frac{\$ 29,188,606.63}{\$ 5,837,721.33}$$

$$TCR = 28.55\%$$

Después de aplicar la formula se muestra que la TCR es igual a 28.55%, lo que indica que el rendimiento es mucho mayor al que se está requiriendo en el promedio de las TREMAS, lo que nos indica que este proyecto es positivo y por consecuencia se acepta.



8.4.- Índice de Rentabilidad del Proyecto (IR)

El Índice de Rentabilidad (IR) nos permite conocer que cantidad de dinero se recupera por cada peso invertido y para ello se aplica la siguiente razón financiera, pero primero los flujos de efectivo, deben de estar el valor presente para sumarlos y posteriormente dividirlos entre el valor de la inversión inicial.

Tabla 8.5.- Suma de los Flujos de Efectivo Netos Descontados

Año	0	1	2	3	4	5
Flujos de efectivo netos descontados	\$20,444,853.67	\$7,425,204.45	\$5,125,742.29	\$3,880,026.25	\$3,992,171.32	\$2,541,191.26
Suma de flujos descontados		\$7,425,204.45	\$12,550,946.75	\$16,430,973.00	\$20,423,144.32	\$22,964,335.58

Fuente.- Elaboración propia.

$$IR = \frac{\text{Suma del valor presente de los flujos de efectivo netos}}{\text{Inversión inicial}}$$

$$IR = \frac{\$ 22,964,335.58}{\$ 20,444,853.67}$$

$$IR = \$ 1.12$$

Lo que significa que cada unidad monetaria invertida en el proyecto genera un valor de \$ 1.12 pesos. Debido a que el IR es mayor que 1, el proyecto se



acepta porque quiere decir que los beneficios que genera son superiores a su costo (doce centavos más por cada peso que se invierte).

8.5.- Valor Actual o Presente Neto del Proyecto (VPN)

El Valor Presente Neto se una inversión es la diferencia entre el valor de mercado de la inversión y su costo. Es una medida de la cantidad de valor que se crea o se agrega en el momento de llevar a cabo una inversión.

El criterio básico de evaluación que utiliza este método es la comparación entre el valor presente de los beneficios o flujos de efectivo netos que se espera que genere el proyecto y el costo o inversión que se requiere para implementarlo.

El valor presente de los flujos de efectivo netos esperados es equivalente al valor de mercado del proyecto, que comparado con el costo de implementarlo nos permite conocer la ganancia o pérdida que se obtendrá.

Es decir, el valor presente neto representa el total de pesos recuperados que se pueden obtener.

Para obtenerlo se aplicara la siguiente fórmula:

$$VPN = -Inversión\ inicial + \sum Flujos\ de\ efectivo\ descontados\ del\ proyecto$$

$$VPN = -\$20,444,853.67 + \sum \$22,964,335.58$$

$$VPN = \$2,519,481.91$$



Nuestro proyecto se debe de aceptar porque su VPN es positivo. Si la inversión se lleva a cabo, el patrimonio de quien realizó alguna aportación se verá incrementada en \$ 2'519,481.91 (Dos millones quinientos diecinueve mil cuatrocientos ochenta y un pesos 91/100 MN).

8.6.- Tasa Interna de Retorno del Proyecto (TIR)

La TIR es la tasa de descuento que hace que el valor presente de los flujos de efectivo generados por el proyecto sea igual al costo de mismo, es decir, es la tasa de rendimiento interna que provoca que el VPN de un proyecto sea igual a cero. Esta tasa únicamente depende de los flujos de efectivo que genera el proyecto.

Los flujos de efectivo netos deben ser convencionales. Esto significa que la inversión inicial que requiere el proyecto es el único flujo negativo, los demás flujos deben ser positivos; es decir, los flujos de efectivo de un proyecto son convencionales cuando cambian de signo una sola vez.

La Tasa Interna de Retorno de este proyecto es de 43.05% por lo tanto se comprueba la hipótesis planteada anteriormente en esta tesis, la cual menciona que la TIR de la empresa "México Lindo, S. de R.L" es superior a la Tasa de Rendimiento mínima aceptable (TREMA), por lo que es un proyecto financieramente rentable.



CONCLUSIONES

Después de finalizar esta investigación se concluye lo siguiente:

Esta investigación contiene un aspecto muy importante en el hecho de que este proyecto será un detonante en la región, como un módulo frutícola, con el acopio, selección y empaque del sistema producto limón.

Este proyecto es compatible con las políticas gubernamentales enfocadas a la economía del sector rural. Teniendo que la inversión conjunta productor-gobierno posibilita el desarrollo de la región caracterizada por su alto índice de marginación, generando empleo y disminuyendo la emigración.

- ✓ Con el proyecto de inversión se pretende generar empleos directos.
- ✓ Aprovechar las fortalezas y oportunidades que presenta el grupo como lo son: huertas de limón y terreno con ubicación estratégica, para darle valor agregado al limón.
- ✓ Implementar alternativas de valor agregado y crear fuentes de empleo.

Desde el punto de vista técnico y agroclimático se observa factibilidad en las acciones y resultados que se plantean. Al mismo tiempo, el área del proyecto tiene posibilidades de convertirse en un sitio de transferencia de tecnología para zonas en condiciones similares.

- ✓ Habiéndose efectuado un estudio de mercado, se pudo determinar a partir de éste: conocer más de cerca el producto que se ofrecerá, todos los factores que sirvieron de base para establecer el precio, se pudo definir el perfil de los clientes potenciales que van a crecer este proyecto no sólo



durante su vida útil sino posteriormente a esta. Esto ha servido incluso en la fase de ejecución del proyecto para definir las estrategias de marketing.

- ✓ La evaluación financiera demuestra las bondades del proyecto y no se visualizan condiciones desfavorables que pudieran poner en riesgo las inversiones.
- ✓ La inversión inicial del proyecto se recupera en un periodo de 3.33 años. Lo que significa que el proyecto es rentable debido a que la inversión inicial se recupera mucho antes de lo previsto.
- ✓ El proyecto registra una tasa contable de rendimiento del 28.55%.
- ✓ El índice de rentabilidad del proyecto es del 1.12, es decir que por cada peso se obtendrán 0.12 centavos más.
- ✓ El valor presente neto es del \$ 2, 519,481.91, lo que significa que además de la recuperar la inversión inicial se obtendrán \$ 2, 519,481.91 más.
- ✓ La tasa interna de retorno es de 43.05%, por lo cual queda comprobado que la TIR del proyecto es superior a la establecida (TREMA).
- ✓ Se comprueba la hipótesis planteada, la tasa de retorno (TIR) de la empresa "México Lindo" (43.05%), es superior a la tasa de rendimiento mínima aceptable (TREMA).

Por lo que se concluye que el proyecto es viable, que su ejecución contribuirá al mejoramiento de las condiciones de vida de los productores y que el apoyo del sector gubernamental resulta fundamental para lograr el éxito esperado.



Con miras a la implementación del proyecto se realizan las siguientes recomendaciones.

- ❖ Reforzar la capacitación organizativa del grupo para el crecimiento y fortalecimiento del mismo.
- ❖ Asegurar la adopción de tecnología haciéndose imprescindible la capacitación de los productores por lo cual deberá contarse con servicios profesionales eficaces y eficientes.
- ❖ Buscar alianzas con otras productoras de la zona, a fin de consolidar ofertas del producto y capitalizar esfuerzos conjuntos en aspectos de producción y comercialización (manejo del cultivo, tecnología, acopio de insumos, transporte, precios, etcétera).



BIBLIOGRAFÍA

❖ Libros

- ✓ Baca Urbina, Gabriel. (2010). *Evaluación de Proyectos*. México: McGraw Hill.
- ✓ Coss Bu, Raúl. (2001). *Análisis y Evaluación de Proyectos de Inversión*. México: LIMUSA.
- ✓ De la Torre Pérez, Joaquín Arturo. (2002). *Evaluación de Proyectos de Inversión*. México: Pearson Educación.
- ✓ Gómez Arreola, Juan Manuel. (1992). *Guía para la Formación y el Desarrollo de su Negocio*. México: NAFÍN.
- ✓ Hernández Hernández, Abraham y Hernández Villalobos, Abraham. (2005). *Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión*. México: Thomson.
- ✓ Huerta Ríos, Ernestina y Siu Villanueva, Carlos. (2006). *Análisis y Evaluación de Proyectos de Inversión para Bienes de Capital*. México: IMCP.
- ✓ Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social (ILPES). (2002). *Guía para la Presentación de Proyectos*. México: Siglo Veintiuno Editores.
- ✓ Morales Castro, Arturo y Morales, Castro, José Antonio. (2006). *Proyectos de Inversión en la Práctica*. México: Gasca Sicco.



- ✓ Morales Castro, Arturo y Morales, Castro, José Antonio. (2009). *Proyectos de Inversión: Evaluación y Formulación*. México: McGraw Hill.
- ✓ Ospina Machado, Julio Ernesto. (1998). *Producción Agrícola 1: Enciclopedia Agropecuaria*. Bogotá: Terranova.
- ✓ Pacheco Coello, Carlos Enrique y Pérez Brito Gabriel Jesús. (2008). *El Proyecto de Inversión como Estrategia Gerencial*. México: IMCP.
- ✓ Sánchez Rodríguez, Guillermo. (2006). *El Clúster del Valle de Apatzingán, Michoacán. Bases para un Desarrollo Competitivo y Sustentable*. México: Fundación Produce Michoacán, A.C.
- ✓ Sapag Chaín, Nassir. (2007). *Proyectos de Inversión: Formulación y Evaluación*. México: Pearson Educación.
- ✓ Sapag Pulema, José Manuel. (2008). *Evaluación de Proyectos. Guía de Ejercicios. Problemas y Soluciones*. México: McGraw Hill.

❖ Páginas web

- ✓ <http://www.limonpersa.gob.mx>
- ✓ <http://www.siem.gob.mx>.
- ✓ <http://www.contactopyme.gob.mx>
- ✓ <http://www.inegi.com>
- ✓ <http://www.sagarpa.gob.mx>



GLOSARIO

Agroforestería.- Método de producción de alimentos que combina plantaciones de árboles y arbustos junto con el cultivo de vegetación herbácea.

Ascórbico.- Es una vitamina hidrosoluble, emparentada químicamente con la glucosa, que solamente es una vitamina para el hombre, los primates superiores, el cobaya, algunos murciélagos frugívoros y algunas aves.

Aurantium.- El naranjo amargo, es un árbol cítrico de la familia de las Rutáceas. Muchas variedades de naranja amarga se usan por su aceite esencial, para perfume y saborizante, o como medicinal. Se le conoce también con los nombres de naranja agria, naranja bigarade, naranja andaluza, naranja cajera y naranja cachorreña.

Autóctono.- Es una especie que pertenece a una región o ecosistema determinados. Su presencia en esa región es el resultado de fenómenos naturales sin intervención humana.

Axiales.- También llamada rotacional o radial o cilíndrica, es la simetría alrededor de un eje, de modo que un sistema tiene simetría axial o axisimetría cuando todos los semiplanos tomados a partir de cierto eje y conteniéndolo presentan idénticas características.

Beriberi.- Es una enfermedad producida por carencia de vitamina B1 (tiamina), presenta dos cuadros clínicos distintos: uno en niños recién nacidos de madres con deficiencia en vitamina B1 y otro en adultos.

Broker.- Es aquella persona que actúa como intermediario entre un comprador y un vendedor, en transacciones de valores, cargando una comisión. El broker,



actúa como “agente”, es decir, no toma ninguna posición propia ni siquiera con carácter temporal, sino que se limita a casar dos posiciones contrarias (compra-venta) al precio que resulte satisfactorio para ambas partes.

Cacomixtle.- Es una especie de mamífero carnívoro de la familia de los prociónidos, de tamaño medio a pequeño, de color pardo claro y con cola muy larga, ésta con una coloración característica de anillos oscuros. En México se le conoce también como mico rayado, goyo, güilo y siete rayas.

Citrango carrizo.- Es como se llama a un híbrido muy utilizado como patrón de distintas especies de cítricos, principalmente mandarino y naranjo. Aunque también se pueden utilizar en otras especies.

Commodity.- El significado tradicional de bienes de consumo se refiere originalmente a materias primas a granel. En economía es cualquier producto destinado a uso comercial. Al hablar de mercancía, generalmente se hace énfasis en productos genéricos, básicos y sin mayor diferenciación entre sus variedades.

Embalaje.- Es un recipiente o envoltura que contiene productos de manera temporal principalmente para agrupar unidades de un producto pensando en su manipulación, transporte y almacenaje.

Epoxica.- Es un producto de dos componentes, el primero consiste en una resina epóxica de alta durabilidad y resistencia, mientras que el segundo es un esmalte epóxico de alto rendimiento. Su uso es principalmente industrial y de alta exigencia.

Escorbuto.- Enfermedad producida por un déficit alimentario de vitamina C, que causa anemia, debilidad y hemorragias cutáneas, en especial en las encías.



Estaquillado.- Es un método de multiplicación vegetal que consiste en tomar una porción de la planta, por ejemplo, un trozo de tallo, y conseguir que emita raíces para formar un nuevo individuo.

Fluctuación.- Es la diferencia existente entre el contenido de los libros de inventarios menos la existencia física real de las mercancías o productos que se tienen dentro de un negocio o establecimiento en cuestión.

Fungicida.- Son sustancias tóxicas que se emplean para impedir el crecimiento o eliminar los hongos y mohos perjudiciales para las plantas, los animales o el hombre. Todo fungicida, por más eficaz que sea, si se utiliza en exceso puede causar daños fisiológicos a la planta.

Know-how.- El Know-How (del inglés saber-cómo) es una forma de transferencia de tecnología. Aunque se traduce literalmente por "saber-cómo", mejor dicho sería "Saber hacer".

Lanceoladas.- Se aplica a la hoja de una planta que tiene forma de punta de lanza.

Macrophyllaester.- Fruto de tamaño medio grande, oblongas a obovadas, a menudo con mammilla prominentes rodeada de surcos circulares, de mala muerte Corteza de grosor medio (para el tamaño de la fruta);. Superficie algo áspera, bien adherida; Color amarillo-verdoso numerosos segmentos (cerca de 15);. eje central grande y sólida carne de color amarillo-verdoso, de baja en el jugo, fuertemente ácido y amargo semillas poliembriónicas..

Pleuresía.- Dolor torácica pleurítica es la inflamación del revestimiento de los pulmones y el tórax (la pleura) que ocasiona dolor torácico (generalmente agudo) al tomar una respiración o toser.



Post cosecha.- La Ingeniería de Postcosecha aplica los conceptos de las ciencias físicas y biológicas encaminados hacia el manejo, almacenamiento, conservación, empaque y transporte de productos agrícolas, como su nombre lo indica posteriormente al periodo de cosecha.

Potzólico.- Suelo cenizo cuya característica principal es su utilidad para la agricultura.

Sabineno.- Aceites provenientes del flavedo (cáscara) del limón los cuales se originan en diferentes etapas del proceso de industrialización.

Segmentación.- Es el proceso de dividir, como su palabra lo dice de segmentar un mercado en grupos uniformes más pequeños que tengan características y necesidades semejantes. Esto no está arbitrariamente impuesto sino que se deriva del reconocimiento de que el total de mercado está hecho de subgrupos llamados segmentos.

Singulador.- Es una máquina que realiza la función de acomodar la fruta por filas y una por una de manera que cada fruto se posicione sobre un capacho. Esta posee unos biconos que trasladan la fruta hacia el capacho del calibrador. En la calibradora electrónica es parte fundamental del buen funcionamiento y sincronismo de la misma.