

Jugreco, S.A. de C.V

Sánchez Juárez, Oscar

2015-06-10

<http://hdl.handle.net/20.500.11777/1132>

<http://repositorio.iberopuebla.mx/licencia.pdf>



**PROYECTO DEL ÁREA DE SÍNTESIS Y EVALUACIÓN II
DEL DEPARTAMENTO DE NEGOCIOS**

-PROYECTO DE LA EMPRESA JUGRECO, S.A. DE C.V.-

PRESENTAN:

**OSCAR SÁNCHEZ JUÁREZ (Comercio Internacional)
CARLOS GABRIEL VARELA SALGADO (Administración de empresas)
OMAR ROSAS TREJO (Mercadotecnia)**

PROFESOR:

MTRA. BEATRIZ SÁNCHEZ

ASESOR:

DR. AXEL RODRÍGUEZ BATRES

ÍNDICE

ÍNDICE	2
RESUMEN EJECUTIVO	5
ABSTRACT	7
CAPÍTULO 1.- NATURALEZA DEL PROYECTO.....	10
1.1 Introducción	10
1.2 Análisis de los recursos.....	10
1.3 Identificación de necesidades	12
1.4 Definición del objetivo general del proyecto	13
1.5 Planteamiento del problema.....	14
1.6 Definición de alternativas de solución	15
1.7 Análisis y selección de alternativas	17
1.8 Proceso de planeación de la empresa	20
1.8.1 Nombre y descripción de la empresa.....	20
1.8.2 Misión.....	20
1.8.3 Visión.....	21
1.8.4 Objetivos de la empresa	21
1.8.5 Imagen corporativa	21
CAPÍTULO 2.- ESTUDIO DE TÉCNICO DE PRODUCCIÓN	22
2.1 Descripción del producto.....	22
2.2 Descripción del proceso	23
2.3 Identificación de maquinaria y equipo	26
2.4 Presupuesto de maquinaria y equipo	27
2.5 Depreciación de maquinaria y equipo	28
2.6 Valor de Rescate.....	28
2.7 Descripción de Instalaciones.....	28
2.8 Recursos Humanos.....	31
2.6.1 Organigrama.....	31
2.6.2 Análisis y descripción de puestos	32
2.6.3 Fuentes de reclutamiento y selección de personal.....	39
2.6.4 Presupuesto de personal.....	41
2.6.5 Propuesta e indicadores para la evaluación del desempeño	42
2.6.6 Requisitos y especificaciones reglamentarias de seguridad e higiene	43
2.9 Análisis de localización del proyecto	45

2.10	Capacidad de producción.....	46
2.11	Presupuesto de costo de ventas o costo de producción.....	50
CAPÍTULO 3.- ESTUDIO DE MERCADO		68
3.1	Situación actual de la industria o sector	69
3.2	Segmentación del mercado.....	73
3.3	Análisis de la demanda	74
3.3.1	Investigación del mercado	79
3.3.2	Proyección de la demanda	83
3.4	Análisis de la oferta.....	85
3.5	Análisis de precios	87
3.5.1	Precio promedio	87
3.5.2	Precio de margen de utilidad sobre costos	87
3.5.3	Precio basado en desviación estándar	88
3.6	Comercialización y canales de distribución	88
3.6.1	Etiqueta	89
3.6.2	Empaque primario	90
3.6.3	Empaque secundario.....	90
3.6.4	Diagrama de Comercialización	91
3.6.5	Mercados internacionales.....	92
3.7	Estrategias de promoción y publicidad	93
3.8	Presupuesto de ventas.....	98
CAPÍTULO 4.- ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO.....		99
4.1	Presupuesto de Inversión Inicial.....	99
4.2	Presupuesto de operación.....	104
4.3	Tabla de amortización (en su caso).....	106
4.4	Estado de resultados Pro-Forma y Flujos Netos de Efectivo	106
4.5	Punto de equilibrio	108
4.6	Cálculo e interpretación de indicadores financieros.....	108
4.6.1	Valor Actual Neto.....	109
4.6.2	Periodo de Recuperación de la Inversión	109
4.6.3	Tasa Interna de Retorno	110
4.6.4	Índice del Valor Actual Neto.....	111
4.7	Conclusiones del Estudio Financiero.....	112
CAPÍTULO 5.- ESTUDIO DE VIABILIDAD LEGAL, NORMATIVA Y REGLAMENTARIA		112
5.1	Acta constitutiva de la empresa.....	112

5.2	Régimen Fiscal	114
5.3	IMSS	115
5.4	INFONAVIT	117
5.5	Permisos ante el Ayuntamiento	118
5.6	Registros de marcas y patentes	119
5.7	NOMS.....	121
5.8	Régimen Aduanero.....	123
CAPÍTULO 6.- COMPROMISO SOCIAL.....		124
REFERENCIAS		125
ANEXOS.....		126

RESUMEN EJECUTIVO

JuGreco es una empresa del sector alimenticio, que elabora bebidas clasificadas como funcionales. La organización está constituida como una Sociedad Anónima puesto que está formada por tres personas asociadas para el objetivo común de crear una empresa, y es de capital variable porque el capital que posee la empresa puede aumentar o disminuir. De inversión inicial, la empresa cuenta con \$400,000.

JuGreco es un producto funcional, que puede ser consumido por todas las personas por sus altos beneficios a la salud, sin embargo, se ha definido como mercado potencial a los jóvenes y adultos, que a cierta edad ya son más conscientes del cuidado de su salud. El producto surgió como respuesta a los problemas de obesidad, diabetes y mala alimentación que afectan a la sociedad poblana y a la mexicana en general. En el mercado actual existen productos que buscan tratar los mismos problemas, haciendo uso de diversos ingredientes naturales, pero ninguno ha hecho uso de la semilla de fenogreco. Esta semilla de poco renombre actualmente en la sociedad, cuenta con una amplia lista de beneficios y no se limita solamente a ser consumida, ya sea en alimentos o en bebidas. En estudios de laboratorio se ha logrado dejar en evidencia el alto contenido proteínico de la semilla, así como su potencial como fibra, razón por la cual con solo una pequeña porción de ésta, se pueden obtener grandes resultados.

El producto se elabora con piña, apio, stevia como endulzante natural y el ingrediente principal: el fenogreco. La materia prima para elaborar es cultivada en tierras mexicanas, de modo que se apoya al mismo tiempo al campo mexicano en la elaboración del jugo. De la misma manera, los envases y las etiquetas son adquiridos a empresas locales. Por todo esto, se puede decir que JuGreco es un producto 100% mexicano.

El proceso de producción empieza con la recepción de la materia prima, después se extrae el líquido de las piñas y del apio para hacer el jugo, posteriormente se le agrega la stevia para endulzar el jugo y también el porcentaje de fenogreco adecuado. El resultado es envasado en botellas con capacidad de 600ml., que posteriormente son etiquetadas. De la mano de cuatro obreros de producción y un supervisor, además de los otros dos cargos administrativos y dos por outsourcing, la planta de producción tiene la capacidad de elaborar 405,000 botellas al año.

Los estudios de mercadotecnia se realizaron para conocer los obstáculos que se presentarían a la empresa al momento de lanzar JuGreco al mercado. Los resultados obtenidos de los estudios no fueron decepcionantes, sino por el contrario, resultó viable, la demanda actual del mercado es alta, pero la demanda proyectada lo es todavía más. Este crecimiento del mercado empezará a atraer también a nuevos competidores, por lo que es importante no demorar en lanzar el producto a la venta.

Para determinar el precio de venta del producto al intermediario se consideró el costo unitario y el porcentaje de ganancia que se quiere obtener sobre los costos, lo que arrojó un precio de \$9.76. Con este precio, la empresa necesita vender 253, 240 unidades para estar en punto de equilibrio, es decir, sin pérdidas ni ganancias.

Los indicadores financieros calculados, tales como la TIR y el VAN, le terminan de dar confianza y seguridad al proyecto. La tasa interna de retorno calculada es de 117.21%, que es un resultado positivo y el VAN es de \$2, 618, 924. La inversión realizada hoy en JuGreco, dentro de 5 años se estima tenga un valor de más de dos millones de pesos.

Ha sido necesario cuidar cada aspecto legal para la correcta operación de la empresa, razón por lo cual se ha indagado en lo referente a los permisos del gobierno para operar y las obligaciones que tiene la empresa con sus trabajadores, como lo es el IMSS y el Infonavit.

JuGreco se muestra después del estudio como una empresa diferente, innovadora y con un futuro prometedor. Comprometida con sus orígenes y las personas por las cuales ha sido proyectada, que busca crear conciencia entre la población mexicana acerca del cuidado personal, y de que es posible hacerlo de manera efectiva y a un coste razonable.

ABSTRACT

JuGreco is a food business, which produces drinks classified as functional. The organization is incorporated as a limited company since it consists of three persons associated for the common goal of creating a company, and is variable capital because capital held by the company may increase or decrease. The initial investment for the company is \$ 400,000.

JuGreco is a functional product that can be consumed by all people for its high health benefits, however, has been defined as a potential market to youth and adults, because at a certain age, they are more aware of their health care. The product was a response to the problems of obesity, diabetes and poor diet affecting Puebla and the Mexican society in general. In today's market there are products that seek to address the same problems, using various natural ingredients, but none have made use of fenugreek seed. This seed, few popular these days in society, has an extensive list of benefits and is not confined only to be consumed either in food or drinks. In laboratory studies, it has managed to put in evidence the high protein content of the seed and its potential as a fiber, which is why with only a small portion of it, you can get great results.

The product is made with pineapple, celery, stevia as a natural sweetener and the main ingredient fenugreek. The raw material to produce is grown on Mexican soil, so that it supports both the Mexican countryside in the preparation of juice. Similarly, packaging and labels are purchased from local companies. For all this, we can say that JuGreco is a 100% Mexican product.

The production process begins with the receipt of raw material, after extract the liquid from the pineapple and celery to make the juice, then is added the stevia to sweeten the juice and the appropriate percentage of fenugreek. The result is packaged in bottles containing 600ml., Which are then labeled. Hand four production workers and a supervisor, in addition to the other two administrative positions and two by outsourcing production plant has the capacity to produce 405,000 bottles a year.

Marketing studies were performed to understand the obstacles to be submitted to the company when launching JuGreco to the market. The results of the studies were not disappointing, but on the contrary, were feasible, the current market demand is high, but the projected demand is even more so. This market growth will begin to also attract new competitors, so it is important not to delay in launching the product for sale.

To determine the selling price to the intermediary, was considered the unit cost and the percentage of profit to be obtained on the costs, resulting in a price of \$ 9.76. At this price, the company needs to sell 253 240 units to be in equilibrium point, it is, no gain or loss.

The financial indicators calculated such as TIR and VAN give complete confidence and security of the project. The internal rate of return calculated is 117.21%, which is a positive result and the VAN is \$ 2, 618, 924. The investment made in JuGreco today, in 5 years is estimated to be worth more than two million pesos.

Was necessary to take care of every legal aspect for the correct operation of the company, which is why it has investigated regarding government permits to operate and the obligations of the company to its employees, such as the IMSS and Infonavit.

JuGreco after the study is shown as a different, innovative company with a promising future. Committed to their origins and the people for whom it has been designed, which aims to raise awareness among the Mexican population about personal care, and it can be done effectively and at reasonable cost.

CAPÍTULO 1.- NATURALEZA DEL PROYECTO

1.1 Introducción

El siguiente escrito es el análisis de un proyecto con el que se propondrá un producto con el cual se beneficiará la calidad de vida de las personas, ofreciendo una alternativa de una bebida funcional. Se evaluarán tres opciones para elegir el mejor producto que convenga tanto a la empresa como para el cuidado de la salud de las personas, se verán los pros y contras de cada propuesta para hacer la mejor elección. El equipo de trabajo está conformado por tres integrantes, expertos en mercadotecnia, administración de empresas y uno del área de comercio internacional.

Después de seleccionar el producto más conveniente, se realizará un análisis para saber qué tan viable es el proyecto y hacer una proyección de cómo la empresa se visualiza dentro de un horizonte de cinco años.

Con esta empresa se quiere lograr un resultado de ganar-ganar tanto para los socios de la empresa como para al consumidor final.

El estudio se basará principalmente en seis partes, las cuales son:

- Naturaleza del proyecto
- Estudio técnico de producción
- Estudio de mercado
- Estudio económico y financiero
- Estudio de viabilidad legal, normativa y reglamentaria
- Compromiso social

Estos seis puntos son elementales para obtener el resultado, esperando que sea positivo, viable y rentable, además de que tenga un impacto positivo para la sociedad para poder llevarse a cabo un proyecto viable y así poder colocarlo en el mercado como un producto de buena calidad y además que cuide y promueva

la buena alimentación entre las personas, teniendo como objetivo principal la rentabilidad del proyecto.

1.2 Análisis de los recursos

El proyecto parte con recursos económicos, recursos tangibles e intangibles. A continuación se presentan los correspondientes a cada uno de los integrantes del equipo:

INTEGRANTE	RECURSOS ECONÓMICOS	RECURSOS TANGIBLES	RECURSOS INTANGIBLES
OSCAR SÁNCHEZ JUÁREZ	\$100,000.00	Almacén ubicado en la central de abastos de Tepeaca.	Conocimientos en el área de Comercio Internacional y experiencia en el cultivo de algunas legumbres.
CARLOS GABRIEL VARELA SALGADO	\$100,000.00		Preparación en el área de Administración de empresas, economía y recursos humanos.

OMAR	\$100,000.00	Camioneta para Formación en el transporte a área de la intermediarios. mercadotecnia, especialmente en el desarrollo de estrategias de promoción y publicidad.
-------------	--------------	--

El proyecto cuenta en total con un capital semilla de **\$400,000.00** y un **almacén** localizado en el municipio Tepeaca, Pue., permitiendo al proyecto contar con recursos extras. Dicho capital semilla dará la facilidad de poder adquirir equipo e insumos suficientes para iniciar con el proyecto, además del almacén ubicado en la central de abastos de Tepeaca que brindara una ventaja competitiva para el arranque del proyecto pues se contara con un bien inmueble donde se desarrollara el proceso para la elaboración del producto y no será necesario cubrir una renta mensual.

Se pudo identificar la mayor tasa pasiva del mercado a la que tenemos acceso: 6% de Banco Azteca (Anexo 1.2.1).

A continuación se muestra unos indicadores económicos con los que se desarrollara el cálculo del TREMA:

Bono E.E.U.U. = 2.76% (Anexo 1.2.2)

Spread Mex = 6.25% (Anexo 1.2.3)

Inflación = 3.43% (Anexo 1.2.4)

Standars and Poors 500 = 16.58% (Anexo 1.2.5)

Estos cuatro indicadores serán necesarios para calcular la Tasa de Rendimiento Mínima Aceptada por los inversionistas, cada uno de ellos resumen la situación actual de cómo se encuentra el mercado desde el punto de visto de un

inversionista pues ello le dejara ver qué ventajas tiene al invertir en un proyecto como este.

$$TREMA = i + f + if^1$$

Dónde:

- i = Tasa de rendimiento
- f = Inflación anual
- if = Tasa de inflación del rendimiento del Mercado

Se desarrollará la tasa de rendimiento que brinda invertir en un negocio en el territorio mexicano. Con esto se podrá conocer la tasa mínima que deberá obtener por arriesgar el capital de un accionista en la apertura de un negocio en el mercado mexicano.

$$i = CO + PR$$

Para poder sacar la Tasa de Rendimiento se necesita conocer el Costo de Oportunidad y eso sumarlo al Premio al Riesgo, y para eso se necesita calcular el P.R. que no es más que la resta de la Tasa Media del Mercado (-) Tasa Libre de Riesgo.

$$PR = RMM - TLR$$

$$PR = .1658 - (.0625 + .0276)$$

$$PR = 0.0757$$

$$PR = 7.57\%$$

$$i = .06 + 0.0757 = 0.1357$$

$$TREMA = 0.1357 + 0.0343 + (0.1357)(0.0343)$$

¹ Banco Azteca

Trema = 17.53%

El 17.53 % resultado que dio de todo el procedimiento anterior es el rendimiento mínimo que quiere o quieren ganar los inversionistas.

1.3 Identificación de necesidades

Es importante determinar cuáles son las necesidades que existen en el mercado, como también lo es analizar las personales:

DEL PROMOTOR:

Entendiendo que las necesidades en este punto se conforman por las ideas que quiere desarrollar cada integrante del equipo, pudiéramos mencionar las siguientes:

- Desarrollar un proyecto que cumpla con las ambiciones personales de cada integrante del equipo.
- Crear una fuente de ingreso económico que de estabilidad financiera con el paso del tiempo.
- Poner a prueba las capacidades y habilidades con las que cuenta cada participante en el proyecto.

DEL ENTORNO

Entendiendo que las personas que conforman una sociedad exigen cada día una mejor calidad de vida, derivadas de las cuales, se crean necesidades en el mercado, pudiéramos mencionar:

- Fácil acceso a información de productos y servicios que ayuden a mantener una buena salud y prevengan problemas futuros que arriesguen el bienestar personal.
- Tener la disponibilidad de productos naturistas alternativos a la medicina tradicional, que no represente un gasto significativo.
- Poder adquirir productos que cumplan con sus expectativas de calidad, y que además brinde más beneficios por el mismo precio.
- Contar con información que facilite encontrar suplementos alimenticios lo más naturales posibles y al mismo tiempo beneficien en el tratamiento de algunas enfermedades.

1.4 Definición del objetivo general del proyecto

Obtener una tasa de rendimiento anual superior a la TREMA calculada de 17.53 % a través del desarrollo de un proyecto de inversión que satisfaga alguna necesidad de un segmento de una población determinada, usando como recurso económico \$ 400,000.00 (cuatrocientos mil pesos) a un plazo de cinco años. Generar una fuente de trabajo que además beneficie a la sociedad que le rodea brindando oportunidades para el desarrollo de la misma. De esta manera efectuar cambios positivos en los integrantes del equipo de trabajo que motiven el crecimiento continuo de la organización.

1.5 Planteamiento del problema

Los problemas de salud de la población, sin importar la edad, se han concentrado en los últimos años en los relacionados a la obesidad, principalmente la diabetes

y el colesterol alto. En nuestro país la prevalencia combinada de sobrepeso y obesidad llega a 71.28%, como lo muestra la tabla siguiente:

ADULTOS	PREVALENCIA COMBINADA (SOBREPESO Y OBESIDAD)	SOBREPESO	OBESIDAD
MUJERES	73%	35.9%	37.5%
HOMBRES	69.4%	42.5%	26.8%
COMBINADA (AMBOS SEXOS)	71.28%	38.8%	32.4%

Fuente: (Federación Mexicana de Diabetes, A.C, 2012)

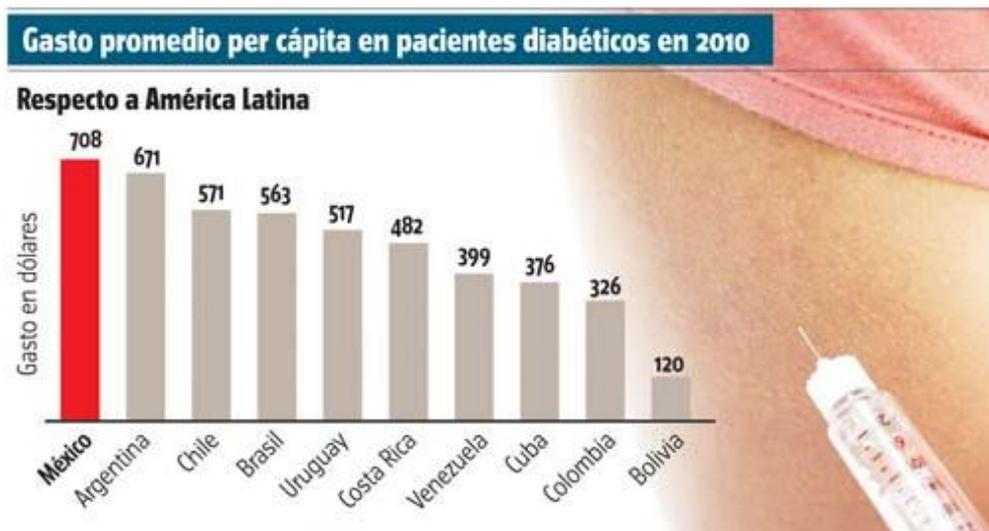
Esto es, que 7 de cada 10 habitantes del país padece sobrepeso u obesidad. Estos altos índices van correlacionados con los de diabetes, enfermedad que ha sido diagnosticada en 6,4 millones de personas en México en el año 2012.²

Si una persona padece diabetes, su cuerpo no cuenta con la capacidad de utilizar de manera correcta los alimentos por la falta de una hormona llamada insulina. Lo anterior da como resultado altas concentraciones de azúcar en la sangre³. Su tratamiento inoportuno e inadecuado se puede traducir en problemas graves para la salud. Estos problemas se presentan a pesar de que se desarrollan nuevas tecnologías y cada vez se cuenta con mayor información y más fácil acceso a ésta. De hecho el futuro para la resolución o disminución de los casos de diabetes no es alentador. La Organización Mundial de la Salud (OMS) prevé que las muertes por diabetes se multipliquen por dos entre 2005 y 2030¹, este dato lo corrobora la Federación Internacional de Diabetes (FID) que menciona que de los actuales 371 millones casos de diabetes del mundo en la actualidad, para el año 2030 la cifra se incrementará hasta alcanzar los 552 millones; y nuestro país es de los más afectados, ya que México se ubica en el 6° puesto en número de personas con diabetes¹.

² (Federación Mexicana de Diabetes, A.C., 2012)

³ (Wade, 2001)

Estos no son los únicos datos desalentadores para nuestro país. Ya que aunado a los altos índices de obesidad y diabetes, se le tiene que agregar el de los costos de tratar esta enfermedad. Nuestro país, comparado con los demás de América Latina es el que más gasta para tratar la diabetes, llegando el gasto promedio a los 708 dólares anuales, como lo muestra la imagen a continuación:



Fuente: (Valadez, 2011)

1.6 Definición de alternativas de solución

- 1- Jugo de Fenogreco: El jugo de fenogreco ayuda a reducir el colesterol malo LDL para que no se formen placas de ateroma en las venas y poder tener una buena circulación en las venas, disminuyendo así los infartos cardiacos.

El jugo se combinara con piña y apio, los cuales ayudan a:

- La Piña es una de las frutas que al consumirla ayuda a mantenernos saludables, ya que ejerce una función purificadora en nuestro organismo, eliminando toxinas por medio de la orina. La Piña se recomienda en: Obesidad, cáncer, próstata, riñones, artritis y además te rejuvenece.
- El Apio es recomendado a personas que padecen presión arterial, dolor de cabeza, estreñimiento, nerviosismo y ayuda a aumentar los glóbulos rojos.

- 2- Yogurt de Fenogreco: El Yogurt de Fenogreco ayuda a reducir el riesgo de desarrollo de cáncer de colon. Se combinó el yogurt con fenogreco gracias a que el yogur es una defensa contra todo tipo de infecciones y enfermedades.

Combinados podrían aumentar sus propiedades nutritivas, reduciendo además el colesterol, equilibrar el intestino, controlando los posibles casos de diarrea y estreñimiento.

- 3- Cereal de Fenogreco: El cereal de fenogreco ayuda a controlar el equilibrio de los niveles de azúcar en sangre en personas con Diabetes

tipo 2, los aminoácidos del actúan en las células beta del páncreas aumentando la producción de insulina, la cual ayuda al control de la diabetes.

El objetivo de combinar el fenogreco con el cereal es que son ricos en carbohidratos tanto de absorción rápida (tras la ingestión pasan a la sangre en poco tiempo) como de absorción lenta (fibra).

1.7 Análisis y selección de alternativas

En ésta sección realizamos un análisis FODA de cada una de las alternativas, en donde se ponderaron las escalas de conveniencia de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, en donde el 3 es la mayor calificación y -3 es la menor.

1. Jugo de Fenogreco

Variable de análisis	Fortalezas	Oportunidades	Debilidades	Amenazas
Precio	Podemos poner el precio que queramos porque no existe producto similar 3	Precio aceptado por los consumidores 2	Capital de trabajo mal utilizado 1	Inexistencia de competencia (reacción del mercado) 3
Calidad	Semilla muy buena para aliviar problemas de salud 3	Competencia débil a través de fenogreco 3	Problemas con el sabor de la semilla -1	Las personas no toman cualquier cosa para la salud 1

Mercado	Conocimiento del mercado 3	Tendencias favorables en el mercado saludable 3	No tienen el conocimiento de la semilla -1	Competencia desfavorable en el mercado 1
Resultado	9	8	-1	5

2. Yogurt de Fenogreco

Variable de análisis	Fortalezas	Oportunidades	Debilidades	Amenazas
Precio	recursos financieros 2	Precio bajo de introducción al mercado -1	Capital de trabajo mal utilizado -2	Competencia -1

Calidad	Combinados aumentan sus las propiedades nutritivas 1	Defensa contra tipos de infección y enfermedades 2	Encontrar combinación adecuada 1	Credibilidad y funcionamiento correcto 1
Mercado	Único yogurt con semilla de fenogreco 3	Necesidad del producto 2	Aceptación por ser una semilla que no se conoce -1	Competencia agresiva de yogur -1
Resultado	6	3	-2	-1

Variable de análisis	Fortalezas	Oportunidades	Debilidades	Amenazas

Precio	Recursos financieros 2	Precio bajo por introducción 2	Problemas con la calidad -2	Aumento en precios de insumos -1
Calidad	Producto natural 2	Cuidando la salud de los diabéticos 2	Problemas de la calidad -1	Competencia consolidada en el mercado 1
Mercado	Nuevo cereal rico en carbohidratos 2	Penetrar en el mercado de los diabéticos 2	Aceptación del público 1	Competencia agresiva de cereal -1
Resultado	6	6	-2	-1

3. Cereal de Fenogreco

Conclusión

Se escogió la alternativa número 1 que es jugo de fenogreco porque se obtuvieron los puntajes más altos, es nuevo en el mercado, los conocimientos sobre la producción es alta y no hay competencia directa; además es un producto que busca la salud y bienestar

de los diabéticos a través del control de los niveles de colesterol y así tener una buena circulación en las venas disminuyendo los infartos cardiacos.

Es una bebida que se combina con vegetales como piña y apio que lo hace 100% natural.

1.8 Proceso de planeación de la empresa

El desarrollo de este apartado ayudara a analizar las características las cuales definen a esta empresa, a que se dedica, como es su forma de trabajar, etc., además de conocer el panorama que se visualiza para ella durante su desarrollo.

1.8.1 Nombre y descripción de la empresa

JuGreco, S.A. de C.V. es una empresa 100% mexicana dedicada a la elaboración de bebidas de concentrados vegetales naturales con fenogreco, ubicada en el municipio de Tepeaca, Puebla, México. Aquí nosotros procesamos las semillas, frutas y vegetales que formaran parte de nuestro producto.

Formando parte, en sus inicios, de un equipo de trabajo de 6 personas se realiza todas las tareas con las mejores prácticas de higiene posible, todo esto con el fin de sacar al mercado un producto de calidad. Por esta razón también se cuida cada paso del proceso de elaboración, como la inocuidad de los alimentos, limpieza de las instalaciones, control de la cadena de temperatura, etc.

Teniendo en cuenta que para la empresa lo más importante son las personas, se analiza el entorno del mismo, las condiciones de trabajo de nuestros colaboradores, la satisfacción de nuestros clientes y la buena relación con la sociedad que le rodea, ocupándose por realizar pequeños cambios significativos que día con día formen un entorno en armonía.

Desde sus inicios la empresa tienen en mente que para crecer es necesario primero compartir el éxito de lo que se esté construyendo, estando conscientes que se necesita de la ayuda de la gente para ser más grandes, y es por esta razón que JuGreco, S.A. de C.V. se constituye como tal para abrirse a un número ilimitado de socios que quieran invertir en ella siempre y cuando compartan la misión por la cual se ha estado trabajando.

Este tipo de sociedad busca siempre la protección del patrimonio de cada accionista, ya que solo se limita al capital aportado.

Para verificar y observar la información redactada en los estatutos del acta constitutiva de la empresa ir a Anexo 1.8.1.

1.8.2 Misión

Consolidarnos en el mercado mexicano como la mejor opción en cuanto a bebidas saludables, brindando una alternativa más para reducir el colesterol y azúcar en la sangre de nuestros clientes mejorando de esta manera su calidad de vida.

1.8.3 Visión

Ser la mejor opción en cuanto a bebidas saludables embotelladas que ofrece el mercado especialmente para las personas con altos niveles de colesterol o azúcar en la sangre.

1.8.4 Objetivos de la empresa

A largo plazo:

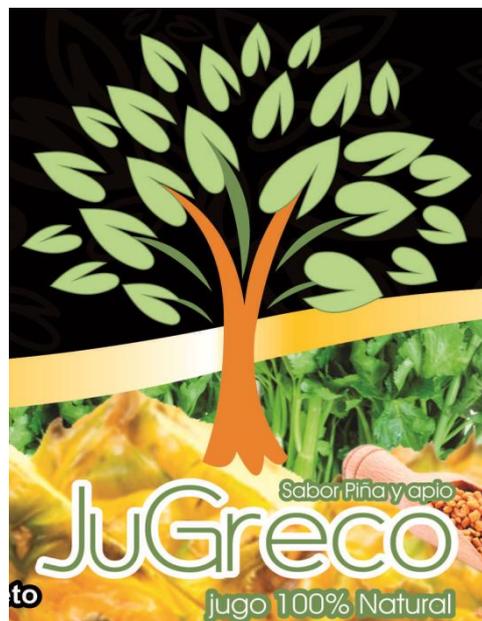
- Lograr el retorno de la inversión (\$ 400,000.00) en 5 años.
- Introducir nuestro producto a los exhibidores de las tres cadenas más grandes de supermercados en México antes de los 3 primeros años desde su inicio.
- Adquirir una maquina industrial para el envasado de nuestro producto con un valor de \$ 285, 000.00 pesos para el segundo año de que se iniciaron operaciones.
- Solicitar un financiamiento de \$ 500,000.00 para la mejora de instalaciones al tercer año con la mejor opción posible del mercado.

- Mejorar el proceso mediante la compra de unos implementos y accesorios para la movilización de los productos (bandas transportadoras de rodillos) con un valor de \$ 50, 000.00 pesos en un plazo de 1 año con 6 meses.

A corto plazo:

- Contactar al menos 3 productores de cada uno de nuestros insumos (piña, apio, semillas y envase) que reduzca nuestros costos incluso en 50 centavos por kilogramo, y además mejore nuestra calidad antes del primer año.
- Crear una página web con un diseño que de vida en su presentación durante los 6 primeros meses, y que no rebase el costo de \$ 7,000.00 pesos.
- Comprar un sistema sencillo de manejar para el control de la empresa (procesos, compras, ventas, inventarios, etc.) con un precio de \$ 5,000.00.

1.8.5 Imagen corporativa



CAPÍTULO 2.- ESTUDIO DE TÉCNICO DE PRODUCCIÓN

2.1 Descripción del producto

Jugo hecho a base de semilla de fenogreco mezclado con apio y piña que lo hace un producto 100% natural para controlar los niveles de azúcar en las personas diabéticas.

- a) **Clasificación general**, La clasificación del producto correspondiente a las normas oficiales mexicanas vigentes **NOM-218-SSA1-2011, Productos y servicios. Bebidas saborizadas no alcohólicas, sus congelados, productos concentrados para prepararlas y bebidas adicionadas con cafeína. Especificaciones y disposiciones sanitarias.**

3.15 Derivados vegetales, a las materias primas comestibles e inocuas obtenidas de las diferentes partes de la plantas. Los saborizantes de origen natural son considerados aditivos.

3.16 Envase, cualquier recipiente, o envoltura en el cual está contenido el producto preenvasado para su venta al consumidor.

3.17 Etiqueta, cualquier rótulo, marbete, inscripción, imagen u otra materia descriptiva o gráfica, escrita, impresa, estarcida, marcada, grabada en alto o bajo relieve, adherida, sobrepuesta o fijada al envase del producto preenvasado o, cuando no sea posible por las características del producto, al embalaje.

- b) **Especificaciones generales**

- a. una vez que el producto sea abierto debe consumirse de una sola porción sin dejar producto para una segunda vez.

c) Especificaciones técnicas:

Composición del producto	
Materia prima	Porcentaje
Fenogreco	5%
Piña	45%
Apio	15%
Stevia	10%
Agua	25%

- d) Adaptabilidad:** Consérvase a temperatura ambiente a no más de 30°C. Consérvase el frasco bien cerrado. No se exponga directamente al sol. Es una bebida alternativa y puede tomarse como suplemento alimenticio sin problema alguno.

e) Cuidados y tratamientos requeridos por el producto:

- a. Tomar toda la bebida 1 vez por día durante 1 mes, (una bebida de 250ml es solo para un día).

f) Insumos y materias primas:

- i. Fenogreco
- ii. Piña
- iii. Apio
- iv. Stevia

g) Diseño:

Éste jugo es una base de semilla de Fenogreco, mezclado con Piña y Apio, este producto tiene una consistencia espesa, tiene color amarillo , su aroma es penetrante, tiene un olor a vegetal, su presentación es en envases de plástico de tamaño aproximadamente de 250ml, el cual tiene forma cilíndrica.

2.2 Descripción del proceso

RECEPCIÓN DE MATERIA PRIMA.

Responsable: Almacenista

Las verduras son transportadas por el proveedor hasta la planta. La stevia y el fenogreco, así como las botellas, etiquetas y cajas son traídos por otros proveedores. Una vez recibidos se le realiza una inspección de calidad en la que participa tanto personal de la propia empresa como de la empresa proveedora. Las verduras aprobadas son llevados inmediatamente a su lavado y pelado.

LAVADO Y PELADO.

Responsable: Obrero de producción del lavado y pelado

Puesto que son alimentos perecederos no se les puede tener en almacenamiento por mucho tiempo, además que esto retrasaría de proceso de producción. En el lavado se eliminan todas aquellas partículas no propias del vegetal, como pequeñas piedritas y hojas. Una vez realizado esto se pelan para eliminar las partes que no son requeridas para la extracción del jugo.

EXTRACCIÓN DEL JUGO.

Responsable: Obreros de producción para la extracción.(3 obreros)

Con ayuda de los extractores de jugo industriales los operadores obtienen la mayor cantidad de jugo posible, verificando durante el proceso que no haya presencia de pequeñas partículas que se hayan colado durante la obtención de éste.

PREPARACIÓN DEL FENOGRECO Y LA STEVIA.

Responsable: Obrero de producción.

La semilla de fenogreco es llevada por parte de un operador al molino donde será tratada. Durante este proceso, la semilla, que es bastante dura se

convierte en polvo para su posterior adhesión al jugo vegetal. En cuanto a las hojas de stevia, estas son igualmente molidas para su transformación en polvo y para la liberación de su aroma que será el encargado de reducir el fuerte olor del fenogreco. La combinación de ambos polvos son combinados y llevados al contenedor donde se ha extraído el jugo vegetal

MEZCLADO DEL JUGO CON EL FENOGRECO Y LA STEVIA.

Responsables: Obreros de producción para la extracción. (3 obreros)

El jugo recién obtenido es mezclado en el mismo contenedor con el ingrediente primordial para el jugo, el fenogreco, el cual ya viene incorporado con la stevia. La incorporación se completa hasta que no haya rastros visibles del polvo. Una vez realizada la unión del jugo y el fenogreco, el operador realiza una inspección de calidad con ayuda del tamizador, proceso en el que el jugo se refina para separar la semilla y partes pequeñas de cáscara o tallo, para posteriormente ser llevado a pasteurización.

PASTEURIZACIÓN.

Responsable: Obrero de producción para la pasteurización.

En este paso el jugo se calienta a 88 grados centígrados y posteriormente es enfriado a 50 grados centígrados. Este proceso se realiza con el fin de eliminar algunas de las bacterias que pudieran estar presentes en el jugo. El encargado de la pasteurización termina con este proceso filtrando el jugo y verificando nuevamente que no haya presencia de pequeñas partículas. Esta última revisión es también la más importante, puesto que es el último control de calidad para el jugo antes de ser llevado finalmente a su envasado.

ENVASADO Y ETIQUETADO.

Responsable: Obrero de envasado.

Las botellas previamente lavadas y esterilizadas por parte del proveedor son llevadas al proceso de producción. Éstas son llenadas con el jugo ya pasteurizado y selladas con una tapa. Todo este proceso se realiza

manualmente. Las botellas son revisadas si tienen presencia de jugo es su exterior y de ser así son secadas para poder colocarles la etiqueta.

EMPAQUETADO Y ALMACENAJE.

Responsable. Almacenista.

Las botellas llegan al área de empaquetado y son colocadas cuidadosamente en grupos de treinta dentro de una caja. Una vez hecho esto son llevadas a almacén y se da por terminado el proceso de producción del jugo vegetal Greco.

Para ilustrar el proceso de producción y sus diferentes etapas se muestran representadas en un diagrama de flujo del proceso, el cual usa la siguiente simbología para identificar cada actividad.

SÍMBOLO	SIGNIFICADO
	Operación. Significa que se efectúa un cambio o transformación de algún componente del producto.
	Transporte. Es la acción de movilizar de un sitio a otro algún elemento en determinada operación o hacia algún punto.
	Almacenamiento. Tanto de materia prima, de producto en proceso o de producto terminado.
	Inspección. Es la acción de controlar que se efectúe correctamente una operación, transporte o verificar la calidad de un producto.

Tabla de simbología para el diagrama de flujo de procesos. Fuente: (Urbina, 2013)

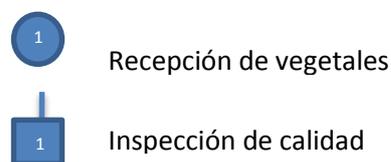
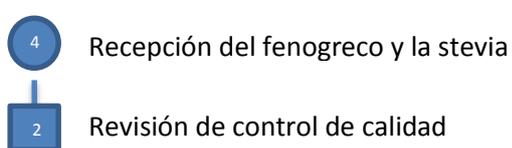




Diagrama de flujo de procesos para la elaboración del Jugo Vegetal Greco.

2.3 Identificación de maquinaria y equipo

La elección de la maquinaria y equipo se ha adecuado a los recursos económicos con los que se cuentan al inicio, y esto considerando que no represente más del 65% de la inversión del efectivo disponible.

El equipo se considera semi-industrial pues sus rendimientos son mayores a los ordinarios, además también se consideró la accesibilidad a ellos con proveedores al alcance para su pronta adquisición.

- **Extractor Super Angel 5500**

Con un motor de 3 Hp y 82 RMP permite un rendimiento en más de un 30% de jugo en comparación de los extractores comunes. Este equipo se trabaja con una sola persona, quien solo va abasteciendo de los insumos al extractor.

Se espera una capacidad aproximada de 0.5 lts/min, o lo que es igual a 30 lts/hr, esto siempre y cuando se establezcan estándares de productividad mínima para la persona quien lo opere.

El consumo de energía de este equipo no representa un problema ya que cuenta con un motor muy eficiente que solo consume 500 watts por hora (representa el consumo de 5 focos) considerando que es un equipo industrial es mínimo su consumo.

- **Tamizadora Russell Compact Sieve**

Este equipo nos permitirá mantener los estándares de calidad respecto a la inocuidad del producto, ya que efectuará el trabajo de separación de sólidos de la bebida durante el proceso de elaboración. Tienen una capacidad de 60,000 kg/hr., lo que es suficiente para abastecer nuestra producción inicial.

El consumo de energía es mínimo pues solo ejerce un movimiento vibratorio constante que representa el consumo de una licuadora casera (350 watts).

Equipo en General

Todo el equipo que se utilizara para la elaboración del jugo es de acero inoxidable, característica indispensable para la elaboración de alimentos que son consumidos directamente sin la necesidad de ser lavados o esterilizados. Todo esto con la intención de ingresar a las certificaciones necesarias que nos permitan abrir nuestro mercado a otros consumidores en el extranjero, y principalmente para cumplir con lo que nos especifica la Norma Oficial Mexicano en cuanto el material de la maquinaria con que se procesara la bebida.

Entre el equipo que no es necesario una ficha técnica están:

- Mesa de trabajo en acero inoxidable grado alimenticio.
- Tarja industrial de lavado en acero inoxidable.
- Tanque de 900 lts. para enfriamiento en acero inoxidable.

Extractor ANGEL 5500		
	• POTENCIA	3 hp rectificado / 82 RPM
	• MATERIAL	Acero inoxidable
	• CONSUMO DE ENERGIA	500 watts
Proveedor: DeMarkaZone	• PESO	20 Libras
TAMIZADORA RUSSELL COMPACT SIEVE		
	• CAPACIDAD	Hasta 60,000 kg/h
	• MATERIAL	Acero inoxidable

Proveedor: DeMarkaZone	• PESO	25 libras
------------------------	--------	-----------

2.4 Presupuesto de maquinaria y equipo

Concepto	Unidad	Cantidad	P.U	Importe
Extractor de jugos industrial	Angel 5500	3	\$ 21,775.00	\$ 65,325.00
Mesa de trabajo en Acero inoxidable grado alimenticio	Cubierta T-304 calibre 20	6	\$ 2,500.00	\$ 15,000.00
Tarja industrial de lavado Acero Inoxidable	Tina de 2 mts. de largo	2	\$ 7,000.00	\$14,000.00
Tanque de Enfriamiento	900 lts. Sanitario	1	\$ 45,000.00	\$ 45,000.00
Tamizadora	Russell Compact Sieve	1	\$ 60,000.00	\$ 60,000.00
			Total:	\$ 199, 325.00

2.5 Depreciación de maquinaria y equipo

Concepto	Tasa de depreciación	Años a Depreciar	Depreciación anual
Mobiliario y Equipo de Administración	10%	10 años	\$ 13,932.50

Equipo de Cómputo y Tecnologías	33.33%	3 años	\$ 21,391.92
Maquinaria, Otros equipos y Herramientas	10%	10 años	\$ 7,907.50

2.6 Valor de Rescate

Como parte fundamental de forma de trabajar de la empresa, se entiende que no tiene como objetivo la venta de sus activos con los que elaborara el producto por lo que no se tienen por el momento un estimado de cuando se pretenda vender los activos. El Valor de Rescate dependerá del tiempo del cual el activo adquiere el valor respectivo, siendo una interrogante el momento exacto en el que el activo adquiera dicho valor para la empresa, siendo relevante para la contabilidad de la empresa la cantidad en que se vende solo hasta entonces. Total motivo no se consideró dicho valor dentro de este proyecto al menos que se hubiera marcado dentro de los objetivos de la empresa.

Concepto	Valor de Rescate en Libros

2.7 Descripción de Instalaciones

El lugar considerado para la ubicación de la empresa en la central de abastos del municipio de Tepeaca, Pue., contiene las siguientes dimensiones:

DIMENSIONES DEL AREA DEL LUGAR

CONCEPTO	MEDIDAS
Largo	30 m
Ancho (área que ocupa el frente)	8 m
Altura	4 m

La longitud del ancho del lugar representa la parte frente del local. Además se puede observar que tiene mucha altura con la a futuro se puede planear la construcción del área administrativa (ANEXO). Esto representa una ventaja que beneficia las condiciones de temperatura en el lugar, pues la altura permite una mejor ventilación y menor concentración de calor.

La posición de cada uno de los equipos fue considerando el buen y eficiente funcionamiento del proceso, y con la intención de evitar enredos o malos entendidos durante la cadena de elaboración del jugo.

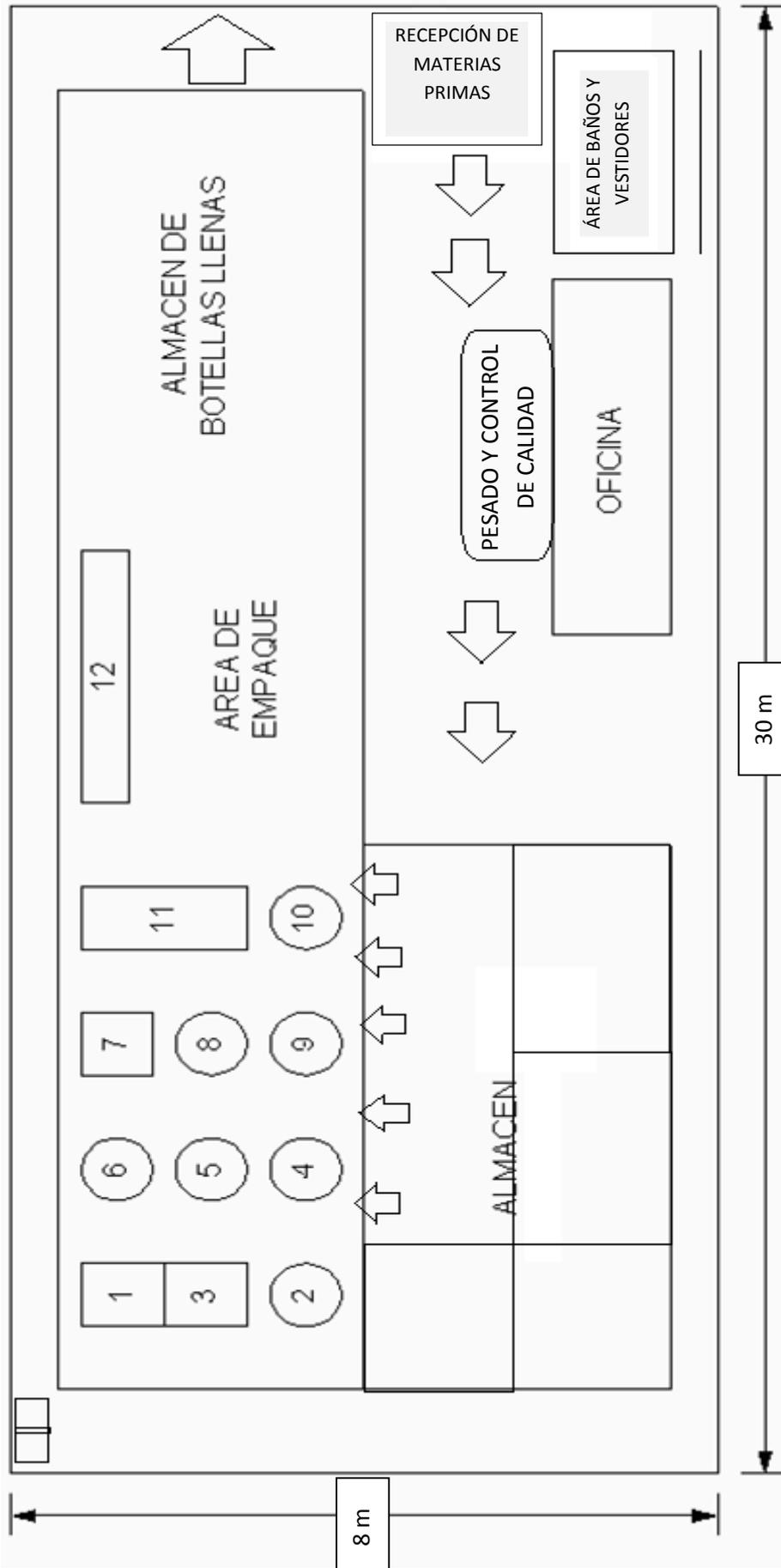
A continuación se describe la posición de la maquinaria y equipo señalándose con un número de referencia el lugar que ocupara.

Especificaciones de cada una de las áreas:

1. Tarja de lavado1: recepción de fruta y vegetales para lavarla.
2. Mesa de trabajo 1: pelado y limpiar la fruta y vegetales
3. Tarjas de lavado 2: desinfectado de fruta y vegetales ya pelados y limpios.
4. Mesa de trabajo 2: corte de fruta y vegetales.
5. Extractor 1: extracción del jugo de las frutas.
6. Extractor 2: equipo auxiliar en caso de fallas en otro extractor.
7. Tanque de enfriamiento del concentrado ya mesclado.
8. Extractor 3: extracción del jugo de los vegetales.
9. Mesa de trabajo 3: corte de frutas y vegetales.
10. Mesa de trabajo 4: molido de semilla de fenogreco.
11. Mesa de trabajo 5 y 6: área de envasado
12. Área de material para etiquetado y empaque.

- **Layout**

El diseño del Layout de empresa fue diseñado de acuerdo a dos factores, uno es el tamaño y forma del área de la bodega; y el segundo es de manera que se adapte a los procesos que se realizaran para la elaboración de la bebida. Siguiendo se formara lo que es la ubicación de áreas, maquinaria y equipo de la empresa.



2.8 Recursos Humanos

El activo más importante para cualquier empresa es el recurso humano. Es por esta razón que se le debe prestar especial atención a la organización y coordinación de éste.

En el proceso administrativo de esta área se incluye la definición de cada puesto de trabajo, sus principales características, las fuentes de reclutamiento y selección, así como el presupuesto destinado a pago de salarios. Se mencionan también las propuestas para la evaluación del desempeño además de los requisitos de seguridad e higiene.

2.8.1 Organigrama

Un organigrama es un instrumento que permite distribuir los puestos que comprenden la organización en función de la jerarquía y las áreas de competencia.⁴

En el organigrama presentado a continuación se muestran los puestos que integran a la empresa. Al ser una empresa pequeña y con capital económico reducido, se ha optado por contar con puestos multifuncionales, esto es, que cada persona cuenta con más de una actividad a realizar dentro de la empresa.

El total de personal para la empresa es de nueve integrantes. Los puestos son los siguientes: Gerente, Contador, Secretaria, Mercadólogo, Responsable de Producción, Obrero almacenista, Obrero para la extracción de jugos, Obrero para la pasteurización y control de calidad y Obrero de embotellado y etiquetado.

Todos los puestos son propios de la empresa con excepción de dos que funcionarían por outsourcing, el contador y la secretaria. Hacerlo de este modo nos beneficia en cuanto a la reducción de costos en el manejo del personal además de un ahorro de responsabilidad legal y laboral.



Diagrama. Organigrama de la empresa.

2.8.2 Análisis y descripción de puestos

Puesto: Gerente General

<i>DATOS GENERALES DEL PUESTO:</i>	
<i>Jornada de Trabajo:</i> 8 Horas a l día	Horario de Trabajo: 48 horas a la semana
Edad: Máximo 40 años	Sexo: Indistinto
Escolaridad: Licenciatura	Estado Civil: Indistinto
Manejo del Idioma Inglés: No necesario	Reporta a: Junta de socios

HABILIDADES
Trabajo en Equipo
Comunicación

Espíritu de servicio
Trabajo bajo presión
Disciplina
Manejo de personal
Iniciativa

FUNCIONES

- Representar legalmente a la empresa para la realización de trámites legales y gubernamentales.
- Mantener comunicación, con el fin de lograr la motivación del personal y contribuir al crecimiento y mejoramiento continuo de la empresa.
- Mantener excelentes comunicaciones con los clientes y proveedores para mantener las relaciones y/u obtener futuros contratos con los mismos.
- Ser parte integral en el proceso de planificación del sistema de gestión de la calidad con el fin de cumplir la política y los objetivos de la calidad.
- Contratación de personal.
- Control y aprobación de inversiones de la empresa.
- Autorizar convenios a nombre de la empresa.
- Proveer al personal y áreas de lo necesario para desarrollar sus funciones.
- Supervisar el buen estado de las instalaciones y mobiliario existente.
- Cumplir y hacer cumplir el reglamento interno de trabajo.
- Supervisar el cierre diario de operaciones.
- Planificar y dirigir las operaciones diarias.
- Estudiar y analizar el desempeño del trabajo.

Puesto: Contador

DATOS GENERALES DEL PUESTO:

<i>Jornada de Trabajo:</i> 8 Horas al día	Horario de Trabajo: 48 horas a la semana
Edad: Indistinto	Sexo: Indistinto
Escolaridad: Licenciatura	Estado Civil: Indistinto
Manejo del Idioma Inglés: No necesario	Reporta a: Gerente General

HABILIDADES

Trabajo en Equipo

Razonamiento Lógico

Toma de Decisiones

Trabajo bajo presión

Disciplina

Creatividad

Liderazgo

FUNCIONES

- Elaborar estados financieros en fechas requeridas con información oportuna y verídica.
- Participar en las sesiones del comité de gastos de la empresa.
- Revisar y comparar gastos mensuales.
- Planear, Coordinar y Controlar la documentación necesaria de operación de la empresa cuando lo exijan las entidades del gobierno para que ésta no tenga inconvenientes legales.

- Realizar, Revisar y aprobar los diferentes impuestos que está obligado a presentar la empresa.
- Informar ante los diferentes organismo de control a los cuales la empresa este obligada a rendir informes.
- Garantizar la realización de la nómina del personal.
- Hacer arqueos sorpresivos en las visitas hechas a cada punto de pago.
- Identificar los posibles fraudes que se puedan presentar en el proceso y establecer estrategias que ayuden a eliminarlos.

Puesto: Secretaria

DATOS GENERALES DEL PUESTO:

<i>Jornada de Trabajo:</i> 8 Horas al día	Horario de Trabajo: 48 horas a la semana
Edad: Máximo 35 años	Sexo: Mujer
Escolaridad: Licenciatura	Estado Civil: Indistinto
Manejo del Idioma Inglés: No necesario	Reporta a: Gerente General

HABILIDADES

Trabajo en Equipo

Manejo de equipo de computo

Organización

Trabajo bajo presión

Disciplina

Discreción

Iniciativa

FUNCIONES

- Atención al público.
- Recibir, enviar y clasificar correspondencia.
- Llevar control de los archivos.
- Mantener actualizados y proporcionar mantenimiento al sistema de control de archivos, físicos.
- Distribuir documentos en el centro de trabajo.
- Llevar control de los materiales de oficina, prever necesidades y hacer la solicitud correspondiente.
- Captura de información y diversos documentos que le sean solicitados en apoyo a las tareas académicas, administrativas y de investigación
- Captura, manejo y operación de sistemas de información.
- Uso y manejo de redes de informática para el desempeño de sus labores.
- Llevar el control de la agenda del gerente de área.
- Atender el teléfono de acuerdo a las normas de cortesía establecidas y dar a todas las llamadas el debido curso.
- Convocar a sesiones o reuniones.

Puesto: Mercadotecnia

DATOS GENERALES DEL PUESTO:

<i>Jornada de Trabajo:</i> 8 Horas al día	Horario de Trabajo: 48 horas a la semana
Edad: Indistinto	Sexo: Indistinto
Escolaridad: Licenciatura	Estado Civil: Indistinto

Manejo del Idioma Inglés: No necesario	Reporta a: Gerente General
---	-----------------------------------

HABILIDADES
Trabajo en Equipo
Manejo de equipo de computo
Innovación
Capacidad de Dialogo
Creatividad
Liderazgo
Iniciativa

FUNCIONES
<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar estrategias y programas de comunicación continuos, para los proyectos institucionales. • Desarrollar estrategias de mercado que permitan a la empresa estar a la vanguardia respecto de los servicios que se ofrecen. • Supervisar el desarrollo o aplicación de los diferentes medios publicitarios. • Supervisar que se cumpla con los programas y metas en materia de comunicación interna y externa. • Diseñar y estructurar planes de promoción, e implementación de alianzas estratégicas. • Proporcionar los informes sobre análisis de mercado. • diseño e implementación de planes de mercadotecnia enfocados al desarrollo de nuevos producto. • Coordinar y controlar el lanzamiento de campañas publicitarias y de promoción. • Diseñar, planificar elaborar e instaurar los planes de mercadotecnia de la empresa. • Hacer investigaciones comerciales de los productos existentes o nuevos, realizando el estudio de las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de los mismos en el mercado.

Puesto: Responsable de Producción

DATOS GENERALES DEL PUESTO:

<i>Jornada de Trabajo:</i> 8 Horas al día	Horario de Trabajo: 48 horas a la semana
Edad: Indistinto	Sexo: Indistinto
Escolaridad: Licenciatura	Estado Civil: Indistinto
Manejo del Idioma Inglés: No necesario	Reporta a: Gerente General

HABILIDADES

Trabajo en Equipo

Manejo de personal

Organización

Capacidad de Dialogo

Creatividad

Liderazgo

Iniciativa

FUNCIONES

- Diseñar, desarrollar e implementar estrategias de producción.

- Diseñar procesos y procedimientos.
- Captar, seleccionar, contratar, evaluar y finiquitar personal operativo.
- Cotizar maquinas, repuestos y servicios para área productiva.
- Controlar la producción interna por sección y hora por hora.
- Organizar y controlar inventario de producto en proceso.
- Actualizar planilla de costos.
- Controlar gestión de mejoramiento de métodos.
- Capacitar a supervisores y ayudantes.
- Establecer capacidad disponible de producción y viabilidad tecnológica.
- Desarrollar planes de contingencia para enfrentar problemas comunes.
- Manejar conflictos con personal productivo por errores humanos y de sistemas.

Puesto: Almacenista

DATOS GENERALES DEL PUESTO:

<i>Jornada de Trabajo:</i> 8 Horas al día	Horario de Trabajo: 48 horas a la semana
Edad: Máximo 30 años	Sexo: Indistinto
Escolaridad: Bachiller	Estado Civil: Indistinto
Manejo del Idioma Inglés: No necesario	Reporta a: Gerente General, Responsable de Producción.

HABILIDADES

Trabajo en Equipo

Responsabilidad

Organización
Disponibilidad
Creatividad

FUNCIONES

- Auxiliar al jefe de confianza en las labores de coordinación y distribución de MP.
- Registrar entradas y salidas de MP del almacén
- Participar en el levantamiento de inventarios físicos, de acuerdo a los procedimientos y normas establecidos en su área de adscripción.
- Reportar a su jefe inmediato los requerimientos de material para su abastecimiento.

Puesto: Empleados de Producción

DATOS GENERALES DEL PUESTO:

<i>Jornada de Trabajo:</i> 8 Horas al día	Horario de Trabajo: 48 horas a la semana
	<i>Número De Puestos En La Organización:</i> 3
Edad: Máximo 35 años	Sexo: Indistinto
Escolaridad: Bachillerato	Estado Civil: Indistinto
Manejo del Idioma Inglés: No necesario	Reporta a: Gerente general, Responsable de producción.

HABILIDADES

Trabajo en Equipo

Responsabilidad

Organización

Disponibilidad

Creatividad

FUNCIONES

- Operar equipo de producción industrial, produciendo un producto de buena calidad.
- Asegurarse de que la instalación está limpia y organizada, que se sigan las precauciones de seguridad
- Cumplir con las políticas y procedimientos de calidad establecidas.
- Usar y cuidar apropiadamente todo el equipo en cumplimiento con las instrucciones de operación.

- Encargarse del encendido y apagado de máquinas.
- En caso de fallo de una máquina, solicitar lo indispensable para el buen funcionamiento de ella.

2.8.3 Fuentes de reclutamiento y selección de personal

El personal es pieza clave para el éxito de la empresa y por esto se busca reclutar a los mejores para cada puesto. Desde donde nos vamos a anunciar y donde vamos a buscar aspirantes empieza ya a ser un proceso selectivo.

En México entre el 50% y el 60% de las contrataciones se realizan por internet⁵, es por esto que optamos por buscar nuestro personal a través de este medio. Hacerlo así también reduce costes de reclutamiento y tiempo de búsqueda en lugares especializados o incluso esperar a recibir currículum. Se eligieron tres páginas web para realizar el proceso de reclutamiento:

- *ZONAJOB*S. En este portal se encuentra fácilmente personal calificado, mayoritariamente universitario o recién graduados en busca de su primer trabajo. Además de que se incluyen candidatos de diferentes partes del mundo. Para corroborar su importancia están de muestra sus 62,118 empleos disponibles en la actualidad. (Anexo ..)
- *BUMERAN*. Esta compañía opera desde 1999, lo que le da respaldo y seriedad como empresa dedicada a unir oferentes y demandantes de puestos de trabajo. A través de su página se encuentra personal para las diferentes áreas de la empresa, desde cargos directivos hasta obreros de área de producción. (Anexo..).

⁵ (Hernández, 2012)

- *PORTAL DEL EMPLEO*. Es la página oficial del Gobierno Federal para buscar candidatos o registrarte como candidato a un puesto. Es la de mayor demanda con más de 233,000 ofertas de empleo de todo el país en este momento. Para facilitar aún más el proceso, se puede realizar la consulta desde el teléfono móvil a través de su aplicación. (Anexo ..).

El objetivo del proceso de selección es reclutar a la persona idónea para el cargo que se requiera, considerando para esto sus actitudes, aptitudes y su capacidad de adaptarse a la filosofía de la empresa. El proceso correrá a cargo del gerente y en cooperación con el responsable de producción para el caso de los obreros. El proceso consta de los siguientes pasos:



Diagrama Proceso de Selección. Fuente Elaboración Propia.

En la **preselección** se identifican a través de las fuentes de reclutamiento a los candidatos que cubren con los requisitos para cubrir el puesto.

Durante la **entrevista** se busca conocer más acerca del candidato, aquellos aspectos que no se pueden identificar tan fácilmente con la información de su currículum, como por ejemplo sus actitudes. La entrevista a realizar a los candidatos es de tipo no estructurada, puesto que esta promueve una mejor comunicación y mayor apertura por parte de los implicados. Para concentrar esta información de manera más eficiente y provechosa se cuenta con un formato para el vaciado de los datos obtenidos. El formato es el siguiente:

Comentarios.

La **presentación de candidatos idóneos** es la selección de aquellos que arrojaron resultados positivos después de la entrevista y que estaríamos dispuestos a incorporar a la empresa. Se da paso a la última etapa.

El **reclutamiento** es finalmente establecer contacto con el candidato deseado para notificarle el resultado de la entrevista y el gusto que representaría para la empresa que formara parte de ella. El candidato ya ha sido reclutado.

2.8.4 Presupuesto de personal

La empresa es consciente y agradece el compromiso de sus empleados, por este motivo el sueldo mensual otorgado será superior al salario mínimo establecido por ley, que es de \$61.38 diario⁶. El hecho de ser una pequeña empresa no quiere decir que debamos menos preciar o mal valorar la mano de obra en la búsqueda de resultados financieros positivos.

Se recurrió a las anteriormente mencionadas fuentes de reclutamiento para establecer el sueldo mensual para cada puesto. (Consultar Anexo .. para fuente de sueldo mensual)

El porcentaje de prestaciones a sumar al sueldo mensual es del 35%, promedio de costo de mano de obra recomendado a considerar por el libro Evaluación de Proyectos⁷.

⁶ (Comisión Nacional de Salarios Mínimos, 2013)

⁷ (Urbina, 2013)

La siguiente tabla muestra las cifras que llevan al importe requerido para el presupuesto de personal en un año.

	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL CON PRESTACIONES	CANTIDAD	IMPORTE ANUAL
<i>Gerente</i>	\$8,000	\$10,800	1	\$129,600
<i>Contador</i>	\$6,800	\$9,180	1	\$110,160
<i>Secretaria</i>	\$4,660	\$6,291	1	\$75,492
<i>Mercadólogo</i>	\$4,326	\$5,840	1	\$70,081
<i>Responsable de producción</i>	\$5,152	\$6,955	1	\$83,492
<i>Obrero</i>	\$3,000	\$4050	4	\$194,400
			Total	\$663,225

Tabla Presupuesto de Personal.

2.8.5 Propuesta e indicadores para la evaluación del desempeño

En JuGreco, la evaluación de desempeño de los trabajadores es muy importante, por 3 razones. En primera, brinda información relevante sobre la cual el administrador puede tomar decisiones acerca de incrementos de salario. La segunda, porque la evaluación permite al jefe y subalterno desarrollar un plan para corregir cualquier deficiencia que la evaluación llegue a descubrir, así como para reforzar las cuestiones que el trabajador hace de manera correcta. Finalmente sirve para un propósito útil en la planeación profesional, al brindar la oportunidad de revisar las fortalezas y debilidades del empleado.

El método que se utiliza para evaluar a los empleados es una evaluación por parte del administrador cada seis meses. En la cual se califican seis áreas de desempeño en base al siguiente formato:

Área de desempeño	Muy bajo	Bajo	Moderado	Alto	Muy alto	Puntaje
	1	2	3	4	5	
ORIENTACIÓN DE RESULTADOS						
Termina su trabajo oportunamente.						
Cumple con las tareas que se le encomiendan.						
Realiza un volumen adecuado de trabajo.						
CALIDAD						
No comete errores en el trabajo.						
Hace uso racional de los recursos.						
Requiere de supervisión frecuente.						
Se muestra profesional en el trabajo.						
Se muestra respetuoso y amable en el trato.						
RELACIONES INTERPERSONALES						

Se muestra cortés con sus compañeros.						
Brinda una adecuada orientación a los compañeros.						
Evita los conflictos dentro del equipo.						
INICIATIVA						
Muestra nuevas ideas para mejorar los procesos.						
Se muestra asequible al cambio.						
Se anticipa a las dificultades.						
Tiene gran capacidad para resolver problemas.						
TRABAJO EN EQUIPO						
Muestra aptitud para integrarse al equipo.						
Se identifica fácilmente con los objetivos del equipo.						
ORGANIZACIÓN						
Planifica sus actividades.						
Hace uso de indicadores.						
Se preocupa por alcanzar las metas.						
PUNTAJE TOTAL						

Firma del evaluador	Comentarios
<hr/>	

Posteriormente a la evaluación se identifican las áreas con menor puntaje y se hace un plan de mejora con el fin de aumentar el desempeño del empleado.

2.8.6 Requisitos y especificaciones reglamentarias de seguridad e higiene

A continuación se detallan algunos parámetros de Seguridad e Higiene que son esenciales para la optimización de los puestos de trabajo dentro de la bodega donde se fabricaran los jugos.

- La infraestructura del taller debe cumplir con una serie de requisitos para que el trabajo sea productivo y las personas trabajen bien. En el ambiente del taller es importante tener en cuenta la iluminación, la climatización, la ventilación y la seguridad.
 - Es aconsejable que la bodega cuente con grandes ventanas que permitan iluminarlo con luz natural cuando sea posible, y que posea también iluminación artificial adecuada. Esta luz artificial debe ser blanca y que no deje zonas oscuras o mal iluminadas en el taller.
 - La ventilación debe asegurar entradas de aire suficientes que permitan la renovación constante del aire.

- Respecto de la seguridad es imprescindible no almacenar material en los pasillos, y mantener una correcta limpieza de pisos y maquinaria para evitar accidentes.
 - Contar con una instalación eléctrica reglamentaria, efectuada por un electricista matriculado, que esté de acuerdo a la potencia instalada.
- En cuanto al puesto de trabajo, es importante que el operario realice sus tareas en un espacio cómodo, con acceso al material de manera fácil y rápida, en una posición corporal adecuada que no ocasione esfuerzos innecesarios.
 - Se deben proporcionar al trabajador todos los elementos de seguridad que el puesto requiera, tales como, maquinarias con protección, sillas ergonómicas con respaldo en la zona lumbar para el proceso de embotellado.
 - Dimensiones del puesto de trabajo: Internacionalmente se adopta como valor promedio por puesto de trabajo el de 4 metros cuadrados sin pasillo - y 6 con pasillo debiéndose considerar dentro de los mismos: Máquina, silla y depósito transitorio de material.
 - Las estanterías donde se almacenan los jugos terminados deben tener un fácil acceso para los operarios.
- Los elementos que se deben considerar de vital importancia para los trabajadores que se desempeñen en la bodega son los siguientes:
 - gorro: Se debe utilizar un gorro para retener el cabello y no contaminar el producto.
 - Cubre bocas en área de llenado: Fundamental para no ensuciar el contenido del producto
 - Ubicación de las máquinas: La ubicación correcta de las máquinas variará en función del espacio disponible en la bodega y de la secuencia de operaciones se utilice.

- Extintor clase C (Para fuego sobre materiales, instalaciones o equipos sometidos a la acción de una corriente eléctrica, cajas de fusibles, herramientas eléctricas, etc.) en condiciones de ser usados: cargados, de fácil acceso y bien señalizados. Se recomienda que los operarios realicen, en el momento de la recarga, una práctica de uso.
- Calzado de goma: Se recomienda este tipo de calzado para evitar posibles accidentes, se puede agregar por seguridad una alfombra de goma para prevenir resbalones, cortocircuitos, etc.

Bata o Delantal: Por reglamentación se debe proveer a todas las personas que realizan tareas dentro de la bodega para proteger su ropa de desgastes y suciedad.

2.9 Análisis de localización del proyecto

Dentro del análisis se ubicaron tres posibles lugares donde se pudiera desarrollar el proyecto, en el cual se determinara cual será la mejor opción para que la empresa se desarrollara sin más complicaciones, y por eso a continuación se describe cada una de las opciones mencionadas destacando los datos más relevantes de cada una de ellas:

- Ciudad de Puebla
- Tepeaca, Puebla
- Amozoc, Puebla

Método de localización por ponderación:

Para realizar este método se requiere mencionar determinados factores que benefician o perjudican la ubicación del local en esa localidad. Los factores seleccionados se determinan de acuerdo a la importancia que se considera que tiene para el correcto e eficiente manejo.

Factor Relevante	Peso Asignado	Valor de Referencia			Calificación			Calificación Ponderada		
		A	B	C	A	B	C	A	B	C
										60
Disponibilidad de MP	0.30	5	3	2	10	6	4	3	1.8	1.2
Disponibilidad de MOD	0.25	6	2	2	10	3.33	3.33	3	1	1
Costo de Insumos	0.20	6	2	2	10	3.33	3.33	3	1	1

Se determinan que el Municipio de Tepeaca cuenta con mejores y mayores beneficios para que la empresa se desarrolle de manera adecuada, entre los más importantes se encuentran:

- Disponibilidad de M.P. La cercanía con los campos de cultivo representa una ventaja competitiva, pues los mismos insumos se pueden conseguir en el mismo municipio.
- Mano de Obra Capacitada. La experiencia en el trabajo de productos vegetales y la maniobra de los mismos, hace que en esta región la gente tenga un amplio conocimiento de la manipulación de este tipo de productos.
- Contacto con los Proveedores Mayoristas directos.

Aquí
JuGreco S.A. de C.V. (Anexo 2.9.1)





2.10 Capacidad de producción

En la empresa, la jornada laboral consta de 8 horas y trabajando un turno por día. A continuación se analizará la capacidad de producción tomando en cuenta tres posibles escenarios: optimista, normal y pesimista. Para este análisis se toma en cuenta las horas requeridas para la realización de las actividades, la maquinaria necesaria, los litros y porcentaje de jugo de cada materia prima (piña y apio) que se necesitan para el llenado del tanque que tiene una capacidad de 900 litros, así como las piezas necesarias para la obtención de tal cantidad de jugo. De un tanque se obtienen 1500 botellas de 600 ml..

Para estimar el número de botellas producidas en un año se consideró el número de días laborables de México para el presente año, que es de 253. Consultar anexo de días laborables para ver fuente.

Escenario normal

En este ejemplo se busca mostrar lo que sería la capacidad en un día laboral normal. No ocurren contratiempos pero tampoco se está operando a máxima capacidad. Se considera lo siguiente:

- Las piñas y el apio muestran un rendimiento del 90%, esto es, que un 10% no tiene el rendimiento esperado.

- Los obreros pierden una hora de trabajo (por retrasos, bajo desempeño).
- Se estiman tiempos perdidos en una hora.

El tiempo normal requerido para el proceso de producción, tomando en cuenta las anotaciones anteriores se representan en la siguiente tabla:

Descripción de las Actividades	Maquinaria/ Equipo	% requerido	Lts. requeridos	# Piezas necesarias	Hrs. Requeridas
Extracción de jugo de piña	Extractor Angel 5500	45	405	579	4 h. 50 min.
Extracción de jugo de apio	Extractor Angel 5500	20	180	600	6 h. 40 min.
Agregado de agua con Stevia	Tanque de Enfriamiento	25	225		5 h 10 min.
Agregado de fenogreco	Embudo directo a botella	10	90		5 h 10 min.
Envasado etiquetado y empaque	No Considerado	-	-		6 h 10 min.
Carga, descarga e inspección de mercancía	Cajas en tarimas	-	-		4 h.
Tiempos perdidos					1 h.

Tabla relación tiempo/actividad

normal.

El total de horas requeridas para el proceso es de 33 horas. Esto quiere decir que se producen 200 botellas por hora La capacidad de producción normal quedaría de la siguiente manera:

Botellas producidas

Plazo de tiempo

200	Hora
1600	Día
8,003	Semana
405,000	Año

Tabla Capacidad de producción

normal.

Considerando el plazo de evaluación para el presente proyecto, que es de 5 años, se producirían 2, 025, 000 botellas de jugo, considerando que los factores permanecieran constantes, esto es no aumenta ni disminuye la producción.

Escenario optimista

En este caso se considera que la planta está operando a su máxima capacidad. Se consideran los siguientes aspectos:

- Las actividades de realizaron sin contratiempos.
- Ningún colaborador falta.
- El rendimiento de las piñas y el apio fue el esperado.
- Todas las maquinas funcionan a la perfección.
- Los obreros desempeñan su trabajo de la forma esperada.
- Se cumple con todas las entregas de nuestros proveedores.

Los anteriores factores quedan representados en la siguiente tabla:

Descripción de las Actividades	Maquinaria/ Equipo	% requerido	Lts. requeridos	# Piezas necesarias	Hrs. Requeridas
Extracción de jugo de piña	Extractor Angel 5500	45	405	579	4 h. 50 min.
Extracción de jugo de apio	Extractor Angel 5500	20	180	600	6 h. 40 min.

Agregado de agua con Stevia	Tanque de Enfriamiento	25	225	5 h.
Agregado de fenogreco	Embudo directo a botella	10	90	5 h.
Envasado etiquetado y empaque	No Considerado	-	-	6 h.
Carga, descarga e inspección de mercancía	Cajas en tarimas	-	-	4 h.
Tiempos perdidos				30 min.

Tabla relación tiempo/actividad

optimista.

El total de horas requeridas para el proceso es de 32 horas. Esto quiere decir que se producen 247.03 botellas por hora (en términos reales se producen 247 botellas y otra está a medio llenar). La capacidad de producción normal quedaría de la siguiente manera:

Botellas producidas	Plazo de tiempo
247	Hora
1976.2	Día
9,615.3	Semana
500,000	Año

Tabla Capacidad de producción

optimista.

Para después de 5 años la planta habría producido 2, 500, 000 botellas de jugo.

Escenario pesimista

Se supone para este análisis, que se han presentado una serie de problemas en el proceso de producción. Se podría elaborar cientos de suposiciones para el planteamiento de un escenario pesimista, en este caso se consideraron los siguientes:

- Un extractor se descompone causando retrasos de media hora para el llenado del tanque.
- Un obrero llega a faltar a su día de trabajo.
- Los tiempos perdidos aumentan a una hora y media.
- Un proveedor llega tarde y retrasa el proceso media hora.
- La piña no es de muy buena calidad en cuanto a la cantidad de jugo que se puede obtener y se necesita media hora más para cubrir la cantidad de jugo requerida para el llenado de tanque.

Las repercusiones de los eventos mencionados en el proceso de producción se ven reflejadas en la siguiente tabla:

Descripción de las Actividades	Maquinaria/ Equipo	% requerido	Lts. requeridos	# Piezas necesarias	Hrs. Requeridas
Extracción de jugo de piña	Extractor Angel 5500	45	405	579	5 h. 50 min.
Extracción de jugo de apio	Extractor Angel 5500	20	180	600	7 h. 40 min.
Agregado de agua con Stevia	Tanque de Enfriamiento	25	225		5 h.
Agregado de fenogreco	Embudo directo a botella	10	90		5 h.

Envasado etiquetado y empaque	No Considerado	-	-	6 h.
Carga, descarga e inspección de mercancía	Cajas en tarimas	-	-	4 h.
Tiempos perdidos				1 h. 30 min.

Tabla relación tiempo/actividad pesimista.

El total de horas requeridas para el proceso es de 35 horas. Esto quiere decir que se producen 163.46 botellas por hora (en términos reales se producen 163 botellas y otra está casi llena). La capacidad de producción normal quedaría de la siguiente manera:

Botellas producidas	Plazo de tiempo
163.46	Hora
1307.69	Día
6,538.46	Semana
340,000	Año

Tabla Capacidad de producción pesimista.

Analizándolo a 5 años como en los casos anteriores, se habrían producido 1,700,000 botellas de jugo.

2.11 Presupuesto de costo de ventas o costo de producción

Concepto	Unidad	Cantidad	P.U	Importe
-----------------	---------------	-----------------	------------	----------------

Fenogreco	kg	250	\$240.00	\$60,000
Stevia	kg	250	\$60.00	\$15,000
Piña	pieza	150,540	\$5.00	\$752,700
Envase	pieza	405,100	\$1.20	\$486,120
Etiqueta	pieza	405,100	\$.40	\$162,040
Agua	litro	60,750	\$1.5	\$91,125
Apio	kg	48,600	\$4	\$194,400
			Total:	\$1,761,385

En la tabla anterior se expresan el costo de producción del productos sin otros gastos indirectos, especifica los requerimientos anuales de materia prima como también los costos (los precios no están sujetos a cambios).

El costo de producción por botella es de: \$4.34

El conocimiento que tiene la organización sobre el funcionamiento de los vegetales, agricultura etc. Es muy importante porque tenemos un fácil acceso en cuanto a disponibilidad de la materia prima y por otro lado en cuanto a los precios bajos. La materia prima clave es la semilla de fenogreco por lo que la empresa ya se encuentra lista para el primer pedido.

CAPÍTULO 3.- ESTUDIO DE MERCADO

En este capítulo, la viabilidad del proyecto es evaluada en los aspectos mercadológicos. Se analiza la oferta, la demanda, los precios y la comercialización. Se busca que el siguiente estudio, como toda investigación de mercados, sirva de apoyo para la toma de decisiones, la cual está encaminada

a determinar si las condiciones del mercado no son un obstáculo para llevar a cabo el proyecto⁸.

En una primera parte se analizará la demanda de productos similares e igualmente de la oferta existente en el sector. Se analizará posteriormente los precios de los oferentes y el precio promedio, esto con el fin de comparar el precio de nuestro producto y volverlo competitivo con el de la competencia.

Una vez hecho este estudio, se llevará a cabo la descripción del proceso de comercialización y los canales de distribución más convenientes a usar. Se mencionará también, cuál será la estrategia de publicidad que seguirá la empresa y al final se presenta el presupuesto de ventas.

3.1 Situación actual de la industria o sector

El sector al que pertenece JuGreco es el de la industria de alimentos y bebidas, siendo más específicos, bebidas saludables. Dentro de esta descripción entran todas aquellas bebidas con poco o sin azúcares, tés, orgánicas o rehidratantes.

Dominantes de la industria

En México la demanda de este tipo de productos ha ido en aumento, en especial el de tés, mercado que creció un 13 por ciento en el segundo trimestre de 2012 según un estudio realizado por Euromonitor. Esta misma consultora, destaca también que la tendencia de salud y bienestar gana terreno en México y ello influye en el mercado de bebidas embotelladas, dado que en el año pasado la categoría de frutas y vegetales, al igual que el de productos bajos o sin azúcar, crecieron de manera importante. Actualmente el mercado lo dominan Coca Cola

⁸ (Baca, 2013)

de México, Danone de México y Pepsi-Cola Mexicana, que acaparan el 61% del total de ventas del país⁹.

Economía de la industria

Como parte de la Reforma Fiscal propuesta por el presidente Enrique Peña se ha contemplado un gravamen de un peso por litro para las bebidas azucaradas, siendo los refrescos los más afectados. Este impuesto se sumara al que ya se paga actualmente (IVA) del 16% ¹⁰La justificación para este nuevo gravamen es que se busca reducir el consumo de bebidas con azúcares por parte de la población al aumentarle el precio a estas y dejando libres del nuevo impuesto a aquellas sin azúcar. Las refresqueras ya se han pronunciado en contra de la propuesta, como es el caso de Coca Cola que vende más de 60 marcas no alcohólicas, de las cuales 40% son sin azúcar, bajas en calorías o sin calorías. Coca Cola afirma que este tipo de impuestos al consumo afectan a los pobres y de ingresos medios y que en realidad no ayuda mucho a la disminución de la obesidad, puesto que los refrescos representan sólo entre el 5.5% y el 6.6% de las calorías promedio de la dieta de los mexicanos¹¹.

Ventas Históricas

Los ingresos habían llegado a un tope histórico en 2008, para después descender como consecuencia de la crisis económica sufrida en todo el mundo, en ese año declinaron hasta los 174 millones de dólares, esto es un 6,9%. Una caída importante si se considera que sólo 2 años antes en el 2007 las ventas habían tenido un aumento del 32%¹².

⁹ (El Diario, 2013)

¹⁰ (Forbes Staff, 2013)

¹¹ (Reuters, 2013)

¹² (Mintel International., 2010)

Factores impulsores del mercado

- La población está envejeciendo con rapidez. Se espera que el segmento de 55 a 64 años de edad crezca un 33.7% para el 2015 y que el segmento de 65 a 74 años crezca un 44.7%. Esto impulsará la demanda de productos que contribuyan a mantener la salud.
- Las razones más comunes por las que la gente busca vigilar su dieta son: el deseo de perder peso, controlar el colesterol y mantener el peso¹³.
- De aprobarse la Reforma Fiscal se espera que aumente la demanda de bebidas bajas o sin azúcar.

Entorno Internacional

Los mercados en los que se anticipa un aumento en el mercado de bebidas son el de China, India y Latinoamérica. Los países con mayor potencial de Latinoamérica son: Brasil, México, Argentina y Chile¹⁴. Las condiciones principales que determinan estos pronósticos son la edad y el dinero disponible del consumidor.

En el sector de bebidas se destaca el crecimiento de los sectores de gaseosas, cervezas y aguas embotelladas. Los países Latinoamericanos tienen los mejores mercados para las inversiones y pueden llegar a ser líderes de la industria de bebidas.

Como parte de las tendencias de vida saludable, FEMSA junto con Coca Cola compraron a la mexicana jugos del Valle, especializándola aún más en bebidas buenas para la salud y aumentando su distribución a Centroamérica y Colombia.

México es también uno de los mayores consumidores de agua (para beber), sea saborizada o natural. En nuestro país se venden 26,083 litros al año, lo que representa el 13% del mercado mundial, según datos de la consultora Beverage

¹³ (Mintel International., 2010)

¹⁴ (Torres, 2011)

Marketing Corporation. Esto ubica a México como el segundo mayor consumidor de agua en el mundo solamente después de Estados Unidos y por arriba de otros como Brasil, China e Indonesia¹⁵.

Participantes del sector.

Las bebidas saludables bajas en azúcares o con ingredientes que ayuden a la salud han ido aumentando en los últimos años. A pesar de esto, son pocos los que cuentan con el reconocimiento de organismos dedicados a la salud. Muchos se anuncian como buenos para la diabetes, la pérdida de peso, etc., sin embargo, la Federación Mexicana de Diabetes sólo ha reconocido a la bebida Diet Rite Cola, que es una bebida carbonatada endulzada con Splenda producida por Grupo Peñafiel¹⁶.

Otras bebidas que se comercializan en el país y en la ciudad de Puebla son: Jugo de Manzana Del Monte, Natura de Sonrisa, Del Valle, Go Chi y V8 con varias líneas de productos.

Se ofrecen al mercado otras bebidas de menor reconocimiento como el Néctar de Nopal Orgánico de la empresa Teva Natural.

Utilidad sobre ventas de las empresas embotelladoras.

A continuación se presentan las principales embotelladoras de bebidas en nuestro país, así como sus ventas en el año 2009, su variación respecto al año anterior, la utilidad neta, la variación de la utilidad con respecto al año anterior, el ROE (return on equity¹⁷), ROA (return on assets¹⁸) y en margen neto.

¹⁵ (América economía, 2010)

¹⁶ (Federación Mexicana de Diabetes, A.C., 2013)

¹⁷ Cociente entre: beneficio neto después de impuestos/fondos propios

¹⁸ Es igual a: resultados/activos totales netos

RK 2009	EMPRESA	PAÍS	VENTAS 2009 US\$ Millones	VARIACIÓN VENTAS 09/08 (%)	UTILIDAD NETA 2009 US\$ Millones	VARIACIÓN UTILIDAD 09/08 (%)	ROE (%)	ROA (%)	MARGEN NETO (%)	RK 2009
1	FEMSA	MÉX	15.080,0	24,1	758,3	56,4	12,1	4,7	5,0	20
2	AMBEV	BRA	13.320,7	49,0	3.437,9	162,6	27,2	14,9	25,8	22
3	COCA-COLA	BRA	9.770,0	52,2	N.D.	-	-	-	-	39
4	COCA - COLA FEMSA	MÉX	7.865,3	31,1	652,3	61,2	12,9	7,7	8,3	61
5	GRUPO MODELO	MÉX	6.265,3	15,0	660,5	1,4	11,7	7,4	10,5	76
6	GRUPO PEPSICO	MÉX	3.682,8	11,6	N.D.	-	-	-	-	121
7	CERVECERÍA CUAUHTÉMOC MOCTEZUMA	MÉX	3.559,8	15,7	453,3	15,8	-	8,2	12,7	125
8	BAVARIA	COL	1.926,3	17,8	1.078,1	294,0	38,3	22,9	56,0	243
9	EMBOTELLADORAS ARCA	MÉX	1.854,8	26,7	187,6	-11,9	15,5	9,6	10,1	254
10	SPAL	BRA	1.723,8	115,9	184,3	173,6	27,8	18,0	10,7	278

Tabla. Ranking bebidas. Fuente: (América economía, 2010)

La utilidad neta considera los costos de venta, así como gastos de operación, administrativos, de comercialización y los impuestos. La utilidad sobre ventas de las empresas mexicanas, excluyendo a las cerveceras se muestra en la siguiente tabla.

EMPRESA	UTILIDAD NETA SOBRE VENTAS
FEMSA	5.02%
COCA-COLA FEMSA	8.29%
GRUPO PEPSICO	N.D
EMBOTELLADORAS ARCA	10.11%

Tabla. Utilidad sobre ventas. Fuente:

Elaboración propia.

3.2 Segmentación del mercado

Para identificar el mercado meta, es decir; identificar a los consumidores que podrían necesitar o preferir más nuestro producto, para identificar dichos consumidores se necesita dividir el mercado en:

Variables de segmentación

Demográficas: Hombres y Mujeres de 25 a 65 años de edad que vivan en la ciudad de Puebla.

Psico-gráficas:

- Estilo de vida: personas que en la vida cotidiana prefieren las bebidas saludables para su alimentación y satisfacer la sed. (funcional)
- Orientación del consumidor: Consumo de bebidas funcionales que ayuden a cuidar la salud.
- Conductuales: Hombres y Mujeres que para satisfacer la sed y alimentarse prefieren una bebida con cero azúcar, a base de semilla, fruta y vegetales, es decir 100% natural, que les gusta cuidar de su dieta y sobre todo con muchos beneficios para la salud.

Mercado Meta:

Hombres y Mujeres de 25 a 65 años de edad con un nivel socioeconómico C+, C residentes de la ciudad de Puebla, que se preocupan por el cuidado de la salud y el funcionamiento correcto del cuerpo, por lo que para alimentarse y satisfacer la sed consumen bebidas funcionales sin azúcar.

Motivos de compra:

- El principal motivo de compra de nuestro mercado meta será la búsqueda de un producto útil, que le brinde una satisfacción personal, al adquirirlo

por su cero porcentaje de azúcar y propiedades que ayudan al funcionamiento correcto del cuerpo.

3.3 Análisis de la demanda

La demanda de productos orientados al cuidado de la salud se ha vuelto más extensa en los últimos años, incluida la categoría de bebidas funcionales, donde podíamos ubicar a nuestro producto y a su principal competencia en el mercado. El consumo de bebidas naturales, bajas en azúcar o sin azúcar que además puedan aportar beneficios saludables al consumidor han tenido una tendencia al alza, pero además de esto, ahora es necesario considerar factores políticos como el impuesto a las bebidas azucaradas, que según analistas esperan que provoque una disminución en el consumo de bebidas azucaradas y aumente el de bebidas más naturales.

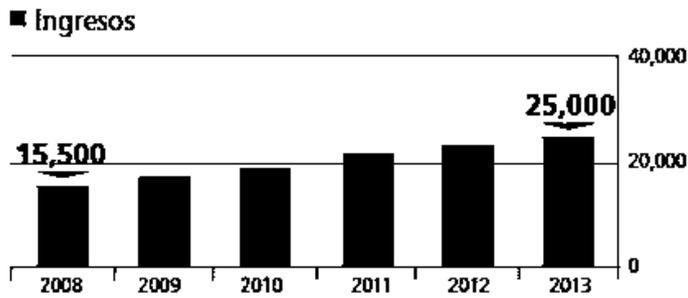
En el año 2007, el volumen de ventas de refrescos y aguas carbonatadas alcanzó los 16 940 millones de litros, lo que representó un crecimiento de 2.3% sobre el nivel de 2006. El 95% de los refrescos vendidos en el año 2007 utilizó edulcorantes calóricos, mientras que solamente el 5% fueron refrescos bajos en calorías o sin calorías, por lo que el consumo de azúcar y fructosa por parte de la industria refresquera fue de casi 1 millón 900 mil toneladas¹⁹.

La demanda de refrescos disminuye cuando aumenta el precio. Estimaciones para México muestran que si el precio del refresco aumentara en 10%, el consumo de refrescos podría reducirse entre 10% a 13%, provocando un cambio en las preferencias de consumo por parte del mercado, volcándose a la compra de leche, agua, bebidas bajas en azúcares²⁰.

Del año 2008 hasta el año presente, el crecimiento de los ingresos en millones de pesos por bebidas bajas o sin calorías se ha comportado de la siguiente manera:

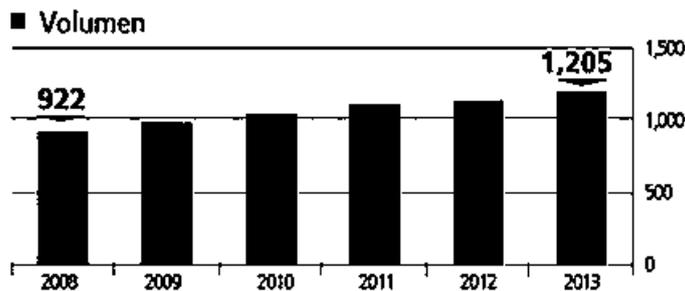
¹⁹ (Instituto Nacional de Salud Pública, 2013)

²⁰ (Instituto Nacional de Salud Pública, 2013)



Gráfica. Ingresos de bebidas bajas o sin calorías. Fuente: (El Financiero , 2013)

Lo correspondiente al crecimiento del mercado en cifras en millones de litros se muestra a continuación:



Gráfica. Volumen de venta de bebidas. Fuente: (El Financiero , 2013)

Para elaborar una estimación de la demanda, es necesario conocer también la tendencia de crecimiento que ha tenido Puebla en los últimos años. Actualmente cuenta con 5 millones 779 mil 829 habitantes²¹ y es una de las ciudades más grandes del país. Esta cifra representa un 5.15% de los 112,3 millones de habitantes de todo el país²².

Con estos datos ya es posible establecer una proyección de la demanda, basados en el crecimiento que ha tenido el mercado hasta la fecha y las

²¹ (Gobierno de Puebla, 2013)

²² (INEGI, 2013)

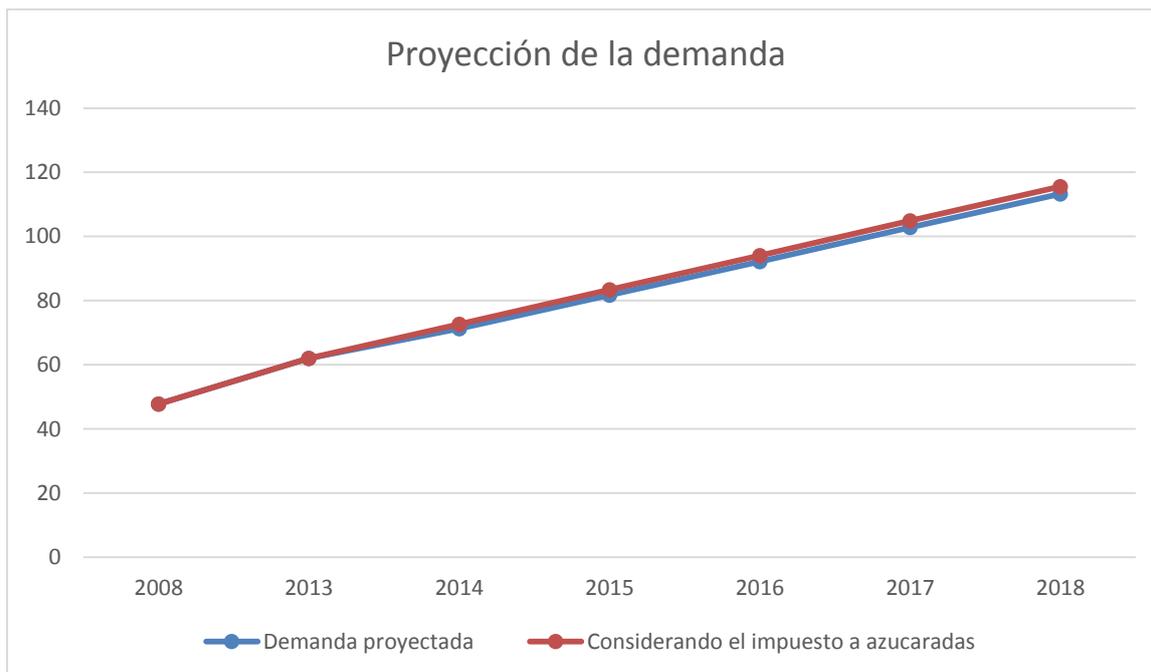
proyecciones de especialistas respecto al alza en bebidas no azucaradas en busca de sustituir un poco su consumo de refrescos.

A continuación se presenta el crecimiento de los años anteriores de la demanda de bebidas, que tuvo un aumento del 76.3% en 5 años, esto es un 15.26% anual, y la proyección para los años siguientes, para la que se ha considerado el aumento extra por el aumento por consumo por sustitución del 10%, que viene representando anualmente un 2% extra a lo previsto. La suma de ambos factores nos resulta en un aumento proyectado de la demanda anualmente de 17.26%, y por consiguiente un aumento después de 5 años en un 86.3%

AÑO	VOLUMEN (millones de litros en México)	VOLUMEN (litros en Puebla)
2008	922	47,483,000
2013	1,205	62,057,500
2014	1,413	72,768,624
2015	1,621	83,479,748
2016	1,829	94,190,872
2017	2,037	104,901,996
2018	2,245	115,613,122

Tabla. Proyección de la demanda.

De forma gráfica, queda representada de la siguiente manera:



Gráfica. Proyección de la demanda.

La línea azul representa la proyección de la demanda basándonos únicamente en el comportamiento de ésta en los años anteriores, la línea naranja, más optimista, considera el aumento extra esperado del 2% anual debido al cambio de preferencias de algunos consumidores del refresco a bebidas funcionales. A pesar de esta consideración, la diferencia entre ambas variables presentadas no es mucha, pero expresadas en litros vienen siendo 2, 312,262 litros.

Las cifras expresadas en la tabla están expresadas en litros, pero nuestro producto se presenta al consumidor en un envase de 250ml. Para conocer a cuanto equivaldría la demanda total por la que pelearía Jugo Greco, hay que tomar en cuenta como esta actualmente repartido el mercado, en el que The Coca Cola Company cubre el 70%, PEPSICO un 15%, dejando el resto a menores productoras nacionales y aproximadamente un 5% a locales de menor producción y alcance²³.

Ahora se va a conocer, la demanda proyectada real para la empresa y cuánto puede adquirir el mercado de nuestro producto. Para esto, también es necesario

²³ (AméricaEconomía, 2010)

convertir la demanda hasta ahora en litros a una de 600ml., que es lo que contiene un envase de JuGreco.

Año	Demanda en litros	Demanda real en litros	Demanda expresada en envases de JuGreco
2008	47,483,000	2,374,150	3,956,916.6
2013	62,057,500	3,102,875	5,171,458.3
2014	72,768,624	3,638,431.2	6,060,718.6
2015	83,479,748	4,173,987.4	6,956,645.6
2016	94,190,872	4,709,543.6	7,849,239.3
2017	104,901,996	5,245,099.8	8,741,833
2018	115,613,122	5,780,656.1	9,634,426.9

Tabla. Demanda en envases.

En este punto es importante recordar que la tabla muestra la gran demanda que hay y que habrá, sin embargo, para la empresa es imposible cubrir todo el mercado, debido a que la capacidad de producción instalada en la planta es mucho menor. El hecho de que haya tal holgura de la demanda respecto a la capacidad de producción, nos dice que estamos produciendo de menos y que se podría, sin problemas, producir más y posicionar esos productos en el mercado, pero también nos da seguridad de que los envases producidos en los 5 años de evaluación del proyecto encontrarán un comprador.

3.3.1 Investigación del mercado

La investigación de mercado o estudio de mercado nos ayuda a conocer y estudiar el mercado, la competencia, proveedores, los canales de distribución. Esto se ve reflejado en la viabilidad del producto, también lo más importante de la investigación de mercado nos ayuda a conocer el comportamiento del consumidor con el producto, saber cuáles son sus necesidades y deseos, saber qué es lo que está demandando realmente. A partir de esto sabremos la manera en cómo se va a distribuir el producto, que precio se le va a asignar y serán los proveedores del producto. (Anexo 3.3.1)

Problema

Lo que se busca con esta investigación es conocer la demanda del mercado local, teniendo como propósito principal conocer la desviación estándar del consumo de las bebidas funcionales, y dentro de la misma conocer el número aproximado de consumidores potenciales de nuestro producto

Necesidades de Información

Lo que se pretende con esta investigación es saber si el producto puede ser redituable y rentable, si nuestro producto va a ser aceptado por los consumidores, que precio es el adecuado y de qué manera se va a distribuir, y por ultimo conocer cuál es nuestra ventaja competitiva.

Objetivos

General:

- Conocer la demanda de jugos funcionales (semillas, frutas y verduras) sin azúcar dentro de la zona metropolitana en Puebla.

Específicos:

- Conocer que tamaño de presentación prefieren
- analizar su preocupación por las bebidas saludables
- Identificar cuantos jugos consumen por semana, por quincena y por mes

- Analizar que genero consume más las bebidas funcionales
- Determinar un precio accesible para el mercado meta
- Identificar las expectativas

Metodología

- **Método:** Investigación Cuantitativa, decidimos hacer la investigación cuantitativa ya que nos ayuda a obtener y analizar datos más claros, ya que nos ayuda a estudiar la relación o asociación entre variables cuantificables.

- **Técnicas:** Encuestas, es la opción más viable para obtener resultados lo más acertados posibles, hacer encuestas nos ayuda a investigar cualquier problema, otra ventaja de las encuestas es que implica bajos costos, nos da información más acertada, un mayor acceso a los encuestados e implica más confianza, nos ayuda también a explicar mejor el proyecto.

- **Determinación de la muestra**

Para determinar el tamaño de la muestra se tuvo primero que conocer la desviación estándar del consumo de la población, por medio de la prueba piloto (30 encuestas), una vez teniendo esta información se realizó el cálculo para conocer el tamaño de la muestra, con ayuda de la siguiente formula:

$$n = \frac{\sigma * p}{e^2}$$

Dónde:

n= número de personas a las que se les realizará la encuesta

σ = a la desviación estándar del consumo de la población

p = el nivel de confianza del resultado de las encuestas, cuando se tiene un error de 0.05

e = es el error que se considera pueda tener los resultados de las encuestas

ya con esta fórmula se permitió conocer el número de personas al que se aplicará la encuesta para poder tener una certeza en la información recabada del 95% de la población que demanda los productos similares al que se pretende ofrecer al mercado (Jugreco).

- **Resultados del estudio de mercado**

La encuesta fue realizada en la ciudad de Puebla, en la que se encuestó a quince hombres y quince mujeres, esto con el propósito de conocer ambas opiniones y determinar sus diferentes propensiones del consumo de este tipo de productos como lo es el jugo vegetal Jugreco.

Se pudo conocer los resultados siguientes:

- ✓ El 90% de los encuestados consumen bebidas funcionales, lo que quiere decir que con mayor frecuencia la población busca otros beneficios extra a parte de quitar la sed.
- ✓ El 80% consume al menos una vez por semana este tipo de productos, representando un consumo realmente relevante considerando que cada día adquieren mayor popularidad.
- ✓ El 63% de las treinta personas encuestadas en la prueba piloto, consideran las presentaciones de 600 ml como las de su preferencia, siendo esto un muy importante indicador pues nos ayudara a determinar la presentación más adecuada al mercado.
- ✓ Lo más relevante para conocer el consumo del jugo que se pretende sacar al mercado, se encuentra en 17% que es la población que opta por comprar jugos de frutas y verduras como una bebida funcional. Y dentro de ello se pudo observar que el 10 % se refiere a los hombres, teniendo así como principales consumidores al género masculino.

- ✓ Y el 10% de los treinta encuestados tiene preferencia por el apio, claro este porcentaje se encuentra dentro de los que prefieren a los jugos de frutas y verduras como bebida funcional.

- Conclusiones

Tras los resultados arrojados por las encuestas aplicadas en la prueba piloto se obtuvo que el 17% de las personas encuestadas podrían ser el mercado potencial de este jugo propuesto en este proyecto, además de confirmar nuevamente que la mayor parte de estas personas prefiere el apio como verdura complemento del jugo.

Por otro lado se obtuvo una información muy importante respecto a la preferencia de la presentación, considerando a la de 600 ml como la más común. Todo ello representa un verdadero análisis para mejorar algunas características en relación al envase que se iba a emplear.

3.3.2 Proyección de la demanda

Viendo los resultados de la encuesta, se tiene que el 17 % de las personas optan por las bebidas funcionales a base de frutas y verduras, y que la mayoría prefiere el apio como complemento del jugo. Visualizando que este producto está dirigido en primera instancia para el mercado local de la ciudad de Puebla que cuenta con una población de 1 539 819 habitantes, dentro de lo cual deberá incluirse el margen de error pronosticado que pudiera tener los resultados ($1\ 539\ 819 * 95\% = 1462828$), y de esta forma tenemos que ($1\ 462\ 828 * 17\% = 248\ 680$), y que de este 17% de la población solo tendría acceso al producto un 38% de estas personas ($248\ 680 * 38\% = 94\ 498$), tendríamos que de forma general bruta 94 498 habitantes podrían ser clientes potenciales del producto dentro de la ciudad de Puebla.

Bajo un escenario pesimista se considera tener un 25% de estos clientes potenciales por ser un nuevo producto, se tendría que ($94\ 498 * 25\% = 23\ 624$) 23 624 habitantes de la ciudad de Puebla posiblemente consumirían nuestro producto. Teniendo como mínimo un consumo de una unidad de 600 ml por

3.4 Análisis de la oferta

Nos sirve para saber de qué cantidad de bienes y servicios está demandando el oferente, saber que tan efectivo y que tan viable es nuestro producto, esto nos ayudara a saber qué cantidad del producto se tienen que poner el mercado todo esto dependiendo de la demanda que exija el oferente o consumidor.

MARCA	PRECIO DE VENTA	TIPO	PRESENTACIÓN	CANTIDAD DE PRODUCTO
EGO	\$15	Jugo natural	líquido	600ml
FRUTOS DE VIDA	\$10	Jugo natural	líquido	600ml
ALOE	\$8.0	jugo	líquido	600ml
ADES	\$8.0	jugo	líquido	600ml
Nectar de nopal	\$10	Jugo natural	líquido	600ml
DEL VALLE	\$9.0	jugo	líquido	600ml
HERDEZ	\$9.0	jugo	líquido	600ml

Los costos y precios de venta mostrados en la tabla anterior pueden variar dependiendo del proveedor, el descuento recibido por pago en efectivo, por tamaño del pedido así como por el establecimiento del intermediario.

El intermediario tiene aproximadamente una utilidad del 15%.

Marca	Calidad (-30%)	Puntos de venta (10%)	Precio (20%)	Atributo (-20)	Promoción (-20%)	Total
Ego	4	4	4	4	2	4
Frutos de vida	5	3	2	5	2	4.1
Aloe	3	5	4	3	4	3.9
Ades	4	5	4	5	5	4.9
Nectar de nopal	4	3	4	3	3	3.9
Del valle	3	4	3	3	4	3.6

Herdez	4	4	4	5	3	4.4
--------	---	---	---	---	---	-----

MUY BUENA	5
BUENA	4
REGULAR	3
MALA	2
MUY MALA	1

En esta tabla se explica cuál fue la percepción del consumidor y cómo evalúa estos productos, ya que de esta manera también nos sirve para saber que producto es el que más está demandando el consumidor, y conocer que es lo que está esperando el consumidor en cuanto al producto, saber qué es lo que está bien y en que necesitaríamos enfocarnos más para lograr cumplir con todas las exigencias del consumidor.

3.5 Análisis de precios

La determinación de los precios comerciales de un producto es de vital importancia, pues gracias a ésta determinación se puede tener una mejor idea acerca de los ingresos probables, así como para comparar el precio con la competencia y así poder comercializarlo en el mercado, tomando en cuenta a todos los intermediarios que participan en la comercialización del mismo.

Como la nueva empresa piensa elaborar un jugo con semilla y frutas naturales, se investigó el precio de productos similares en el mercado para realizar una comparación y estos fueron los resultados.

Costo unitario	\$6.10
Margen de utilidad deseado	60%
Precio a intermediario	\$9.76
Margen de utilidad determinado	50%
Precio final	\$14.64

3.5.1 Precio promedio

El precio promedio para jugos de 600ml es de \$10, descontando el 15% de utilidad que le aumenta el intermediario es de \$8. El precio promedio se obtuvo de la tabla de ofertantes mostrada anteriormente la cual muestra precios de la competencia.

3.5.2 Precio de margen de utilidad sobre costos

El precio con este método se obtiene al establecer una utilidad deseada a partir del utilizado en la industria. En este caso también se consideró la utilidad deseada a partir de que el costo del producto no incluye los gastos fijos que posteriormente se restaran a la utilidad.

En este canal de distribución se considera un intermediario, ya que en la investigación de mercados a los consumidores potenciales les gustaría adquirirlos en un centro comercial, por lo que la venta intermedia sería a un minorista y el consumidor final llegaría a él.

Costo unitario	\$6.10
Margen utilidad	60%
Precio intermediario	\$9.76
Margen útil intermediario	50%
PRECIO FINAL	\$14.64

3.5.3 Precio basado en desviación estándar

jugos	precios	D. Estandar
EGO	\$15.00	-0.9021
FRUTOS DE VIDA	\$10.00	-0.6014
ALOE	\$8.00	-0.3007
ADES	\$8.00	-0.1503
NECTAR DE NOPAL	\$10.00	0
DEL VALLE	\$9	0.6014
HERDEZ	\$9	2.1049

3.6 Comercialización y canales de

Con extremos	
Promedio	\$9.86
Desviación estándar	2.410295378

distribución

Sin extremos	
Promedio	\$10.00
Desviación estándar	2.607680962

Los

medios que se utilizaran para la

comercialización y distribución del Jugreco facilitarían su desplazamiento en el mercado con mayor presencia del producto, siendo de esta manera un factor determinante para que se venda o no en el mercado.

Se analizarán las distintas opciones a las que se pueda tener acceso, considerando de esta forma que medios mejor se adaptan a nuestras necesidades de distribución. Y para esto, la etiqueta, el empaque y la comercialización serán un conjunto de elementos que nos permitan colocar el producto dentro del mercado, dentro de los puntos de ventas más apropiados para que las personas tengan un fácil acceso a ellos.

A continuación se especificará cada una de las características esenciales que funcionarían como un elemento determinante para el éxito en la comercialización del producto.

3.6.1 Etiqueta

La etiqueta además de ser exigida para poder ofrecer el jugo en el mercado, también nos brinda de manera indirecta una ventaja pues el alto contenido nutritivo se podrá ver en ella.

En las especificaciones de la etiqueta del jugo se podrá observar la información más relevante con relación a los nutrimentos que contienen cada porción, además de resaltar una pequeña leyenda que muestre el fenogreco como ingrediente esencial. Esta etiqueta cumplirá con las especificaciones que establece la NOM051-SCFI/SSA1-2010 expedida por la Secretaria de Salud.

3.6.2 Empaque primario

El empaque primario se le considera al que se encuentra en contacto directo con el producto, que para el caso del jugo será el envase, el cual por cuestiones de disponibilidad y fácil acceso se tuvo que enfocarse al de vidrio. Ya habiendo elegido el envase se analizó y se encontraron varias ventajas:



- Fácil acceso con proveedores,
- Material realmente no costoso,
- El vidrio es más térmico que el plástico,
- Posibilidad de reciclar nuevamente el envase.

3.6.3 Empaque secundario

Para la comercialización y el producto se emplearan cajas que contendrá veinticuatro



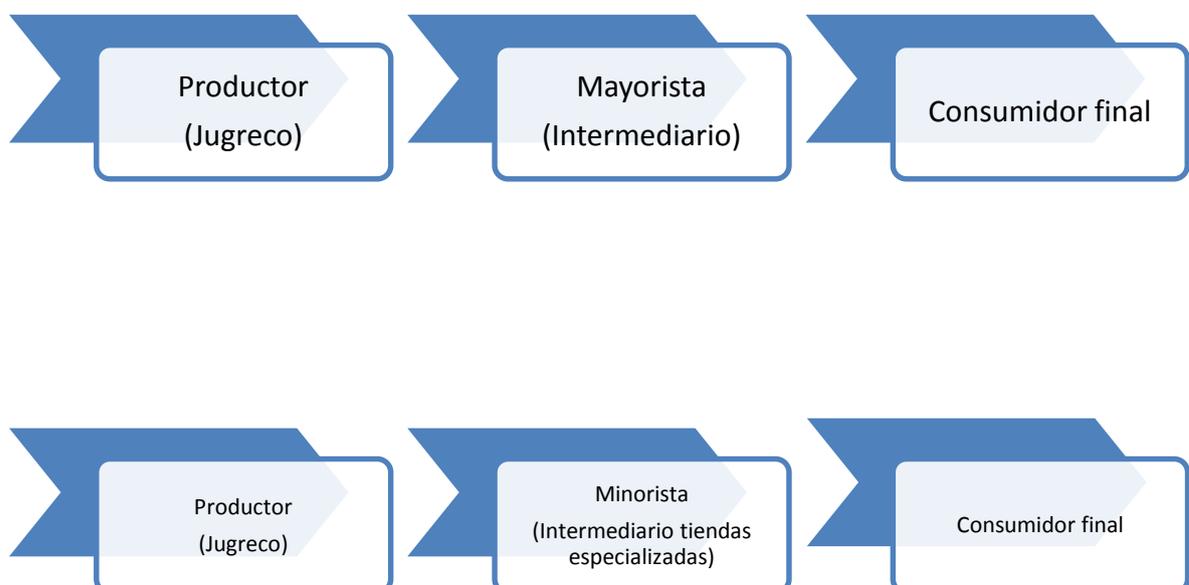
fácil desplazamiento del de cartón doble corrugado botellas con el

producto y permitirá la protección contra daños leves que pudieran causarse durante su desplazamiento, el peso de la caja llena será de 25 Kg. aproximadamente lo que se considera un peso apropiado y que puede sostener la caja.

Los proveedores en un principio serian a través de un intermediario pues permitirá reducir los costos al comprar por cantidades pequeñas a esta persona, y así tener mayor liquidez para eventos imprevistos.

3.6.4 Diagrama de Comercialización

La manera que se pretende introducir este producto al mercado es por medio de dos canales de distribución, uno es a través de tiendas comerciales que nos permita al mismo tiempo reducir nuestros costos de distribución, además de contar con la ventaja al tener un mejor y más amplio acceso a nuestro mercado meta, y otro medio de comercializarlo es a través de la tiendas especializadas en nutrición en las que el mercado de cierta manera se encuentra clasificado, siendo así un medio directo de estar en contacto con los clientes potenciales.



Con estos dos medio de comercializar se podrá penetrar con mayor facilidad nuestro mercado meta, que se refiere al de las bebidas funcionales con enfoque a los jugos de frutas y verduras.

3.6.5 Mercados internacionales

Buscar un mercado internacional es un paso que por el momento no sería posible en los inicios de la empresa, pues no se cuenta con la capacidad económica ni con la de producción, pero si se quisiera iniciar se consideraría el mercado canadiense ya que analizando sus costumbres y hábitos alimenticios son más propensos al consumo de alimentos saludables como frutas y verduras y, esto representaría una demanda aun mayor que la que se encuentra en México.

El precio internacional del producto se calcularía tomando en cuenta los costos que implique poner el jugo en Canadá, utilizando así el método de costeo (Costing), una vez teniendo más experiencia en aquel mercado, la empresa se adaptaría a los precios del mercado.

Los medios por el cual se exportaría a Canadá durante toda su cadena seria:

- Comercialización. Esta tarea se llevaría en un principio a través de un bróker o intermediario en aquel país, pues permitiría reducir los riesgos los riesgos en los que se incurre con la presencia de una persona experta en área reduciendo así las posibilidades de fracaso al desconocer por completo aquel mercado. Además permitiría tener una persona que conozca todas las vías posibles de acceso al aquel país.
- Transporte. Vía marítima en contenedores de 40”(Pies), saliendo del puerto más cercano a la planta, el de Veracruz, con dirección al puerto de Montreal pasando por el Estrecho de Cavot para así si es necesario podría trasladarse a Toronto, la ciudad más grande de Canadá, vía férrea.

(se aclara que la exportación se realizaría en el momento que se tengo un mercado que se pretenda atacar, y como parte de la estrategia seria reducir al máximo los costó por lo que el volumen representaría esa estrategia).

- Restricciones arancelarias. Se tendría que estudiar que especificaciones necesita el Gobierno canadiense para que pueda entrar el producto a aquel mercado. Además se contaría con la ventaja competitiva que proporciona el TLCAN a México con respecto a las preferencias arancelarias.

3.7 Estrategias de promoción y publicidad

La publicidad es una forma de comunicación entre el emisor y el receptor del mensaje publicitario. Suele ser unilateral, unipersonal y masiva. EL objetivo va depender del enfoque que se le quiera dar o la necesidad por la que se necesita. En nuestro caso se muestra a continuación:

Objetivos de la promoción y publicidad.

- **Estimular la demanda de la bebida vegetal “Jugo Greco” por parte de nuestro mercado meta.**
- **Incitar a probar y recomendar el producto entre los consumidores.**
- **Crear una imagen para el producto de una bebida “sana” y buena para la salud, que puede ser consumida no sólo por diabéticos, si no por todos aquellos que quieran un producto saludable o simplemente diferente al refresco de cola a un buen precio.**

Tipo de publicidad por ciclo de vida de nuestro producto.

- **El segmento de jugos naturales sin azúcar no es nuevo, sin embargo, siempre cuesta promocionar este tipo de productos por encima de los refrescos.**
- **La característica principal de nuestro producto es el fenogreco, ingrediente muy poco conocido y que necesita publicitarse de manera informativa.**

-
- **Por todo esto, el tipo de publicidad será: de introducción, siendo persuasiva e informativa.**
-

Características del mensaje publicitario

- **Ámbito: Nacional, enfocándonos en el Local.**
 - **Audiencia: Consumidor e Intermediario.**
 - **Medio: Redes sociales (Facebook, Twitter, Youtube), Blogs especializados de internet (Blogger.com), Publicidad en línea (Google Adwords) y relaciones públicas.**
 - **Temporalidad: Todo el año, pero con mayor fuerza en principio de año y durante las estaciones de primavera y verano.**
-

Mercado meta

- **Geográficamente: De menor a mayor medida, el país México – zona centro-sur del país (DF, Puebla, Tlaxcala, Veracruz, Oaxaca, Estado de México y Morelos) – Estado de Puebla – Ciudad de Puebla y alrededores.**
 - **Demográficamente: De 18 años en adelante, con especial atención en adultos de 30 años en adelante. Para hombres y mujeres.**
 - **Nivel socioeconómico: AB, C+, C.²⁴**
-

Fase de Introducción

La fase de introducción de nuestro producto será larga, debido a lo competido del mercado y la rareza de nuestro ingrediente diferenciador, el fenogreco. A continuación se enlistan las acciones a realizar para la

²⁴ En base a datos de la AMAI (Instituto de Investigaciones Sociales, 2009)

fase de introducción del proceso de promoción y publicidad del producto.

1. Creación de cuentas en Facebook, Twitter y Youtube.
 2. Promocionar el producto a través de relaciones públicas con minoristas y tiendas especializadas en productos de cuidado y salud personal.
 3. Hablar del producto en las redes sociales oficiales y blogs.
 4. Uso de publicidad en línea, siendo esto Adwords y video publicitarios en Youtube.
 5. Como parte de relaciones, presentar el producto los eventos relacionados con la salud. Como la carrera atlética a favor de la salud que organiza la Secretaria de Salud del Estado de Puebla²⁵.
 6. Constante invitación a consumidores y promoción del producto en línea.
-

Ejemplo de publicidad en línea con Adwords de Google

- La publicidad en un medio de hacer llegar nuestro mensaje al público meta de manera fácil y segura.
 - El costo de publicitarnos es lo que estemos dispuestos a pagar por este. El presupuesto que dispongamos va a ser lo que determine cuantos clics se van a aceptar.
 - No existe un requisito de inversión mínima: nosotros decidimos la cantidad que deseamos invertir. Por ejemplo, se puede establecer un presupuesto diario máximo de 5 dólares y un costo máximo de 10 centavos cada vez que su anuncio reciba un clic
 - Se puede configurar los anuncios para que se muestren sólo a aquellas personas que realicen búsquedas en una región en particular. De esta forma es muy fácil dirigirse a los clientes que estén, por ejemplo, a menos de 40 kilómetros de su domicilio.
-

²⁵ (Servicios de Salud del Estado de Puebla, 2013)

-
- También se puede mostrar el anuncio en base a palabras clave que el usuario escriba en una búsqueda en Google o alguna de sus páginas²⁶.
-

Un anuncio de Google Adwords para el producto se vería de la siguiente forma:

Jugo Greco
www.jugogreco.com
La semilla del futuro en una botella
Cúdate y vive sanamente

Se mostraría el nombre del producto, la página web y una breve descripción de manera persuasiva, incitando al usuario a dar clic en el anuncio.

Éste anuncio aparecería en la parte derecha de la pantalla cuando el usuario busque o consulte páginas relacionadas con la salud, bebidas sin azúcar, bebidas naturales o plantas y semillas curativas.

The image shows a Google search interface for the query "jugo natural". The search bar at the top contains the text "jugo natural" and a search icon. Below the search bar, there are tabs for "Web", "Imágenes", "Videos", "Más", and "Herramientas de búsqueda". The search results section indicates "Aproximadamente 7.000.000 resultados (0.13 segundos)". There is a section for "Imágenes de jugo natural" with a grid of various fruit juices. Below this, there are several search results with titles and snippets. On the right side of the search results, there is a highlighted advertisement for "Jugo Greco" with the URL "www.jugogreco.com" and the text "La semilla del futuro en una botella" and "Cúdate y vive sanamente".

²⁶ (Accounts Google, 2013)

3.8 Presupuesto de ventas

Presupuesto de Ventas																
		Año 1			Año 2			Año 3			Año 4			Año 5		
Concepto	Unidad	Cantidad	P.U	Importe												
Publicidad Google adwords	1	1	\$10,000	\$ 10,000	1	\$10,336	\$ 10,336	1	\$10,683	\$ 10,683	1	\$11,042	\$ 11,042	1	\$11,446	\$ 11,446
Sueldo y salario				\$ 70,081			\$ 72,436			\$ 74,870			\$ 77,610			\$ 80,450
Gasto de distribución	Litros	2159.47	\$ 12	\$ 25,957	2159.47	\$ 12	\$ 26,829	2159.47	\$ 13	\$ 27,730	2159.47	\$ 13	\$ 28,662	2159.47	\$ 14	\$ 29,711
			Total:	\$ 106,038		Total:	\$ 109,601		Total:	\$ 113,283		Total:	\$ 117,314		Total:	\$ 121,608

CAPÍTULO 4.- ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

En este capítulo se obtendrá a través de indicadores financieros, la rentabilidad del proyecto. Se utilizarán números previamente calculados, como la capacidad de producción, la TREMA, así como los presupuestos de venta y de operación, entre otros.

Se procede a mostrar los movimientos financieros de JuGreco, abarcando desde la inversión inicial hasta un horizonte de evaluación de 5 años.

La decisión de seguir adelante o no con el proyecto, depende de los resultados obtenidos en este capítulo.

4.1 Presupuesto de Inversión Inicial

La inversión inicial se clasificó en distintos tipos de acuerdo al área en el que se va a utilizar. En este apartado se especifica el monto de lo que son los activos fijos y diferidos que se realizarán durante la primera inversión, ello corresponde a la maquinaria, herramientas y demás bienes que serán necesarios para que la empresa funcione correctamente en todas sus áreas (Producción, Administración y Ventas). Además es importante resaltar que el Capital de trabajo no está incluido en esta sección y este más adelante se mencionará.

Activos fijos de Producción				
Cantidad	Concepto	Precio Unitario	Fletes y Seguros(*)	Costo total puesto en planta

3	Extractor de jugo Angel 5500	\$ 21,775.0 0	\$ 1,089.00	\$ 66,414.00
6	Mesa de trabajo Cubierta T- 304 calibre 20	\$ 2,500.00	\$ 125.00	\$ 15,125.00
2	Tina en acero inoxidable de 2 mts.	\$ 7,000.00	\$ 350.00	\$ 14,350.00
1	Tanque de enfriamiento de 900 lt.	\$ 45,000.0 0	\$ 2,250.00	\$ 47,250.00
1	Tamizadora Rusell Compact Sieve	\$ 60,000.0 0	\$ 3,000.00	\$ 63,000.00
		Total		\$ 206,139.00

Activos Fijos (Mobiliario y Equipo)

Cantidad	Concepto	Precio Unitario	Fletes y gastos de instalación	Costo total ya instalado en Planta
1	Equipo de Cómputo de escritorio	\$ 3,650.00	\$ 183.00	\$ 3,833.00
1	Impresora	\$ 590.00	\$ 30.00	\$ 620.00
2	Escritorio de madera para oficina	\$ 500.00	\$ 25.00	\$ 1,025.00
2	Mesa de madera para controles	\$ 150.00	\$ 8.00	\$ 308.00
5	Silla de plástico para oficina	\$ 89.00	\$ 5.00	\$ 450.00
1	Patín hidráulico para tarimas	\$ 2,800.00	\$ 140.00	\$ 2,940.00

1	Juego de cuchillos y utensilios	\$ 1,000.00	\$ 50.00	\$ 1,050.00
		Total		\$ 10,226.00

Todo el equipo y mobiliario especificado es el mínimo requerido para la elaboración del jugo vegetal, con ello se busca reducir los costos de la inversión inicial.

(*). Se considera un 5% del precio unitario se representa entre flete, seguro y gastos de instalación sobre el precio unitario.

Los gastos de organización se refieren a todos aquellos que se realizan para conformar legalmente la empresa, incluso todos aquellos gastos indirectos para la planeación e integración que ello conlleva (movimientos, gastos de otros servicios, etc.).

Gastos de Organización	
Concepto	Costo
Notario (Escrituración Bodega en Central de Abasto Tepeaca)	\$ 8,000.00
Acta Constitutiva y trámites en IMPI	\$ 7,000.00
Planeación e integración (El 0.5% sobre los \$ 400,000.00)	\$ 2,000.00
Total de Gastos de Organización	\$17,000.00

Dentro de los activos diferidos se incluyen todos aquellos gastos que implican la conformación legal de la empresa, así también los gastos necesarios para hacer los cambios necesarios para que se encuentre en condiciones óptimas para el proceso, todos aquellos gastos que se considera se realizarán una sola vez y el gasto en papelería que se realizara una vez por año pero que no se considerara como un costo fijo ya que este monto varía de acuerdo a las necesidades de la empresa.

En estos gastos se considera un porcentaje sobre la inversión inicial, en la que los integrantes estimaron el gasto que se realizará en cada actividad. Solo en gastos de organización y gasto del estudio nutrimental ya se cuenta con los costos, donde este último gasto fue dado por el Químico Oscar del laboratorio del IDIT de la Universidad Iberoamericana Puebla.

Activos Diferidos		
Concepto	Cálculo	Total en Pesos
Gastos de Instalación	(\$ 400,000.00 x 5%)	\$ 20,000.00
Gastos de Organización	En tabla anterior	\$ 17,000.00
Gastos de estudio nutrimental	Fijo	\$ 800.00
Papelería	(\$ 400,000.00 x 0.3%)	\$ 1,200.00
Diseños y otros	(\$ 400,000.00 x 1%)	\$ 4,000.00
Total Activos Diferidos al inicio		\$ 43,000.00

Como resultado de la suma de todos los gastos en la inversión en los activos fijos y diferidos se obtiene el siguiente resultado:

Inversión total en Activos fijos y diferido	
Concepto	Costos
Activos Fijos de Producción	\$ 206,139.00
Activos Fijos (Mobiliario y Equipo)	\$ 10,226.00
Activo Diferido	\$ 43,000.00
Subtotal	\$ 259,365.00
+ 5% gastos imprevistos	\$ 12,970.00
Total Inversión inicial	\$ 272,335.00

Este resultado de \$ 272,335.00 sacado de la inversión total sería el monto en pesos que la empresa debería desembolsar para realizar la inversión en activos fijos y diferidos que a su vez ello le permitiría estar lista para iniciar operaciones. Con ello se podría determinar que la empresa contaría con un Capital de Trabajo de \$ 127,665.00 en el que se considerara lo siguiente:

- Inventarios:

- Ya que los productos utilizados en el proceso la mayoría son perecederos se mantendrá un inventario que represente el abasto necesario durante tres días, manteniendo este ciclo durante todo el año y considerando que se tenga disponibilidad todo el tiempo, esto reflejaría que:

Tomando en cuenta que el costo por unidad en Materias Primas es = \$ 4.34 pesos.

$$1500 \times 4.34 \times 3 = \$ 19,530.00 \text{ pesos en Materia Prima}$$

Esto significa que se requiere \$ 19,530.00 pesos en MP para el ciclo que se consideró de tres días, y con ello conservar los insumos en óptimas condiciones.

- Si mantenemos una línea de crédito con nuestros clientes de 21 días naturales se necesitaría en MP:

$$1500 \times 4.34 \times 15 = \$ 97,650.00 \text{ pesos en Materia Prima}$$

Lo que quiere decir que durante el periodo que financiamos a nuestros clientes necesitaríamos \$ 97, 650.00 pesos para cubrir los gastos de la materia prima.

4.2 Presupuesto de Operación

En esta parte se calculan los presupuestos que implican la operación de la empresa dentro de los que se encuentran el de ingresos, administración, ventas y producción, en ellos se menciona todos los montos que resultan de cada una de las actividades que se realizarán en la operación, además se desarrolla sobre el horizonte del análisis del proyecto que es de cinco años, de esta manera se podrá observar todos los cambios que se irán dando durante ese tiempo. Dentro de estos presupuesto se incluye una inflación promedio del 3.36%.

Presupuesto de Ingresos (Ventas)

Presupuesto de Ingresos																
		Año 1			Año 2			Año 3			Año 4			Año 5		
Concepto	Unidad	Cantidad	P.U	Importe	Cantidad	P.U	Importe	Cantidad	P.U	Importe	Cantidad	P.U	Importe	Cantidad	P.U	Importe
JuGreco	Botella	405000	\$9.76	\$3,952,800.00	405000	\$9.76	\$3,952,800.00	405000	\$9.76	\$3,952,800.00	405000	\$9.76	\$3,952,800.00	405000	\$9.76	\$3,952,800.00
			Total:	3952800		Total:	\$3,952,800.00									

En esta tabla, se muestran precios constante, es decir sin inflación.

Aquí se representan las ventas que van a tener año con año sin considerar un crecimiento, esto sobre un precio de venta unitario de \$ 9.76 pesos y teniendo una producción anual de 405,000 unidades anual.

Presupuesto de Producción (Costos de Producción)

Presupuesto de Producción																
		Año 1			Año 2			Año 3			Año 4			Año 5		
Concepto	Unidad	Cantidad	P.U	Importe	Cantidad	P.U	Importe									
Servicio de agua	Pipa de agua	45	\$ 250	\$ 11,250	45	\$ 258	\$ 11,628	45	\$ 267	\$ 12,019	45	\$ 276	\$ 12,423	45	\$ 285	\$ 12,840
Servicio de luz	KwH	11390	\$ 3	\$ 34,170	11390	\$ 3	\$ 35,318	11390	\$ 3	\$ 36,505	11390	\$ 3	\$ 37,731	11390	\$ 3	\$ 38,999
Sueldos y salarios				\$ 277,892			\$ 287,229			\$ 296,880			\$ 306,855			\$ 317,166
Materia Prima				\$ 1,113,220			\$ 1,150,624			\$ 1,189,285			\$ 1,229,245			\$ 1,270,548
Envases y empaques				\$ 648,160			\$ 669,938			\$ 692,448			\$ 715,714	104		\$ 739,762
			Total:	\$ 2,084,692		Total:	\$ 2,154,738		Total:	\$ 2,227,137		Total:	\$ 2,301,969		Total:	\$ 2,379,315

En este presupuesto se consideran los gastos que incurren dentro del proceso de producción (servicios de agua, luz, Materia Prima, sueldos y salarios y envases y empaques) correspondientes al mismo.

Presupuesto de Administración (Gastos de Administración)

Presupuesto de Administración																
Concepto	Unidad	Año 1			Año 2			Año 3			Año 4			Año 5		
		Cantidad	P.U	Importe												
Sueldos y salarios	Precio			\$ 267,120			\$ 276,095			\$ 285,372			\$ 294,961			\$ 304,871
Servicio de Luz	KwH	2010	\$ 3	\$ 6,030	2010	\$ 3	\$ 6,233	2010	\$ 3	\$ 6,442	2010	\$ 3	\$ 6,658	2010	\$ 3	\$ 6,882
Servicio de agua	Pipa de agua	7	\$ 250	\$ 1,750	7	\$ 258	\$ 1,809	7	\$ 267	\$ 1,870	7	\$ 276	\$ 1,932	7	\$ 285	\$ 1,997
Servicio de telefonía e internet	Por mes	12	\$ 499	\$ 5,988	12	\$ 516	\$ 6,189	12	\$ 533	\$ 6,397	12	\$ 551	\$ 6,612	12	\$ 570	\$ 6,834
				Total: \$ 280,888			Total: \$ 290,326			Total: \$ 300,081			Total: \$ 310,163			Total: \$ 320,585

Los gastos de administración involucran los costos que se incurren de la misma área, y a igual que los anteriores se expresan durante los cinco años del horizonte que contempla el proyecto.

Presupuesto de Ventas (Gastos de Ventas)

Presupuesto de Ventas																
Concepto	Unidad	Año 1			Año 2			Año 3			Año 4			Año 5		
		Cantidad	P.U	Importe												
Publicidad Google adwords	1	1	\$10,000	\$ 10,000	1	\$10,336	\$ 10,336	1	\$10,683	\$ 10,683	1	\$11,042	\$ 11,042	1	\$11,446	\$ 11,446
Sueldo y salario				\$ 70,081			\$ 72,436			\$ 74,870			\$ 77,610			\$ 80,450
Gasto de distribución	Litros	2159.47	\$ 12	\$ 25,957	2159.47	\$ 12	\$ 26,829	2159.47	\$ 13	\$ 27,730	2159.47	\$ 13	\$ 28,662	2159.47	\$ 14	\$ 29,711
				Total: \$ 106,038			Total: \$ 109,601			Total: \$ 113,283			Total: \$ 117,314			Total: \$ 121,608

En este presupuesto se incluye los gastos de la publicidad que se va a realizar, sueldos y salarios, y los gastos de distribución que solo contempla el gasto de combustible con base en el precio corriente del año 2013. Ello puesto que el vehículo es un activo perteneciente a un socio el cual declaro en conformidad prestar su camioneta para servicio de la empresa. (Anexo 4.2.1)

4.3 Tabla de amortización

Se había considerado solicitar un préstamo de cien mil pesos, para cubrir compras de materia prima y otros gastos sin embargo, esta opción se deshecho ya que se ha podido demostrar que se puede cubrir el pago de las compras en el plazo que solicitan los proveedores.

4.4 Estado de resultados Pro-Forma y Flujos Netos de Efectivo

En el estado de resultados se muestran los ingresos esperados para los cinco años a considerar, tomando en cuenta los presupuestos previamente mostrados, así como impuestos, con el objetivo de obtener los flujos de efectivo esperados para cada año. Para la proyección en los años siguientes, después del primero, se ha considerado la inflación, que este año ha sido de 3.36% según datos del Banco de México²⁷, afectando de esta forma los precios y costos de cada año. A pesar de lo prometedor del crecimiento del mercado, se ha optado por realizar la proyección manteniendo la capacidad de producción constante todos los años.

En el siguiente estado de resultados, no se han mostrado números decimales.

²⁷ (BANCO DE MÉXICO, 2013)

Estado de Resultado Pro-Forma

Concepto	Año	Año	Año	Año	Año	Año
	0	1	2	3	4	5
Ingresos	\$ 400,000	\$ 3,952,800	\$ 4,085,614	\$ 4,222,891	\$ 4,364,780	\$ 4,511,436
Costo de Producción		\$ 2,084,692	\$ 2,154,738	\$ 2,227,137	\$ 2,301,969	\$ 2,379,315
Utilidad Marginal	-\$ 400,000	\$ 1,868,108	\$ 1,930,876	\$ 1,995,754	\$ 2,062,811	\$ 2,132,122
Costos de Administración		\$ 280,888	\$ 290,326	\$ 300,081	\$ 310,163	\$ 320,585
Costos de Venta		\$ 106,038	\$ 109,601	\$ 113,283	\$ 117,090	\$ 121,024
Costos Financieros						
Otros Ingresos (VS)						
Otros Egresos						
Depreciación		\$ 43,232	\$ 43,232	\$ 43,232	\$ 21,840	\$ 21,840
Utilidad Bruta	-\$ 400,000	\$ 1,437,950	\$ 1,487,718	\$ 1,539,158	\$ 1,613,718	\$ 1,668,673
ISR (30%)		\$ 431,385	\$ 446,315	\$ 461,747	\$ 484,115	\$ 500,602
Participación de Utilidades (PTU)		\$ 143,795	\$ 148,772	\$ 153,916	\$ 161,372	\$ 166,867
Utilidad Neta	-\$ 400,000	\$ 862,770	\$ 892,631	\$ 923,495	\$ 968,231	\$ 1,001,204
Depreciación		\$ 43,232	\$ 43,232	\$ 43,232	\$ 21,840	\$ 21,840
Amortización						
Flujo Neto de Efectivo	-\$ 400,000	\$ 906,002	\$ 935,863	\$ 966,727	\$ 990,071	\$ 1,023,044
Tasa de Rendimiento Mínima Aceptada	17.5%					
Valor Actual de los Flujos de Efectivo	-\$ 400,000	\$ 770,869	\$ 677,508	\$ 595,467	\$ 518,885	\$ 456,195
Valor Actual Acumulado de los Flujos de Efectivo	-\$ 400,000	\$ 370,869	\$ 1,048,377	\$ 1,643,844	\$ 2,162,729	\$ 2,618,924

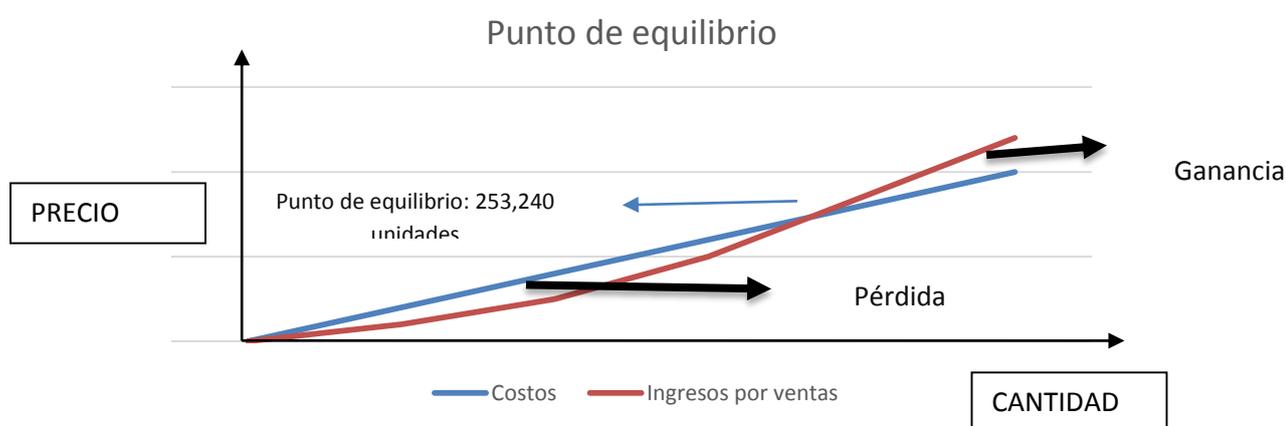
Para la empresa, no consideramos incluir la venta de los activos al final del periodo de evaluación, es decir al quinto año, por lo cual no se muestra en el estado de resultados el valor de salvamento.

El análisis arroja flujos de efectivo superiores a la inversión desde el segundo año y que se van manteniendo por los años siguientes. El aumento cada año en los flujos de efectivo no se debe interpretar como un crecimiento en el número de ventas, sino solamente como un aumento al valor monetario provocado por el incremento en los precios debido al efecto inflacionario.

4.5 Punto de equilibrio

Costos Fijos	\$2,471,618.00
Costo Variable Unitario	\$6.10
Precio =	\$9.76
Punto de Equilibrio en \$	\$2,471,618.00
Punto de Equilibrio en Unidades	253,240

El número de unidades que se necesitan producir en un escenario normal, basándonos en el previo estudio técnico, para no incurrir en pérdidas, pero sin llegar a generar ganancias es de: 253,240 botellas de JuGreco. Esto equivale a poco más de la producción anual. Es decir, que por año, la venta de 253,240 envases es para cubrir costos y la venta de 151,760 es para obtener ganancias. Esto se puede ilustrar mejor en la siguiente gráfica:



Gráfica. Punto de

equilibrio

4.6 Cálculo e interpretación de indicadores financieros

La obtención de los resultados anteriores, ayudarán a obtener los siguientes índices financieros que buscan medir la rentabilidad y conveniencia por parte de los inversionistas de darle continuidad a la empresa.

4.6.1 Valor Actual Neto

Tasa de Rendimiento Mínima Aceptada	17.5%					
Valor Actual de los Flujos de Efectivo	-\$ 400,000	\$ 770,869	\$ 677,508	\$ 595,467	\$ 518,885	\$ 456,195
Valor Actual Acumulado de los Flujos de Efectivo	-\$ 400,000	\$ 370,869	\$ 1,048,377	\$ 1,643,844	\$ 2,162,729	\$ 2,618,924

Al principio del proyecto se estableció una TREMA del 17.5%, que es la tasa que se espera superar. Ésta es la tasa que se considera para calcular el valor actual

de los flujos de efectivo. Es común que en ocasiones se diga que los flujos se castigan con una tasa, con el fin de traerlos a valor presente, en nuestro caso ha sido la TREMA. Para obtener el valor actual neto, es necesario también considerar, además de los flujos de efectivo, la inversión inicial.

El VAN de la empresa JuGreco es de: **\$2, 618, 924.**

Esto lo podemos interpretar como que habiendo invertido ahora nuestros \$400,000 en un plazo de 5 años equivaldrían a \$2, 618, 924 en dinero en efectivo y activos de la empresa.

A medida que aumenta la TREMA, el VAN se reduce, como consecuencia de que se le descuenta un mayor porcentaje a los flujos netos de efectivo.

4.6.2 Periodo de Recuperación de la Inversión

El tiempo en recuperar la inversión, sería en el segundo año. Esto debido a las altas ventas y al no muy costoso proceso de producción de nuestro producto. Desde el segundo año, el valor actual acumulado de los flujos de efectivo llega ya a \$1, 048, 377.

Valor Actual Acumulado de los Flujos de Efectivo	-\$ 400,000	\$ 370,869	\$ 1,048,377	\$ 1,643,844	\$ 2,162,729	\$ 2,618,924
--	-------------	------------	--------------	--------------	--------------	--------------

Se puede inferir con este resultado, que el riesgo de invertir en el proyecto es bajo y es recomendable seguir adelante.

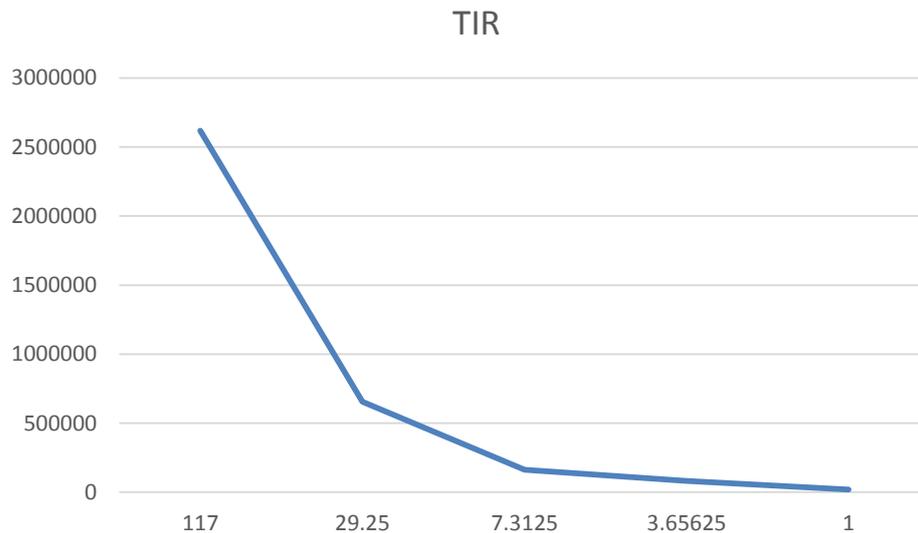
4.6.3 Tasa Interna de Retorno (TIR)

Para el cálculo de la TIR, se considera la inversión inicial y los valores acumulados de los flujos de efectivo.

La TIR de la empresa JuGreco es de: **117.21%**

La tasa supera ampliamente a la mínima aceptada para el proyecto. Por lo cual no queda dudas del potencial que puede tener la empresa y el mercado de bebidas saludables y funcionales sin azúcar en el mercado.

La tasa interna de retorno se representa en la siguiente gráfica:



Gráfica. Tasa Interna de Retorno

A medida que el VAN se reduce, la TIR también lo hace. De modo que cuando se tiene un valor actual neto de 0, la tasa interna de retorno equivale también a 0, puesto que no se está ganado ningún punto porcentual sobre la inversión inicial.

4.6.4 Índice del Valor Actual Neto (IVAN)

Este índice nos dice cuanto se ha obtenido después de 5 años por cada peso invertido en el presente. El IVAN se calcula dividiendo el valor presente neto (\$2,618,924) entre la inversión inicial (\$400,000).

El IVAN de la empresa JuGreco es de: **\$6.55**

Por un peso invertido en JuGreco, se habrán obtenido seis pesos con cincuenta y cinco centavos. La inversión se ha multiplicado por poco más de seis, pero

para esto se ha tenido que esperar 5 años. A pesar de esto, este resultado es más que prometedor para el proyecto y ayuda a facilitar aún más la decisión de si seguir o no adelante con el proyecto.

4.7 Conclusiones del Estudio Financiero

Se ha demostrado que es conveniente invertir en la empresa JuGreco. La tasa interna de retorno del proyecto es ampliamente mayor a la tasa mínima de retorno de inversión que esperamos como inversores. Por esto, se puede decir que el proyecto es seguro, es rentable, es viable y es recomendable que se emprenda.

Los flujos de efectivo anuales han demostrado también el ágil movimiento en el flujo de caja, debido también a que los jugos son productos de rápido movimiento en el mercado. Las facilidades con las que contamos, como lo es no pagar renta para la planta de producción y disponer de un transporte, han ahorrado costos extras al proyecto y estos beneficios se han visto reflejados al momento de calcular algunos indicadores financieros. Por ejemplo, el IVAN (Índice de Valor Actual Neto), que es de \$6.55, tal cantidad de valor por el dinero en un plazo de 5 años pocas inversiones lo generan.

Para dar más confianza al proyecto, el periodo de recuperación de la inversión es de tan sólo dos años. Factor que no hubiera sido posible de no existir el otorgamiento de créditos por parte de proveedores que hubieran forzado a la empresa a considerar un préstamo. Hay que recordar también, que el estado de resultados y los demás estudios financieros se realizaron considerando que se iba a mantener la producción constante, en base a un escenario normal de la producción, no a uno optimista y que además, en base a estudios en los capítulos anteriores sabemos que la demanda tenderá a aumentar, con esto se quiere decir, que no se realizó el estudio financiero de una manera ni muy optimista ni tendenciosa.

Concluyendo y habiendo realizado todas las operaciones, el monto total de utilidad mensual es de \$64,239 dividiéndolo entre los tres socios es de: \$21,413 mensuales.

CAPÍTULO 5.- ESTUDIO DE VIABILIDAD LEGAL, NORMATIVA Y REGLAMENTARIA

En este capítulo se evalúa la situación legal de la empresa para con el gobierno e instituciones del Estado, como lo son el Instituto Mexicano del Seguro Social y el Instituto del Fondo Nacional de la Vivienda para los Trabajadores. Se plasma también, la conformación legal de ésta, a través del acta constitutiva y el régimen fiscal.

Finalmente se presentan las Normas Oficiales Mexicanas a las que deberá apegarse la empresa para el buen cumplimiento de la ley y la correcta operación, además del régimen aduanero al que se enfrentaría la empresa.

5.1 Acta constitutiva de la empresa

Verificar el tipo de sociedad y requisitos fiscales para el alta de la empresa, para la correcta formalización de la empresa se deberá hacer una sociedad que conforme una empresa integrada por los socios de la misma, y para ello se deberá buscar un notario o corredor público que de fe del acto. Para realizar la constitución de la empresa Jugos Vegetales de México se deberá tener los siguientes documentos ya en forma para iniciar con la protocolización del acta constitutiva de la sociedad:

- Permiso expedido por la Secretaría de Relaciones Exteriores. (Denominación de la sociedad)
- Nombres de los socios que la integran (con identificación oficial).
- RFC de los socios y comprobante de domicilio.
- Comprobante de la ubicación física de la empresa, o domicilio fiscal bajo el que se encontrara.
- Comprobar el capital que formara parte de la sociedad. (exhibiendo o comprobando).

- Tener en claro la persona o personas a quienes se les otorgará la administración y poder para realizar diversos actos.

Una vez ya teniendo esto en claro se iniciara la redacción de los estatutos sociales frente al notario público, estos será parte fundamental para determinar los términos y condiciones bajo lo que estará trabajando la sociedad, además de prevenir malos entendidos con los mismos socios en un futuro.

El pago por concepto de honorarios y gastos por la protocolización del acta constitutiva es de ocho mil pesos, mismos que incluye la inscripción ante el registro público de la propiedad, la autorización judicial y ante la Tesorería General del Estado y el registro en la SHCP.

Se realiza una tabla que expresa los tiempos y costos que implica todo el proceso de constitución de la empresa junto con los demás trámites necesarios para el legal funcionamiento, esta tabla se encuentra a continuación.

Tramites y documentación para la legal figura de la empresa				
# Tramite	Tramite	Medio de realización	Tiempo	Costo
1	Razón Social o nombre	Secretaria de Relaciones Exteriores	1 hora	Sin costo
2	Solicitud del RFC de los 3 socios	Secretaria de Hacienda y Crédito Público (web)	2 horas	Sin costo
3	Protocolización del Acta Constitutiva	Notario Público o Corredor Público	3 días	\$ 6,500.00
4	Inscripción de la empresa formalmente constituida	Registro Público de la Propiedad y Comercio	3 horas	\$ 500.00

5	Inscripción de la empresa para fines fiscales	Secretaría de Hacienda y Crédito Público	5 horas	\$ 500.00
6	Inscripción de la empresa para contribuciones Edo.	Tesorería General del Estado	5 horas	\$ 500.00
	Total		5 días	\$ 8,000.00

Cabe aclarar que se considera un día hábil de ocho horas, y que el trámite 4,5 y 6 no tienen un costo como tal solo en este caso se considera como gasto administrativo para la notaria publica pues ellos son los que realizarían este trámite. Ello quiere decir que en prácticamente una semana estaría lista el acta constitutiva de la empresa junto trámites necesarios para su figura legal frente al estado.

ACTA CONSTITUTIVA (ANEXO).

5.2 Régimen Fiscal

El régimen fiscal bajo el que se encontraran los socios representa el conjunto de derechos y obligaciones a los que se hace acreedor por desempeñar una actividad específica.

Existen diferentes tipos de regímenes fiscales, en el caso de los socios de la empresa se encontraran en el régimen de personas físicas bajo la clasificación de Dividendos y, en general, por las ganancias distribuidas por personas morales.

- Requisitos de los socios para darse de alta bajo el régimen fiscal de Dividendos:
 - o Realizar una pre-solicitud por el portal de la SHCP.

- Asistir a la cita en la fecha señalada y en el lugar que se mencione.
- Identificación oficial.
- Comprobante de domicilio en el que se denominara domicilio fiscal.
- Demás documentos necesarios que señale el portal.

Importante: por motivo de las nuevas reformas que se realizaron será mucho más fácil tramitar el RFC de los socios, permitiendo realizar el trámite a través de la misma página sin tener la necesidad de perder tiempo al movilizarse.

Para el caso de la empresa JuGreco tendrá un régimen fiscal propio ya que desde el momento de su constitución formal pasara a ser parte de las personas morales y por lo tanto también adquiere derechos y obligaciones que se verán determinadas por el régimen fiscal bajo el que se encuentre.

5.3 IMSS

La empresa, en base al artículo 15 de la Ley del Seguro Social tiene la obligación de registrarse y dar de alta a sus empleados directos al Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), así como notificar sus altas y bajas, modificaciones en sus salarios, entre otros datos²⁸. La afiliación al IMSS por parte de la empresa se puede realizar en cualquier momento, pero en un plazo no mayor a después de 5 días de haber iniciado operaciones. Al ser nueva la empresa, es necesario también llenar una solicitud de registro ante el IMSS. El primer paso a realizar es la Solicitud de Certificado Digital (Consultar Anexo 5.3.1 para ver Formato de Solicitud de Certificado Digital), que permitirá a la empresa realizar sus trámites y movimientos ante el Instituto con oportunidad, además de que es necesario para el siguiente pasó, que es realizar el Registro Patronal Único. Éste registro hará posible transmitir los movimientos afiliatorios de todos los trabajadores

²⁸ (EnlaceMéxico, 2010)

como integrantes de la empresa. (Consultar Anexo 5.3.2 para ver Carta de presentación del Dictamen de Seguro Social).

Para dar de alta a los empleados, se necesitan seguir una serie de pasos, que pueden ser realizados por la empresa o por los mismos empleados. El proceso de registro se presenta en el siguiente diagrama:

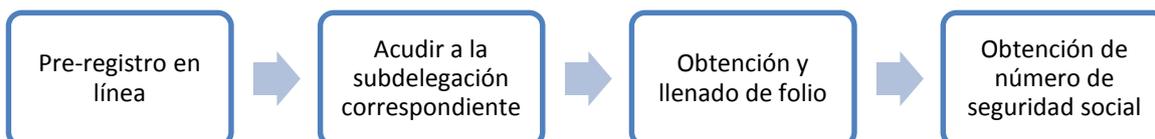


Diagrama 5.1 Registro en el IMSS.

Fuente: Elaboración propia.

El primer paso, el pre-registro en línea se realiza en la página oficial del IMSS, en la página web siguiente:

<http://201.144.108.73/trimss/afiliacion/trabajadores/menuMovTrabajadoresInternet.jsp>, (Consultar Anexo 5.3.3 para ver el Formato de Pre-Registro de Solicitud de Obtención de Número de Seguridad Social.)

Para realizar el proceso de afiliación del trabajador es necesario que el éste cuente a la mano con su acta de nacimiento, su C.U.R.P. y una identificación oficial, que puede ser la credencial de votar del IFE. Otros datos e información que le serán solicitados a la empresa para su incorporación son:

- Número de Registro Patronal
- Número de Seguridad Social del trabajador
- Nombre del trabajador
- Tipo de movimiento afiliatorio
- CURP
- Salario diario integrado (excepto en los movimientos de baja)

- Tipo de salario: Fijo, variable o mixto (excepto en los movimientos de baja)
- Fecha del movimiento
- Unidad Médica (excepto en los movimientos de baja y modificación)

Todo el proceso de registro y dada de alta de los empleados no tiene ningún costo, ni para la empresa ni para los empleados.

5.4 INFONAVIT

El Instituto del Fondo Nacional de la Vivienda para los Trabajadores es un servicio para que los empleados se incorporen a su régimen de vivienda y ejerzan su derecho a un crédito.

Afiliar a los trabajadores al INFONAVIT se puede hacer desde su página oficial, que es: <http://portal.infonavit.org.mx/wps/wcm/connect/infonavit/inicio>, para realizar este trámite solamente es necesario contar a la mano con el nombre completo del trabajador, su número de teléfono, domicilio y la Clave Única de Registro de Población (CURP). Una vez dado de alta el empleado, la empresa podrá dar una aportación mensual a la cuenta del INFONAVIT del trabajador, no hay una cantidad establecida, pero se recomienda que ésta se aproxime al 5% del salario del trabajador²⁹.

El empleado que quiera pedir su crédito tendrá que esperar de 1 a 3 años y el monto del crédito que obtendrá dependerá de su edad y su salario. Para ejemplificar de mejor manera cómo funcionaría el INFONAVIT para empleados, se presenta a modo de diagrama a continuación.

²⁹ (Infonavit para todos, 2013)

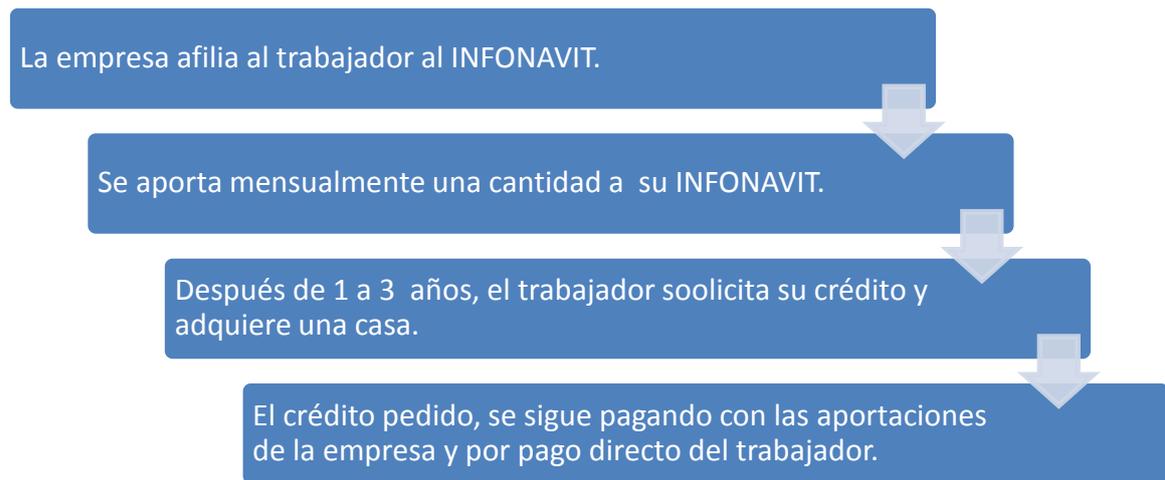


Diagrama 5.2 Simulación del proceso de aplicación del crédito INFONAVIT. Fuente: Elaboración propia.

5.5 Permisos ante el Ayuntamiento

Para obtener conocimiento de los trámites obligatorios para constituir e iniciar un negocio de elaboración de refrescos o bebidas no alcohólicas en Puebla, se consultó la página oficial de la secretaría de economía.

El diagrama mostrando las fases de constitución y de inicio de operaciones con los trámites a realizar para cada etapa es el siguiente:

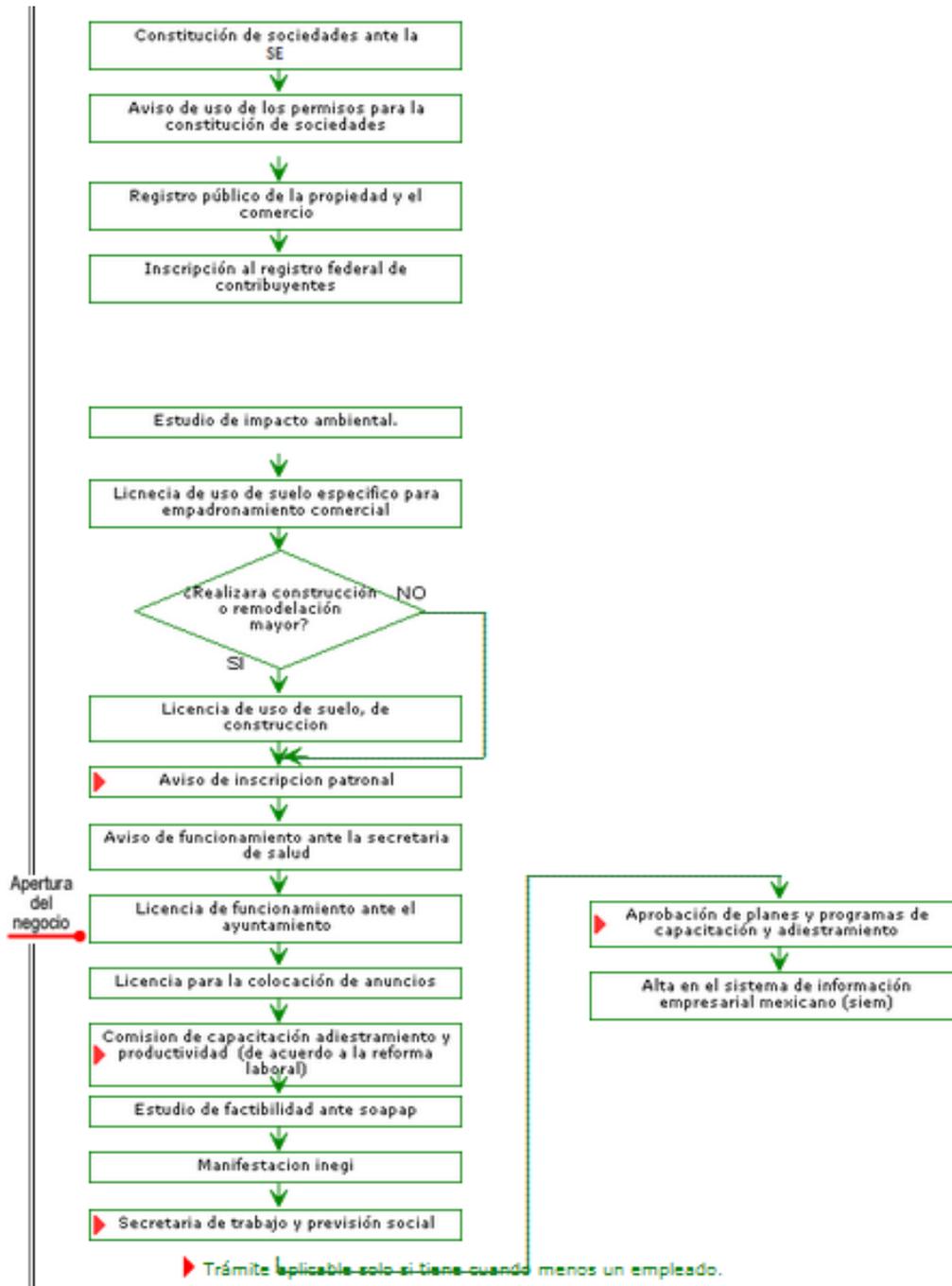


Diagrama 5.3 Trámites obligatorios para abrir una empresa en Puebla.

Fuente: (Secretaría de Economía, 2013)

5.6 Registros de marcas y patentes

Para registrar la marca JuGreco se debe acudir a las oficinas del Instituto Mexicano de Propiedad Industrial (IMPI). Se debe llenar el formato de solicitud IMPI-00-001 (Consultar Anexo 5.6 para ver Formato de Solicitud IMPI-00-001)

que proporciona el IMPI por duplicado con firmas autógrafas y presentadas con la documentación señalada al reverso de la misma, de conformidad a los artículos 113 y 114 de la Ley de la Propiedad Industrial y su 5 ° Reglamento³⁰.

El artículo 113 de la Ley de la Propiedad Industrial deberá presentarse solicitud por escrito ante el Instituto con los siguientes datos:

- I.- Nombre, nacionalidad y domicilio del solicitante.
- II.- El signo distintivo de la marca, mencionando si es nominativo, innominado, tridimensional o mixto. En nuestro caso, sería una marca mixta, puesto que es la combinación de elementos figurativos con elementos nominativos, es decir, la imagen más el texto de JuGreco.
- III.- La fecha de primer uso de la marca, la que no podrá ser modificada ulteriormente, o la mención de que no se ha usado. A falta de indicación se presumirá que no se ha usado la marca.
- IV.- Los productos o servicios a los que se aplicará las marca.
- V.- Los demás que prevenga el reglamento de esta Ley.

El artículo 114 de la Ley de la Propiedad Industrial señala que a la solicitud de registro de marca deberá acompañarse el comprobante del pago de las tarifas correspondientes al estudio de la solicitud, registro y expedición de título, así como los ejemplares de la marca cuando sea innominada, tridimensional o mixta.

El costo por el registro de una marca es de \$2,303.33 más el Impuesto al Valor Agregado, el importe total a pagar incluyendo centavos debe cubrirse al 100%.

El pago lo puede realizar de forma electrónica en el Portal de Pagos y Servicios Electrónicos (PASE) en la siguiente liga: <https://eservicios.impi.gob.mx> con los siguientes bancos: Banamex, Bancomer, HSBC o Scotiabank.

Todo esto ha sido para el registro de la marca, sin embargo, es necesario registrar la patente para la bebida funcional en sí. Hay algunos tipos de bebidas

³⁰ (Olgúin, 2011)

que no pueden ser patentadas, por ejemplo algunas bebidas alcohólicas que sólo se les puede dar una denominación de origen en algunos casos que se les quiera dar exclusividad. Sin embargo, debido a la creciente variedad de fórmulas y recetas para elaborar bebidas, estas sí pueden ser patentadas.

Una patente es precisamente un privilegio que le otorga el Estado al titular de la patente para que por un periodo determinado se explote su creación. La patente tiene la garantía de que su actividad estará protegida durante 20 años y será el único en explotarla. Esta vigencia se empezara a contabilizar a partir de la fecha de solicitud de patente, siempre y cuando se cumpla con el pago de las tasas de mantenimiento anuales.

Para la solicitud de patente es necesario presentar:

- 1.- Solicitud debidamente llenada y firmada, en cuatro tantos.
- 2.- Comprobante del pago de la tarifa. Original y 2 copias.
- 3.- Descripción de la invención (por triplicado).
- 4.- Reivindicaciones (por triplicado).
- 5.- Dibujo (s) Técnico (s) (por triplicado), en su caso.
- 6.- Resumen de la descripción de la invención (por triplicado).

Realizar todo el proceso de registro de una patente, cuyo alcance es territorial, es decir, únicamente para México, es de 3 a 5 años, y el costo de una solicitud de patente nacional es de \$7, 577. 39³¹

5.7 NOMS

La Norma Oficial Mexicana bajo la que se rige el producto de la empresa denominado JuGreco es la NOM-051-SCFI/SSA1-2010, la cual contiene las especificaciones generales de etiquetado para alimentos y bebidas no alcohólicas pre-ensados.

³¹ (Club Planeta, 2013)

Esta Norma Oficial Mexicana tiene por objeto establecer la información comercial y sanitaria que debe contener el etiquetado de los alimentos y bebidas no alcohólicas pre-ensadas de fabricación nacional o extranjera, así como determinar las características de dicha información.

También esta Norma Oficial Mexicana se complementa con las siguientes normas vigentes:

NOM-002-SCFI-1993,	Productos preensados-Contenido neto-Tolerancias y métodos de verificación, publicada en el DOF el 13 de octubre de 1993.
NOM-008-SCFI-2002,	Sistema General de Unidades de Medida, publicado en el DOF el 27 de noviembre de 2002.
NOM-030-SCFI-2006,	Información comercial-Declaración de cantidad en la etiqueta-especificaciones, publicada en el DOF el 6 de noviembre de 2006.
NOM-043-SSA2-2005,	Servicios básicos de salud. Promoción y educación para la salud en materia alimentaria. Criterios para brindar orientación, publicada en el DOF el 23 de enero de 2006.
NOM-086-SSA1-1994	Bienes y servicios – Alimentos y bebidas no alcohólicas con modificaciones en su composición. Especificaciones nutrimentales, publicada en el DOF el 26 de junio de 1996.

Con las NOMs mencionadas anteriormente se registraría el etiquetado del producto, teniendo en cuenta estas consideraciones se formulara la etiqueta que cumpla con todos los lineamientos exigidos por la Secretaría de Salud.

5.8 Régimen Aduanero

El régimen de exportación que se emplearía en el caso de que en algún momento se pudiera tener la capacidad para cumplir con los volúmenes requeridos, sería:

Régimen de exportación definitiva. Que consiste en la salida del producto del territorio nacional con el propósito de que sea consumido por el usuario final. Ello quiere decir que su estancia del producto en el otro país será definitiva.

En el caso de que se exportara sería a través de una Agencia Aduanal, aunque con la nueva reforma permitiría que se realizara el trámite por cualquier otra persona capacitada para realizar el despacho.

CAPÍTULO 6.- COMPROMISO SOCIAL

JuGreco surge de la necesidad de concientizar a la gente acerca de la importancia del cuidado de su salud. Este proyecto, que dio inicio a partir de buscar solucionar un problema, que busca mejorar el hábito alimenticio; cada uno de los miembros del equipo aportó ideas y diferentes puntos de vista.

Uno de los principales objetivos en este proyecto era que cada uno de los integrantes demostrara sus habilidades, que son competentes, comprometidos con lo que están haciendo y realizando. Al conseguir esto, se determinó que uno de los problemas más importantes que hoy en día afecta a la sociedad es la mala alimentación, especialmente en las bebidas.

Es importante para JuGreco ofrecer productos de alta calidad, razón por la cual toda la materia prima que se utiliza para la preparación del jugo es cien por ciento natural, ya que utilizamos frutas y vegetales para su elaboración, sin incluir azúcares procesados ni colorantes artificiales. Así mismo, buscamos proveedores locales para apoyar el cultivo nacional, a excepción de la semilla del fenogreco.

Lo que se pretende lograr con este jugo es crear un hábito en los consumidores sobre lo que se puede lograr consumiendo una bebida funcional que te pueda ayudar en el bienestar de la salud.

La empresa generará siete empleos directos y ayudará a generar otros que entren a la empresa de forma indirecta, ya que son por medio de outsourcing.

Nuestro compromiso social también va dirigido a nuestro personal, por lo que nuestra plantilla laboral es de siete personas, se les da suma importancia y atención. El trato hacia ellos es de respeto y solidaridad. Su salario es estimable y supera el salario mínimo que suelen dar otras empresas. También, las

condiciones laborales cumplen con todos los requisitos necesarios para un desempeño laboral seguro y sin riesgos a su persona.

En cuanto al trato con proveedores y clientes, éste es equitativo y de un alto compromiso por lograr un comercio justo para todas las partes. Esto es, pagos puntuales y completos, así como entrega de mercancía en tiempo y forma para la disponibilidad del producto.

La empresa JuGreco desde sus inicios pretende fomentar un ambiente de trabajo en armonía en el cual todos se traten con respeto y no exista discriminación alguna. Para con el municipio en el que se encuentre ubicada, se formara un fondo para el fomento de actividades que beneficien a la comunidad en general. De esta manera la empresa se mantendrá siempre preocupada por lo que suceda a su alrededor y por la generación de obras positivas en la comunidad, teniendo siempre en claro que el personal de la empresa será siempre lo más importante.

Sin duda, la empresa trabajara siempre bajo este parámetro pues más que nada ello es el corazón de JuGreco, S.A. de C.V. y formara parte de sus valores que la caracterizan y con los cuales se encuentre comprometida a cumplir.

REFERENCIAS

ANEXOS

Anexo 1.2.1 Mayor Tasa Pasiva del Mercado

The screenshot shows the 'Beneficios' (Benefits) section for 'Inversión Azteca' on the Banco Azteca website. The page lists several key benefits:

- Tu dinero **siempre disponible**.
- Puedes elegir el plazo** que más te convenga desde 30 hasta 360 días.
- Taza de **6% anual**.
- Permite realizar **depósitos adicionales**.
- Aplica cobro de ISR a partir de un monto de Inversión mayor a \$118,187.

Additionally, it mentions a contest: "Además **participas en el concurso de 1 millón de pesos** cada 13 semanas. Por cada peso, obtienes un boleto para participar con saldo promedio mayor a \$1,000."

At the bottom of the page, there is a footer with logos for various partners and the text: "Derechos Reservados Banco Azteca 2013 (Términos y Condiciones de uso del Portal)".

1.

Anexo 1.2.2 Tasa del Bono Americano.

The screenshot shows the 'BONO AMERICANO 10 AÑOS' page on 'elEconomista.es'. The current price is 2,84, with a variation of +1,90% (+0,05) as of 04-Sep-13. A line graph shows the yield curve for the bond, and a table provides comparative data.

Tipo	Último (4/09)	Anterior (3/09)	Variación	Variación %
Bono americano 2 años	0,46%	0,00%	+0	-1,70%
Bono americano 3 años	0,77%	0,00%	+0	+3,31%
Bono americano 5 años	1,60%	0,00%	+0	-2,08%
Bono americano 10 años	2,84%	0,00%	+0	-1,90%
Bono americano 15 años	3,41%	0,00%	+0	-2,26%
Bono americano 30 años	3,79%	0,00%	+0	-1,54%

Additional statistics for the 10-year bond:

ESTADÍSTICAS	Anterior	Valor
Anterior	0,00%	
Máximo 52 semanas	0,00%	
Mínimo 52 semanas	0,00%	

2.

Anexo 1.2.3 Spread Bono Mexicano

3.

The screenshot shows the Investing.com website with the title "Spread del Bono Gubernamental a 10-Años". It features a table with columns for Country, Yield, Maximum, Minimum, Change, and percentage change. A line chart on the right shows the spread over time. Below the table is a promotional banner for "INVIERTA POR INTERNET ACCIONES" with a "INICIA ADESSO" button.

País	Rendimiento	Máximo	Mínimo	Var.	Var %	Vs. Bund	Vs. T-Note	Hora
Alemania	1.932	1.955	1.918	-0.012	-0.57%	0.0	-93.3	9:13:53
Australia	4.029	4.053	4.011	-0.008	-0.20%	209.7	116.4	9:11:21
Austria	2.365	2.393	2.344	-0.024	-1.00%	43.3	-50.0	9:13:52
Bélgica	2.786	2.810	2.770	-0.014	-0.50%	85.4	-7.9	9:14:11
Brasil	12.140	12.150	12.140	0.020	0.17%	1,020.8	927.5	9:01:40
Bulgaria	3.900	3.900	3.900	-0.028	-0.71%	196.8	103.5	2:44:28
Canadá	2.68	2.74	2.63	-0.00	-0.11%	74.8	-18.5	9:12:51
Chile	5.29	5.30	5.28	0	0%	335.8	242.5	7:16:48
China	4.07	4.11	3.98	0.06	1.50%	213.8	120.5	7:01:11
Colombia	7.42	7.45	7.36	0.00	0.00%	548.3	455.0	03:09
Corea del Sur	3.64	3.68	3.61	0.04	1.11%	170.8	77.5	5:55:14
Croacia	5.295	5.297	5.274	-0.003	-0.06%	336.3	243.0	9:13:56
Dinamarca	2.140	2.165	2.126	-0.019	-0.88%	20.8	-72.5	9:13:42
Egipto	16.55	16.55	16.55	0.00	0.00%	1,461.8	1,368.5	2:02:52
Eslovenia	6.72	6.79	6.72	-0.05	-0.68%	479.0	385.7	7:02:39
España	4.507	4.532	4.468	0.024	0.54%	257.5	164.2	9:13:42
Estados Unidos	2.865	2.884	2.847	0.002	0.07%	93.3	0.0	9:13:53
Federación Rusa	7.660	7.750	7.660	-0.020	-0.26%	572.8	479.5	8:25:28
Filipinas	3.78	3.78	3.76	0.00	0.00%	182.4	80.1	7:00:46

Anexo 1.2.4 Tasa de Inflación anual

4.

The screenshot shows the website of the Banco de México. It features a navigation menu with categories like "POLÍTICA MONETARIA E INFLACION" and "SISTEMA FINANCIERO". The main content area includes "ACERCA DEL BANCO DE MÉXICO", "INFLACIÓN" (with a table of indicators), "NOTICIAS" (with recent news items), and "PRINCIPALES INDICADORES".

INDICADOR	VALOR
Inflación anual (Jul. 2012-Jul. 2013, %)	3.00
Objetivo de Inflación	3.00
Intervalo de variabilidad porcentual	±1 punto
Inflación *	3.47
Inflación subyacente *	2.50
Inflación mensual (Jul. 2013, %)	-0.03
Inflación *	0.03
Inflación subyacente *	0.03
UDIS (03/09/2013)	4.954173

Anexo 1.2.5 Estandars & Poors 500

5.

The screenshot shows the Yahoo Finance page for the S&P 500 index. It includes a performance chart, a table of related indices, and a summary of the index's performance. The S&P 500 is currently at 1,639.77, with a 1-year return of 16.58%.

INDEX NAME	PRICE	1 YR ANN. RETURNS
S&P 500	1,639.77	16.58%

Anexo 1.7.1 FUENTES DE RECLUTAMIENTO

ZONA JOBS:



<https://www.zonajobs.com.mx/postulante/welcome.do>

BUMERAN:



<http://www.bumeran.com.mx/empleos-en-distrito-federal.html>

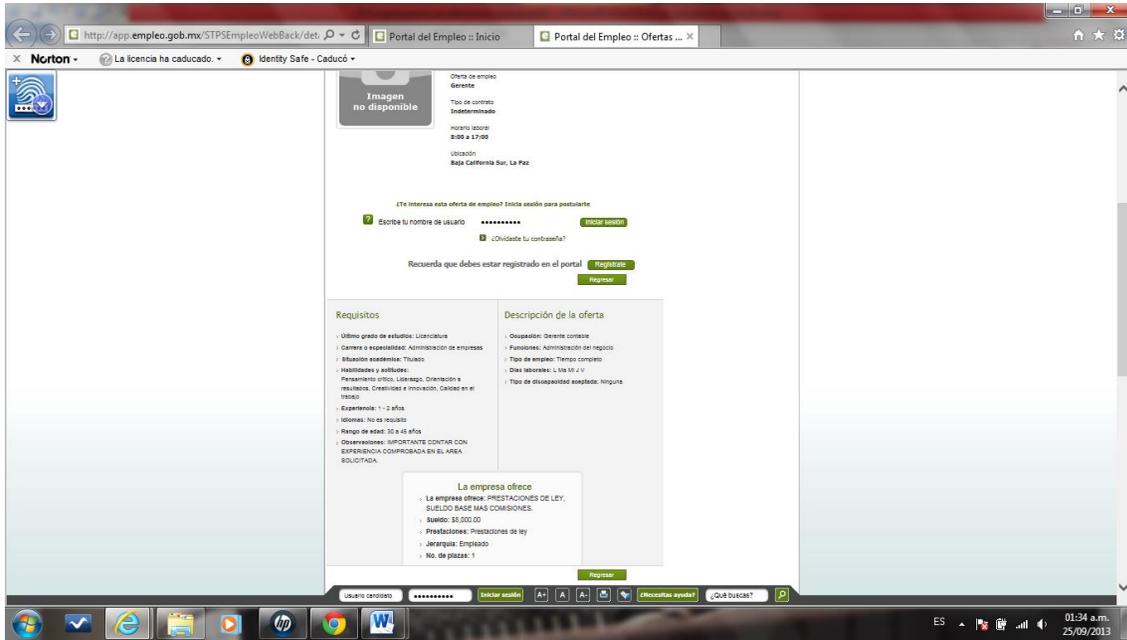
PORTAL DEL EMPLEO:



<http://www.empleo.gob.mx/>

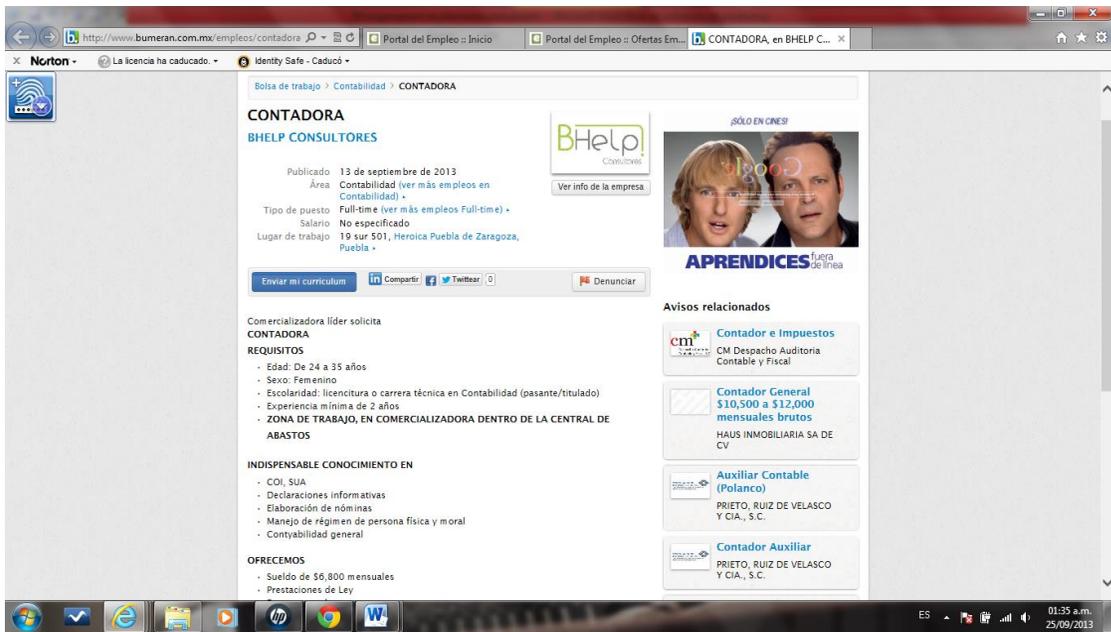
Anexo 1.7.2 FUENTES PARA DETERMINAR EL PRESUPUESTO DEL PERSONAL

Gerente:



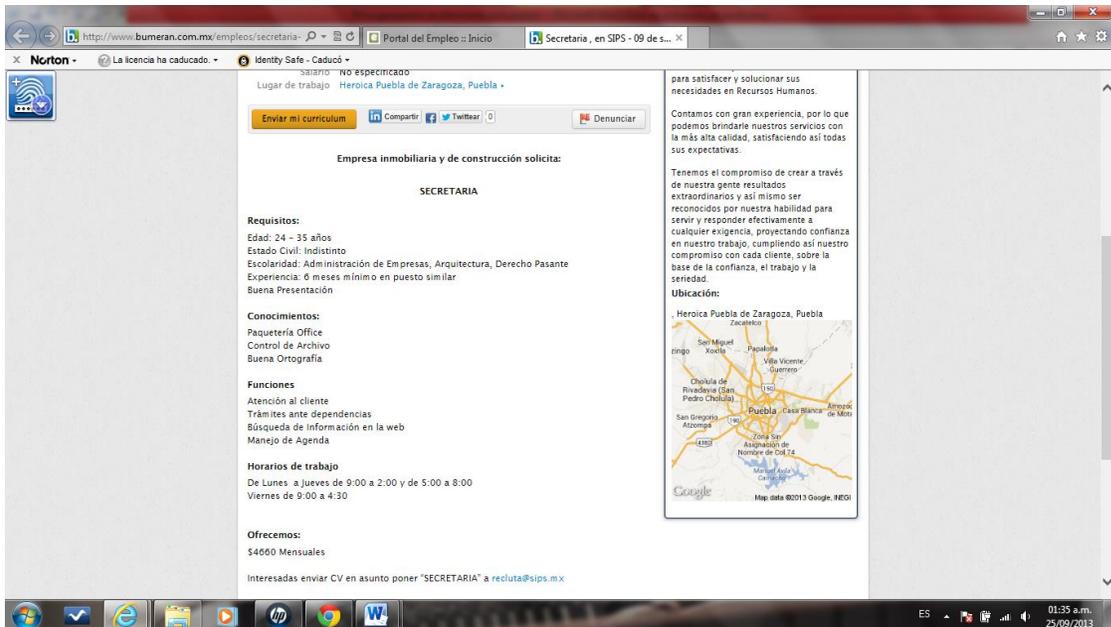
http://app.empleo.gob.mx/STPSEmpleoWebBack/detalleoferta.do?method=init&id_oferta_empleo=837462

Contador:



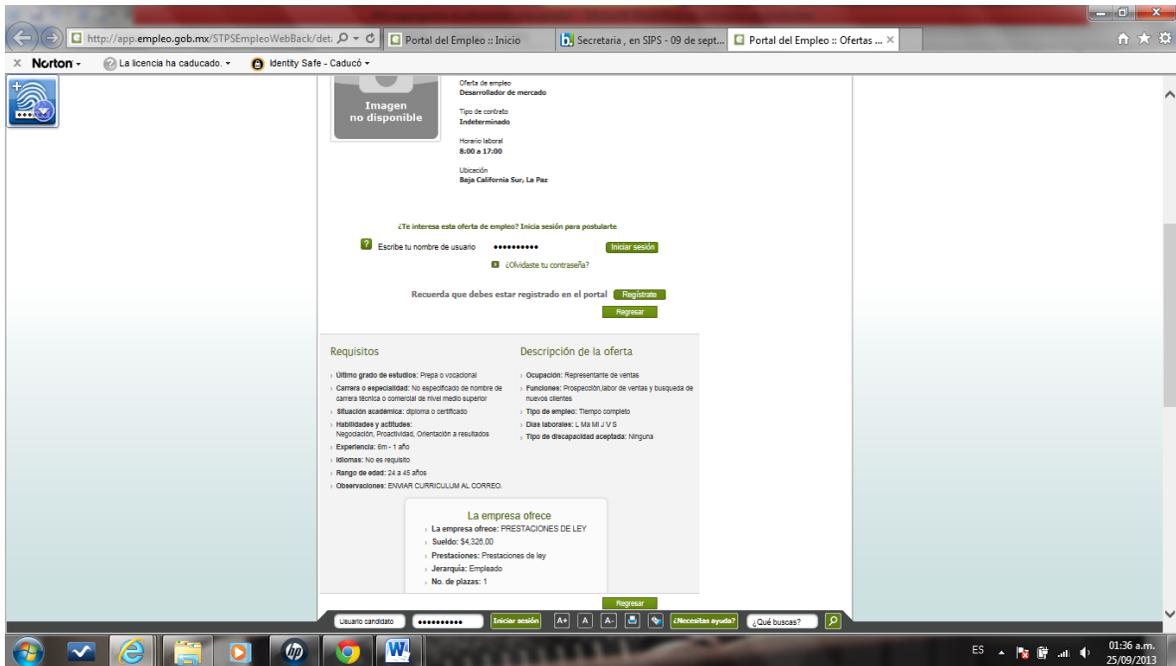
<http://www.bumeran.com.mx/empleos/contadora-bhelp-consultores-1001266238.html>

Secretaria:



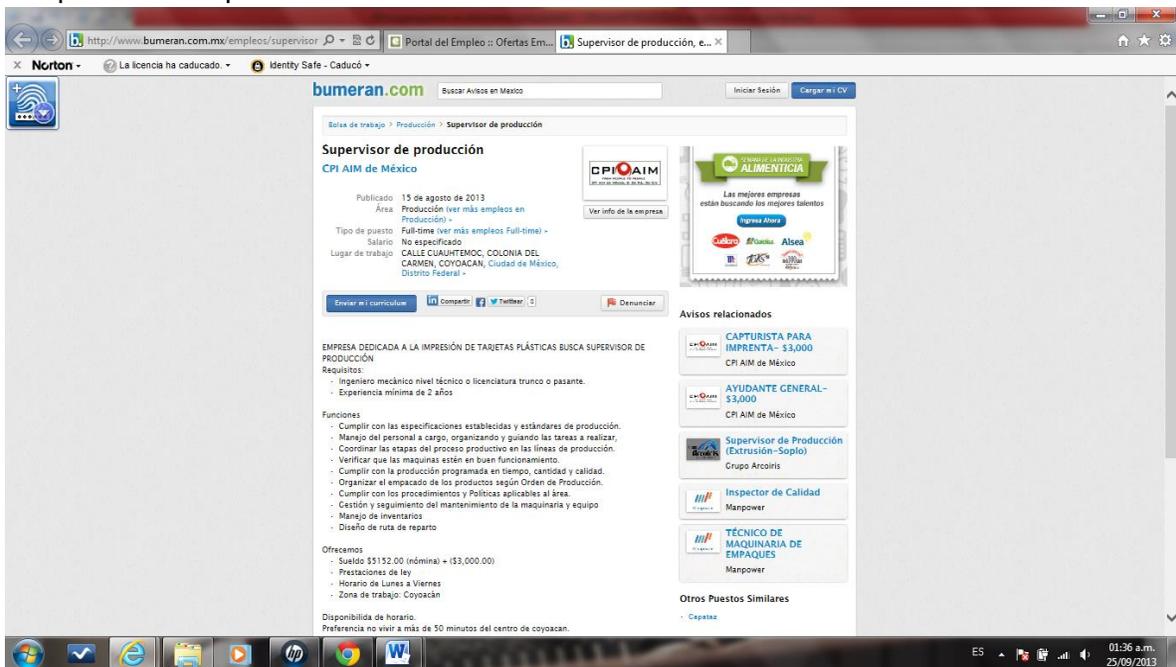
<http://www.bumeran.com.mx/empleos/secretaria-sips-1001254891.html>

Mercadotecnia:



http://app.empleo.gob.mx/STPSEmpleoWebBack/detalleoferta.do?method=init&id_oferta_empleo=833751

Responsable de producción:



<http://www.bumeran.com.mx/empleos/supervisor-de-produccion-cpi-aim-de-mexico-1001202926.html>

ACTA CONSTITUTIVA

ESCRITURA NÚMERO-----VOLUMEN NÚMERO-----
 EN LA CIUDAD DE PUEBLA -----, ESTADO DE PUEBLA----- siendo las -----horas, del
 día-----de-----de-----

----- Notario o Corredor Público en Ejercicio, Titular de la Notaría
 -----de este Distrito Judicial, hago constar: La constitución formal de la sociedad mercantil
 denominada: "JUGRECO", **SOCIEDAD ANÓNIMA DE CAPITAL VARIABLE**.-----

-----Con apego a lo establecido en la Ley
 General de Sociedades Mercantiles y las disposiciones que por Decreto Presidencial se publicaron
 en el Diario Oficial de la Federación, el día siete de mayo de mil novecientos noventa y tres para la
 Constitución de Empresas Integrado-ras, así como el Decreto que modifica al diverso que promueve
 la organización de empresas integradoras. publicado el día treinta de mayo de mil novecientos
 noventa y cinco en el Diario Oficial de la Federación.-----

-----En el que
 comparecen como:-----

S O C I O S F U N D A D O R E S

1. OSCAR SÁNCHEZ JUÁREZ
2. CARLOS GABRIEL VARELA SALGADO
3. OMAR ROSAS TREJO

Los nombrados comparecientes:-----
 en sus respectivos caracteres de Presidente y Secretario del Consejo de Administración de la Sociedad Mercantil
 Denominada -----**SOCIEDAD**
ANÓNIMA DE CAPITAL VARIABLE, dijeron: Que habiendo determinado constituir la Sociedad Mercantil que en esta
 escritura se formaliza, se gestionó y obtuvo de la Secretaría de Relaciones Exteriores el permiso correspondiente que a
 continuación se transcribe:-----

PERMISO DE LA SECRETARÍA DE RELACIONES EXTERIORES

Al margen superior izquierdo un sello impreso con el Escudo Nacionalidad que a la letra dice: SECRETARÍA DE RELACIONES
 EXTERIORES.- Al margen superior derecho: Permiso ----- Expediente ----- Folio-----
 ----- En atención a la solicitud presentada por el (la) C. -----
 ----- esta Secretaría concede el permiso para constituir una S.A. DE C.V., bajo
 la denominación -----JuGreco,-----

----- S.A. DE C.V, Este permiso, quedará
 condicionado a que en los estatutos de la sociedad que se constituya, se inserte la cláusula de
 exclusión de extranjeros o el convenio previsto en la fracción I del Artículo 27 Constitucional, de
 conformidad con lo que establecen los artículos 15 de la Ley de Inversión Extranjera y 14 del
 Reglamento de la Ley de Inversión Extranjera y del Registro Nacional de inversiones Extranjeras. El
 interesado deberá dar aviso del uso de este permiso a la Secretaría de Relaciones Exteriores dentro
 de los seis meses siguientes a la expedición del mismo, de conformidad con lo que establece el
 artículo 18 del Reglamento de la Ley de Inversión Extranjera y del Registro Nacional de Inversiones
 Extranjeras. Este permiso quedará sin efectos si dentro de los noventa días hábiles siguientes a la
 fecha de otorgamiento del mismo, los interesados no acuden a otorgar ante fedatario público el
 instrumento correspondiente a la Constitución de que se trata, de conformidad con lo que establece
 el artículo 17 del Reglamento de la Ley de Inversión Extranjera y del Registro Nacional de Inversiones

Extranjeras; asimismo, se otorga sin perjuicio de lo dispuesto por el artículo 91 de la Ley de la Propiedad Industrial. Lo anterior se comunica con fundamento en los artículos: 27, fracción I de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 28, fracción V de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal; 15 de la Ley de Inversión Extranjera y el 13, 14 y 18 del Reglamento de la Ley de Inversión Extranjera y del Registro Nacional de Inversiones Extranjeras. PUEBLA, PUE., a 02 de abril de 2003, EL DELEGADO -----Una firma ilegible.- Al margen superior izquierdo un sello que dice: SECRETARÍA DE RELACIONES EXTERIORES, DELEGACIÓN PUEBLA ARTÍCULO 27 _____ IDENTIFICACIÓN Y PREVENCIÓNES DE LEY -----

YO EL NOTARIO O CORREDOR PÚBLICO, HAGO CONSTAR: Que los socios fundadores cuyas generales serán especificadas más adelante se identificaron ante mí, y los previne sobre las penas en que incurre quienes declaran falsamente bajo protesta de decir verdad, manifestaron que tanto ellos como sus respectivas representadas, tener capacidad legal para contratar y obligarse de lo que Doy Fe, así como de conocerlos personalmente e interrogados con respecto del impuesto federal sobre la renta, declararon que ellos como sus respectivas representadas, están al corriente en el pago del impuesto federal sobre la renta,-----

Acto seguido, manifestaron que la sociedad que hoy constituyen se registrá por los estatutos sociales siguientes:

-----E S T A T U T O S-----

-----DENOMINACIÓN-----

PRIMERO.- La sociedad se denominará: _____ que irá seguida de las palabras SOCIEDAD ANÓNIMA DE CAPITAL VARIABLE o de sus abreviaturas S.A. DE C.V. ----- DOMICILIO -----

SEGUNDO.- El domicilio de la sociedad será, en la calle No. ----- Col.----- C.P.-----, de esta Ciudad de -----, sin perjuicio de su derecho a establecer agencias o sucursales en otros lugares de la República Mexicana o del extranjero y de pactar domicilios convencionales para actos determinados, sin que se entienda cambiado su domicilio social.-----

-----DURACIÓN-----

TERCERO.- La duración del pacto social será de-----, contados a partir de la fecha de la escritura, por lo que concluirá legalmente en el año -----

-----OBJETO SOCIAL-----

CUARTO.- La sociedad tendrá por objeto social preponderante la prestación de servicios especializa dos de apoyo a la micro, pequeña y mediana empresa asociada. -----

----- A.- Por cuenta y orden de sus socios:-----

I. Conjuntar a los socios para que puedan obtener un mejoramiento económico y social, optimizando en su beneficio las condiciones para comprar, distribuir, transportar y vender todo tipo de mercancías lícitas.

II. Proporcionar a sus socios algunos de los siguientes servicios: tecnología, promoción y comercialización, diseño, subcontratación de productos y procesos industriales, promover la obtención del financiamiento, adquisición de materias primas, insumos, activos y tecnología en común; en condiciones favorables de precio, calidad y oportunidad de entrega, así como de otros servicios que se requieran para el óptimo desempeño de las empresas asociadas. -----

III. Organizar a los grupos interesados, para promover la creatividad para alcanzar la calidad del servicio.

IV. Desarrollar, de manera permanente, el asesoramiento y la capacitación a favor de los socios, que les permita mejorar su competitividad en los mercados internos y de exportación.

V. Gestionar y concertar los financiamientos a efecto de favorecer el equipamiento y modernización de las empresas asociadas.-----

VI. Realizar las gestiones necesarias favorables a sus socios, para obtener de las autoridades federales, estatales y municipales con los apoyos y beneficios que de acuerdo con sus facultades puedan otorgar. -----

VII. Proporcionar a los socios servicios de tipo administrativo, contable, fiscal, jurídico, informático, de formación y capacitación empresarial.-----

VIII. Promover ante la Banca de Fomento y Desarrollo el diseño de programas, con intereses y condiciones preferenciales que den apoyo a los socios, -----

IX. Otorgar a todos los socios los servicios e información que se requieran para el logro de los objetivos de la sociedad-----

X. La elaboración de estudios y proyectos técnicos y económicos necesarios para la realización de su objeto social-----

XI. Celebrar actos y contratos a nombre y por cuenta de los socios, relacionados con el objeto de la misma. -----

XII. A nombre y por cuenta de los socios adquirir, enajenar, dar y recibir, en arrendamiento, toda clase de bienes muebles e inmuebles necesarios para el logro de los fines sociales.
-----B.- Propios de su actividad:-----

XIII. No participar de manera directa ó indirecta en el capital social de sus asociadas. -----

XIV. Otorgar toda clase de garantías, reales o personales, constituir hipotecas y otorgar fianzas y avales.-----

XV. Emitir, aceptar, suscribir, endosar y en cualquier forma, comerciar con documentos, títulos de Crédito o instrumentos negociables.-----

XVI. La obtención de permisos, concesiones, franquicias, nombres y avisos comerciales que sean necesarios para la consecución de los fines sociales.-----

XVII. La celebración de toda clase de actos y contratos de naturaleza civil o mercantil necesarios para el desarrollo de los objetos sociales -----

XVIII. La adquisición, enajenación, y en general, la negociación con todo tipo de acciones, partes sociales, y de cualquier título permitido por la Ley, -----

XIX. Establecer agencias o sucursales en cualquier lugar de la República o del Extranjero. -----

XX. El desempeño de toda clase de comisiones y representaciones y la celebración de toda clase de actos y contratos que permitan una ganancia lícita.-----

XXI. La defensa de los Intereses y derechos de los miembros de la sociedad personas físicas o morales.

XXII. La celebración de convenios, contratos o de cualquier acto jurídico, con particulares o personas morales privadas u oficiales, e instituciones de Gobierno Federal, Estatal o Municipal, centralizadas o descentralizadas, tendentes a las realizaciones de sus fines. -----

XXIII. La adquisición de bienes muebles o inmuebles, indispensables para la realización de sus fines.

XIV. Organizar todo tipo de eventos que redunden en la elevación del nivel socio-cultural de sus miembros de la sociedad

QUINTO.- Las empresas asociadas deberán, además, ser usuarias de los servicios que preste la integradora con Independencia de que estos servicios se brinden a terceras personas hasta por un 10% del total de los Ingresos de la empresa integradora.

EXTRANJERÍA

SEXTO.- Conforme a lo estipulado en la Ley de inversiones Extranjeras.

CAPITAL SOCIAL Y ACCIONES

SÉPTIMO.- La sociedad tendrá un capital social mexicano y estará representado por acciones de la Serie "A" por los socios fundadores y de la Serie "B" por personas físicas o morales mexicanas.

OCTAVO.-El capital de la sociedad es variable, representado por acciones nominativas, ordinarias, con valor de \$ (,MONEDA NACIONAL), cada una, amparadas, por títulos de la Serie "A" o Mexicana, relativas al capital que representa la inversión mexicana y títulos de la Serie "B" o suscripción libre, correspondientes al capital que representa la libre suscripción.

El capital mínimo fijo sin derecho a retiro es la cantidad de \$ (PESOS, CERO CENTAVOS, MONEDA NACIONAL) representado por ACCIONES de las cuales todas se encuentran íntegramente suscritas y pagadas, y el restante pagaderas dentro del término de cinco años contados a partir de la suscripción de las mismas, amparadas por títulos de la Serie "A" o Mexicana, y en su caso, la Serie "B" o de Libre Suscripción.

El capital autorizado será por cantidad limitada. El capital será susceptible de aumentar por aportaciones posteriores de los accionistas, admisión de nuevos socios, capitalización de reservas o utilidades de la sociedad. El capital podrá disminuir por retiro parcial o total de las aportaciones. Los aumentos y las disminuciones se realizarán de acuerdo con lo estipulado en este capítulo y con las disposiciones aplicables del capítulo octavo de la Ley General de Sociedades Mercantiles.

Todo aumento o disminución del capital social requiere de una resolución tomada por la Asamblea General Extraordinaria de Accionistas, y el aumento o disminución deberá inscribirse en el Libro de Registro de Variaciones de Capital que la sociedad deberá llevar conforme a lo dispuesto por el artículo doscientos diecinueve de la Ley de Sociedades Mercantiles.

NOVENO.- Las acciones en que se divide el capital social estarán representadas por títulos emitidos en colores diferentes para distinguir y amparar a las acciones de la Serie "A" o Mexicana y Serie "B" o de Libre Suscripción; en tanto se emitan o entregan a los accionistas los títulos definitivos, la sociedad podrá expedir certificados provisionales que amparen las acciones en que esté dividido el capital social que servirán para acreditar y transmitir la calidad y los derechos de socio, que serán siempre nominativos y que deberán canjearse por los títulos nominativos dentro de los trescientos sesenta y cinco días siguientes contados a partir de la constitución de la sociedad o de cualquier cambio que sufra el capital social.

Los certificados provisionales y los títulos definitivos podrán amparar cualquier número de acciones, satisfarán los requisitos establecidos en el artículo ciento veinticinco de la Ley General de Sociedades Mercantiles, contendrán el texto íntegro del artículo quinto de estos estatutos sociales y llevarán la firma de cualesquiera dos miembros del Consejo de Administración, pero siempre consignando las firmas de un consejero de la Serie "A" o Mexicana y otro de la Serie "B" o de Libre Suscripción, para el caso de

que se encuentren suscritas acciones de la Serie "B". La firma de los consejeros podrá ser un facsímil, si así lo autorizare el Consejo de Administración, y siempre que en su caso los originales de las firmas respectivas se depositen en el Registro Público de Comercio del domicilio de la sociedad. En caso de que algún accionista desee transmitir sus acciones, se requerirá la autorización previa del Consejo de Administración, anexando a su petición las condiciones para la transmisión de sus acciones, gozando en todo caso del derecho de preferencia, los accionistas de la Serie correspondiente, el Consejo de Administración, notificará sus decisiones dentro de los diez días hábiles siguientes a la recepción de la solicitud.-----

----- **DÉCIMO.**- La sociedad contará con un Libro de Registro de Acciones que podrá ser llevado por la propia sociedad o por una Institución de Crédito como agente de registrador por cuenta y a nombre de la sociedad, libro en el que se inscribirán todas las operaciones de suscripción, adquisición o transmisión de que sean objeto las acciones representativas del capital social, dentro de los noventa días siguientes a la fecha en que se efectúen dichas transmisiones, con expresión del suscriptor o poseedor anterior y del cesionario o adquirente.-----

----- **DÉCIMO PRIMERO.**- La sociedad considerará como la dueña de las acciones representativas del capital social la persona registrada como tai en el Libro de Registro de Acciones a que se refiere el artículo noveno. Todas las acciones tendrán valor nominal, y conferirán a sus poseedores iguales derechos y obligaciones.-----

----- **DÉCIMO SEGUNDO.**- En caso de aumento de capital social mediante nuevas aportaciones, los tenedores de acciones tendrán derecho preferente para suscribir las nuevas acciones de su serie que se emitan, en proporción, al número de acciones de que sean tenedores al momento de ejercer su derecho. Los accionistas deberán de ejercer su derecho de preferencia dentro del término y bajo las condiciones que fije para tal objeto la asamblea general extraordinaria que acordase el aumento del capital, pero el término no podrá ser menor de quince días, los cuales se computarán a partir de la fecha de publicación en el Diario Oficial de la Federación o en el periódico de mayor circulación; en caso de que después de la expiración del plazo durante el cual los accionistas debieran ejercer los derechos de preferencia que se les otorgan en este capítulo, aún quedaran sin suscribir algunas acciones. El Consejo de Administración, en su caso, colocará tales acciones para su suscripción y pago, a condición de que, en todo caso, las personas físicas o las morales estén capacitadas para suscribirlas y adquirirlas de acuerdo con lo dispuesto por los artículos sexto y séptimo de estos estatutos, y siempre y cuando las acciones de que se trate sean ofrecidas para su suscripción y pago en términos y condiciones que no sean favorables ce aquellos en que hubieren sido ofrecidas a los accionistas de la sociedad. -----

-----En caso de que el Consejo de Administración no colocase las acciones que no hubieren sido suscritas conforme al primer párrafo de este artículo, serán canceladas y se reducirá el capital social proporcionalmente, en la parte que corresponda a dichas acciones no suscritas.----

.....**DÉCIMO TERCERO.**- REDUCCIÓN DE CAPITAL- La reducción del capital social se efectuará por amortización de acciones íntegras, mediante reembolso a los accionistas. La designación de las acciones afectadas a la reducción se hará por acuerdo unánime de los accionistas, o en su defecto, por sorteo ante Notario o Corredor Público -----

-----En ese caso, hecha la designación de las acciones, se publicará un aviso en el Diario Oficial de la Federación, y el importe del reembolso quedará desde esa fecha a disposición de los accionistas en las oficinas de la sociedad sin devengar interés alguno-----

-----No obstante lo anterior, en caso de reducción del capital social, para amortizar pérdidas de la sociedad, bastará la resolución de una Asamblea Extraordinaria de Accionistas debidamente convocada para este propósito.-----

.....**DÉCIMO CUARTO.**-La sociedad podrá amortizar acciones con utilidades, en cuyo caso se llenarán los requisitos que fija el artículo ciento treinta y seis y demás relativas de la Ley General de Sociedades Mercantiles. Los títulos de las acciones amortizadas quedarán anuladas y en su lugar

podrán emitirse acciones de goce -----

----- **DÉCIMO QUINTO.**- La participación de cada una de las empresas asociadas no podrá exceder de 30 por ciento del capital social de las empresas integradoras

----- **DÉCIMO SEXTO.**- Podrán participar en el capital de las empresas integradoras las instituciones de la banca de desarrollo, el Fondo Nacional de Empresas de Solidaridad y, en general, cualquier otro socio, siempre y cuando la participación de las empresas integradas represente por lo menos un 75% del capital social de la integradora. -----

----- **DE LOS SOCIOS FUNDADORES** -----

----- **DÉCIMO SÉPTIMO.**- Los socios que ingresen a la sociedad al momento de su constitución, así como aquellos que ingresen en un periodo de tres meses contados a partir de la firma del acta constitutiva de la sociedad, serán considerados FUNDADORES y pagan por cada acción la cantidad de \$-----mil pesos 00/100, MONEDA NACIONAL.-----

----- **ASAMBLEA DE ACCIONISTAS** -----

----- **DÉCIMO OCTAVO.**- La -asamblea General de Accionistas es el órgano supremo de la sociedad. Las asambleas generales de accionistas son ordinarias o extraordinarias, todas se celebrarán en el domicilio social, salvo caso fortuito o causa de fuerza mayor. Las que se reúnan para tratar cualesquiera de los asuntos a que se refiere el artículo ciento ochenta y dos de la Ley General de Sociedades Mercantiles, serán asambleas generales extraordinarias de accionistas, todas las demás serán asambleas generales ordinarias de accionistas.-----

----- **DÉCIMO NOVENO.**- La Asamblea General Ordinaria de Accionistas se reunirá por lo menos una vez al año dentro de los cuatro meses siguientes a la clausura del ejercicio social. Además de los asuntos incluidos en el Orden del Día y los asuntos mencionados en el artículo ciento ochenta y uno de la Ley General de Sociedades Mercantiles, la Asamblea General Ordinaria Anual tendrá por objeto informar a los accionistas sobre los Estados Financieros y el correspondiente Estado de Resultados, del ejercicio social inmediato anterior, de la sociedad o sociedades en que la sociedad sea titular de la mayoría de las acciones o partes sociales, cuando el valor de adquisición total de las acciones o partes sociales de cada una de las sociedades de que se trate haya excedido del veinte por ciento del capital social de la sociedad al cierre de su ejercicio social; las asambleas generales ordinarias y extraordinarias serán convocadas por el Administrador Único, Consejo de Administración, por su Presidente o por el Secretario de la sociedad; también a solicitud de accionistas que representen por lo menos el treinta y tres por ciento del capital social o de un accionista, en los términos de los artículos ciento ochenta y cuatro y ciento ochenta y cinco de la Ley General de Sociedades Mercantiles, respectivamente, o por los comisarios, de acuerdo con la fracción sexta del artículo sesenta y seis de dicha Ley. -----

----- **VIGÉSIMO.**- Las convocatorias para Asambleas de Accionistas serán publicadas en el periódico oficial de la entidad en el domicilio social y en cada uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio social, cuando menos quince días naturales antes de la fecha fijada para la Asamblea. Las convocatorias señalarán el lugar, día y hora en que la Asamblea deba tener verificativo, contendrán la Orden del Día e irán firmadas por quien las haga: No será necesaria la convocatoria cuando el momento de la votación esté representada la totalidad de las acciones.-----

----- **VIGÉSIMO PRIMERO.**- Los accionistas podrán estar representados en las Asambleas por un apoderado con Poder General o Poder Especial, o por un apoderado designado por escrito. Para ser admitidos en las Asambleas, los accionistas deberán encontrarse debidamente inscritos en el Libro de Registros de Acciones que la sociedad deberá llevar conforme a lo establecido en el artículo noveno de estos estatutos. Todos los accionistas que vayan a concurrir a la correspondiente Asamblea, deberá solicitar al Secretario del Consejo de Administración o al Secretario de la sociedad durante el último día hábil que proceda al de la Asamblea, la tarjeta de admisión de la misma-----

----- Sin embargo, podrá acudir con la sola presentación de sus acciones o de los títulos representativos; los accionistas no podrán hacerse representar por los consejeros o los comisarios de la sociedad.-----

----- **VIGÉSIMO SEGUNDO.**- Las Asambleas Ordinarias y Extraordinarias de Accionistas serán presididas por el Administrador Único o el Presidente del Consejo de Administración; en ausencia de éste último, por cualquiera otro de los Consejeros que designe la Asamblea, pero siempre este nombramiento recaerá en un Accionista o Consejero designado de la Serie "A". -----

-----El Secretario de la sociedad actuará como Secretario de las Asambleas de Accionistas; en su ausencia, lo hará la persona designada por la Asamblea. El Presidente nombrará dos escrutadores entre los accionistas, uno, representativo de las Acciones de la Serie "A" y el otro representativo de las Acciones de la Serie "B", para que determinen si existe o no el quórum legal y para que cuenten los votos emitidos, si esto último fuere solicitado en la Asamblea.-----

-----**VIGÉSIMO TERCERO.**- Las Asambleas Ordinarias de Accionistas se considerarán legalmente instaladas en primer convocatoria, si se encuentra representado cuando menos el cincuenta por ciento del capital social; en caso de segunda o ulterior convocatoria, las Asambleas Extraordinarias se considerarán legalmente instalada, en primera convocatoria, si está representado cuando menos el setenta y cinco por ciento del capital social; en caso de segunda o ulterior convocatoria, las Asambleas Extraordinarias se considerarán legalmente instaladas cualquiera que sea el número de acciones representadas.-----

VIGÉSIMO CUARTO.- Las resoluciones de las Asambleas Ordinarias de Accionistas serán válidas si se aprueban por el voto de la mayoría de las acciones que represente el capital social, presentes en la Asamblea.-----

-----Las resoluciones de las Asambleas Extraordinarias serán válidas si se aprueban por el voto de acciones que representen cuando menos el cincuenta por ciento del capital. Las votaciones, por regla general, serán económicas, pero serán nominales cuando se exija responsabilidad a funcionarios o lo pidan los Accionistas que representen por lo menos diez por ciento del capital social. Salvo el caso de Asambleas totalitarias o universales a que se refiere el artículo ciento ochenta y ocho de la Ley General de Sociedades Mercantiles, para que sean válidas las resoluciones tomadas en las Asambleas de Accionistas, deberán referirse solamente a los asuntos contenidos en el Orden del Día que aparezcan en la convocatoria correspondiente. -----

VIGÉSIMO QUINTO.- De cada Asamblea de Accionistas se levantará un acta que deberá contener las resoluciones adoptadas, y dicha acta deberá transcribirse en el libro correspondiente. Asimismo, de cada Asamblea se formará un expediente en el que se conservará, cuando existan como documentos relacionados con el acta: la lista de asistencia a la asamblea firmada por los escrutadores, las tarjetas de ingresos a la asamblea, las cartas poder, copia de las publicaciones en las que haya aparecido la convocatoria para la asamblea, copia de los informes del Consejo o del Administrador Único y de los Comisarios, y cualesquiera otros documentos que hubieran sido sometidos a la consideración de la Asamblea.-----

Sí el acta de alguna Asamblea no puede ser levantada en el libro autorizado correspondiente, la misma deberá ser protocolizada ante Notario o Corredor Público. Las actas de las Asambleas Extraordinarias, con excepción de las referentes a aumentos o disminuciones de la parte variable del capital social, se protocolizará ante Notario o Corredor Público. Todas las actas de Asambleas de Accionistas, así como las constancias respecto de las que no se hubieran podido celebrar por falta de quórum, serán firmadas por el Presidente y el Secretario que haya fungido en la Asamblea y por los Comisarios que hubiesen asistido. -----

----- **ADMINISTRACIÓN** -----

----- **VIGÉSIMO SEXTO**.- La administración de la Sociedad estará a cargo de un Consejo de Administración o un Administrador único formado por el número impar de miembros propietarios que determine la Asamblea Ordinaria de Accionistas representándose en todo momento lo dispuesto por el artículo sexto de estos estatutos. La Asamblea podrá designar consejeros suplentes y determinar el número de éstos y la manera de llevar a cabo suplencia. La minoría que representa un diez por ciento del capital social tendrá derecho a nombrar un Consejero Propietario y suplente.

Los Consejeros Propietarios y los Suplentes podrán o no ser Accionistas, durarán en su puesto un año y podrán o no ser reelectos. Estos continuarán en funciones hasta que las personas designadas para substituirlos tomen posesión de sus cargos. -----

-----En todo caso, los miembros que integren la administración de la sociedad y la prestación de los servicios de la empresa integradora estará a cargo de personal especializado ajeno a las empresas asociadas.-----

-----**VIGÉSIMO SÉPTIMO**.- Los miembros propietarios y los suplentes del Consejo de Administración de la Sociedad, serán designados por la mayoría de votos de las acciones representada en la Asamblea Ordinaria de Accionistas. Cada accionista o grupo de accionistas que sea titular por lo menos del veinte por ciento del capital' social tendrá derecho a nombrar un Consejero Propietario y, en su caso, el respectivo suplente.-----

-----**VIGÉSIMO OCTAVO**. Los miembros suplentes del Consejo de Administración actuarán únicamente en ausencia de los Consejeros propietarios.-----

----- **VIGÉSIMO NOVENO**. La Asamblea, al designar a los Consejeros determinará los cargos de cada uno, y si no lo hiciere, lo hará el consejo en su primera reunión. En todo momento el cargo de Presidente recaerá en el Administrador Único o en un Consejo que represente y que sea designado por los Accionistas de la serie "A". El Consejo de Administración preparará anualmente el informe a que se refiere el artículo trigésimo sexto de estos estatutos, el cual quedará depositado en la Tesorería o Secretaría de la Sociedad, quince días naturales antes de la celebración de la Asamblea General Ordinaria anual que hará de conocerlo, y en su caso, aprobarlo. El Presidente del Consejo representará a la Sociedad ante toda clase de autoridades y vigilará que se cumplan con las resoluciones de las Asambleas de Accionistas del Consejo de Administración, en su caso. El Consejo de Administración, cada año designará al Secretario que lo será del Consejo o de la Sociedad, según lo determine la Asamblea General ordinaria anual correspondiente. El Secretario certificará con su firma las copias o extractos de las actas o sesiones del Consejo, de Asambleas de Accionistas y los demás documentos de la Sociedad. Además, deberá llevar el archivo y la correspondencia del Consejo y lo relacionado con las Asambleas de los Accionistas.-----

-----**TRIGÉSIMO**.- E Consejo de Administración se reunirá por lo menos una vez al mes, convocado para tal efecto por su Presidente, el Secretario o por cualquiera de los dos miembros del propio Consejo, mediante aviso dado por escrito, enviado por lo menos con tres días hábiles de anticipación a la fecha de la sesión, en el último domicilio que al efecto hayan señalado los Consejeros Propietarios y/o Suplentes, de forma tal que asegure que su destinatario lo reciba. No será necesario el aviso cuando todos los Consejeros Propietarios o sus respectivos estuvieren reunidos.-----

-----**TRIGÉSIMO PRIMERO**.- Para que las sesiones del Consejo de Administración se consideren legalmente constituidas, en primera convocatoria se requerirá la asistencia de la mitad más uno de sus miembros. Pero en todo caso asistirán por lo menos dos consejeros designados por los Accionistas de la Serie "A" y por dos Consejeros designados por los Accionistas de la Serie "B"; en su caso de segunda o ulterior convocatoria, se considerará legalmente Instalada la Sesión, cualquiera que sea el número de sus asistentes.-----

----- El Consejo de Administración tomará sus resoluciones por mayoría de votos de los Consejeros presentes. El Presidente tendrá voto de calidad en caso de que la votación esté empatada -----

----- **TRIGÉSIMO SEGUNDO**.- El Consejo de Administración, en su caso, tendrá todas las facultades comprendidas en los Poderes Generales para Pleitos y Cobranzas, para Administrar Bienes y ejercer Actos de Dominio; con todas las facultades generales y especiales que requieran cláusulas especiales conforme a la Ley, en los términos del artículo dos mil cuatrocientos cuarenta del Código Civil vigente en el estado de Puebla y dos mil quinientos cincuenta y cuatro del Código Civil para el Distrito Federal, y de las disposiciones correlativas de los Códigos Civiles de los Estados de la República Mexicana.-----

-----Podrán representar a la Sociedad ante toda clase de autoridades Administrativas y Judiciales, Federales, Estatales y Municipales ante la Junta de Conciliación y Arbitraje y demás Autoridades del Trabajo, ante árbitros y arbitradores. -----

----- Los anteriores poderes incluyen facultades para: -----

- a) Interponer toda clase de juicios y recursos, aun en el amparo y desistirse de ellos; para transigir, comprometer en árbitros, articular y absolver posesiones, hacer cesión de bienes, recusar y recibir pagos; para discutir, celebrar y revisar Contratos Colectivos de Trabajo; representar a la Sociedad ante Autoridades del Trabajo, asuntos laborales en la que empresa sea parte o tercera interesada en la audiencia inicial, así como cualquiera de las etapas del proceso del derecho del trabajo.-----
- b) Llevar a cabo todas las operaciones y celebrar, modificar o rescindir contratos y actos jurídicos relacionados con los fines y objeto de la Sociedad. -----
- c) Suscribir toda clase de títulos de crédito en los términos del artículo noveno de la Ley General de Títulos y Operaciones de Crédito, con facultades para girar, aceptar, endosar, avalar, protestar, emitir y suscribir.
- d) Contratar a favor o a cargo de la Sociedad toda clase de préstamos con o sin garantía prendaria, hipotecaria o fiduciaria o de cualquier naturaleza, así como expedir, emitir, suscribir, otorgar, instrumentos negociables y comprobantes de adeudo y garantizar el pago de los mismos y de sus intereses mediante hipoteca, prenda o fideicomiso.-----
- e) Nombrar y renovar al Director General y a los Gerentes, Subgerentes, factores, agentes y empleados de la sociedad; determinar sus facultades, obligaciones y remuneraciones.-----
- f) Otorgar poderes generales y especiales.-----
- g) Establecer sucursales, agencias o dependencias y oficinas de negocios.-----
- h) Ejecutar las resoluciones de las Asambleas de Accionistas. -----
- i) Representar a la sociedad cuando forme parte de otras sociedades, comprando o suscribiendo acciones o participaciones, o bien, invirtiendo como parte para su constitución.-----
- j) Presentar quejas y querrelas de carácter penal, otorgar perdón y constituir en coadyuvante del Ministerio Público. -----
- k) Todas las facultades que las leyes otorgan a los de su clase sin limitación alguna, por la que podrán dirigir el negocio, representar a la sociedad y llevar la firma social ante toda clase de personas y autoridades. ----

----- **TRIGÉSIMO TERCERO.**- Cada Consejero Propietario o suplente caucionará su manejo en la forma que la Asamblea de Accionistas que lo designe determine, o en su defecto, mediante la cantidad de \$----- mil pesos, Moneda Nacional o fianza de compañía autorizadas. La caución correspondiente deberá subsistir durante el tiempo que dure su gestión y hasta que la Asamblea de Accionistas apruebe las cuentas de los ejercicios en que hubiere fungido.-----

-----**TRIGÉSIMO CUARTO,**- El Director General y el o los Directores, en su caso, tendrán las facultades que se les confieran al ser designados, mismas que en todo caso podrán ser amplias o restringidas por acuerdo expreso de la Asamblea de Accionistas, del Administrador Único, del Consejo de Administración, o de algún apoderado con facultades para ello-----

----- **VIGILANCIA** -----

TRIGÉSIMO QUINTO.- La vigilancia de las operaciones de la sociedad estará a cargo de uno o más Comisarios, designados por la Asamblea de Accionistas, Un Comisario será designado por la Asamblea de Accionistas. Un Comisario será designado por los Accionistas de la Serie "A" y el otro por los Accionistas de la Serie "B" y en todo momento actuarán corrió Órgano Colegiado. La Asamblea podrá designar, en su caso, Suplentes. Los Comisarios Propietarios y sus Suplentes, podrán ser o no ser Accionistas, durarán en su puesto un año y podrán ser reelectos. Continuarán en el desempeño de sus funciones hasta que las personas designadas para sustituirlos tomen posesión de sus cargos. -----

-----**TRIGÉSIMO SEXTO,**- El o los Comisarios tendrán facultades y obligaciones señaladas en el artículo ciento sesenta y seis y demás relativos de la Ley General de Sociedades Mercantiles.-----

-----**TRIGÉSIMO SÉPTIMO.**- Los Comisarios garantizarán el desempeño de sus cargos en la forma y monto que la Asamblea de Accionistas determine, o en su defecto la cantidad de \$ ----- mil pesos, Moneda Nacional, o fianza de compañía autorizada. La garantía que otorgaren no será cancelada sino después de que la Asamblea de Accionistas haya aprobado sus gestiones durante el periodo en que estuvieron en funciones.- -----

----- **EJERCICIOS SOCIALES** -----

-----**TRIGÉSIMO OCTAVO.**- EL Ejercicio Social coincidirá con el año de calendario, con excepción del primer ejercicio que se iniciara en la fecha de constitución y concluirá el 31 de diciembre del mismo año.

----- **INFORMACIÓN FINANCIERA** -----

-----**TRIGÉSIMO NOVENO.**- Al fin de cada ejercicio social el Consejo de Administración preparará un informe que deberá incluir la documentación financiera que se señala en el artículo ciento sesenta y dos de la Ley General de Sociedades Mercantiles, y dentro de los cuatro meses siguientes a la clausura del ejercicio social deberá someterse a la aprobación de la Asamblea Ordinaria anual de los Accionistas de la Sociedad. Dicho informe, incluido el informe de los Comisarios, deberá quedar terminado y ponerse a disposición de los Accionistas por lo menos quince días naturales antes de la fecha de celebración de la Asamblea que haya de discutirlo. -----

----- **CUDRAGÉSIMO.**- Anualmente se separará de las utilidades netas el porcentaje que la Asamblea de Accionistas señale para formar el fondo de reserva legal, que no podrá ser menor del cinco por ciento de las utilidades, hasta que dicho fondo alcánzela quinta parte del capital social.-----
-----Este fondo deberá ser reconstruido de la misma manera cuando disminuya por cualquier causa.
La aplicación del resto de las utilidades quedará a discreción de la Asamblea de Accionistas. La Asamblea deberá cumplir con las disposiciones legales sobre el reparto de utilidades a los trabajadores.-----

RESTRICCIONES

----- **CUADRAGÉSIMO PRIMERO.**- La sociedad integradora no podrá en forma directa e indirecta participar en el capital social de las empresas integradas. -----

----- **CUADRAGÉSIMO SEGUNDO.**- La sociedad integradora únicamente percibirá ingresos por concepto de cuotas, comisiones y prestaciones de servicios á sus integradas. Podrán obtener ingresos por otros conceptos, siempre que éstos representen como máximo un 10 por ciento de sus ingresos totales.-----

----- **CUADRAGÉSIMO TERCERO.**- La empresa integradora no puede realizar la importación de mercancías, ya que ésta es una empresa de servicios y el Padrón de Importadores es sólo para aquellas empresas que realicen alguna transformación al producto.-----

----- **CUADRAGÉSIMO CUARTO.**- La empresa integradora no podrá realizar ninguna parte del proceso productivo, ya que es una empresa de servicios especializados.-----

DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN

----- **CUADRAGÉSIMO QUINTO.**- La sociedad se disolverá en cualquiera de los casos previstos en las fracciones del artículo doscientos veintinueve, de la Ley General de Sociedades Mercantiles.-----

----- **CUADRAGÉSIMO SEXTO.**- Declarada la disolución de la sociedad, ésta se pondrá en liquidación, la cual estará a cargo de uno o más liquidadores que deberán obrar como determine la Asamblea de Accionistas. Dicha Asamblea nombrará uno o más liquidadores, les fijará plazo para el ejercicio de sus cargos, y la retribución que en su caso, les corresponda. El o los liquidadores procederán a la liquidación de la sociedad y a la distribución del producto de la misma entre los Accionistas, en proporción al número de sus acciones, de acuerdo con el artículo doscientos cuarenta y uno y demás disposiciones de la Ley General de Sociedades Mercantiles.-----

DISPOSICIONES GENERALES

----- **CUADRAGÉSIMO SÉPTIMO.**- En todo lo no previsto en estos estatutos, se aplicarán las disposiciones correspondientes de la Ley General de Sociedades Mercantiles y las disposiciones que por Decreto Presidencial se publicaron en el Diario Oficial de la Federación, el día siete de mayo de mil novecientos noventa y tres para la Constitución de Empresas Integradoras, así como el Decreto que modifica al diverso que promueve la organización de empresas integradoras, publicado el día treinta de mayo de mil novecientos noventa y cinco en el Diario Oficial de la Federación, decreto y modificación que en copia certificada se lleva al apéndice de esta escritura con el número que le corresponda.-----

ARTÍCULOS TRANSITORIOS

----- **PRIMERO.**- El capital mínimo fijo de la sociedad es la cantidad de \$ -----
{-----

MIL PESOS, CERO CENTAVOS, MONEDA NACIONAL), mismo que se encuentra suscrito y pagado y representado por ----- • ACCIONES ordinarias, nominativas, con valor nominal de \$ - —

(. _----- **MIL PESOS, CERO CENTAVOS, MONEDA NACIONAL**), correspondiente a la serie 'A' de la siguiente manera: -

Accionistas	Acciones serie "A"	Valor
a) OSCAR SÁNCHEZ JUÁREZ	1	\$ 100,000.00
b) CARLOS GABRIEL VARELA SALGADO	1	\$ 100,000.00
c) OMAR ROSAS TREJO	1	\$ 100,000.00
d) OTRO	1	\$ 100,000.00

Totales

----- **SEGUNDO.**- La reunión celebrada por los otorgantes al firmarse esta escritura, constituye además la primera Asamblea Ordinaria de Accionistas, y en la misma, por unanimidad de votos, se tomaron las siguientes resoluciones:-----

-----A.- Se acordó que la Sociedad sea dirigida y administrada por un CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN, compuesto por un Presidente, Secretario, Tesorero y dos vocales, habiendo quedado integrado de la siguiente manera:--

PRESIDENTE:

SECRETARIO:

TESORERO: -----

VOCALES:-----

----- **B.-** Se acordó designar como **COMISARIOS**, a los señores -----
-----y al señor-----

-----Las personas antes designadas, aceptaron sus cargos caucionando su manejo en los términos de

----- **C.** Los ejercicios sociales correrán del primero de enero al treinta y uno de diciembre de cada año, con excepción del primer ejercicio que correrá de la fecha de firma de la presente escritura al treinta y uno de diciembre del año en curso.-----

e)

f)

-----LECTURA DEL ACTA, APROBACIÓN Y FIRMA:-----

YO, EL NOTARIO O CORREDOR PÚBLICO, HAGO CONSTAR: Que me cercioré plenamente de la identidad de los comparecientes a quienes conceptúo con capacidad legal.-----

Que redactada la presente acta, procedí a leer a los comparecientes explicándoles su valor y fuerza legal y respondiendo a todas las preguntas que sobre su contenido me hicieran; que me manifestaron haber quedado enterados y conformes por lo que les pedí, firmaran cada uno de ellos el día que se indica sobre su respectiva firma.- DOY FE.-----

-----Los comparecientes firman el ----- de----- del ----- año de -----

----- Firma.----- Firma. ----- Firma.----- Firma.----- Firma.-----

----- Firma,----- ANTE Mí. .-Firma.- SELLO DE AUTORIZAR.-----

----- AL MARGEN.- Un sello de AUTORIZACIÓN.- Con esta fecha y después de haber cumplido con los requisitos legales, autorizo esta escritura. DOY FE.-----, a los ----- días del mes de ----- del año -----.-Firma.- El sello de autorizar.-----

— — — — -DEL APÉNDICE:- Con fundamento en el artículo noventa y dos de la Ley del Notariado en vigor, no se transcriben en este testimonio los documentos relacionados del Apéndice, pero se agregan al mismo copias de dichos documentos que llena los mismos requisitos que sus originales y se enumeran progresivamente. -----

----- DEL APÉNDICE. -----

----- 1.-DOCUMENTO Y FOLIO NÚMERO: UNO. PERMISO DE LA SECRETARÍA DE RELACIONES EXTERIO RES PARA CONSTITUIR LA SOCIEDAD.- Reproducido en el cuerpo de la presente escritura. -----

----- 2.- DOCUMENTO Y FOLIO NÚMERO: DOS. DECRETO PRESIDENCIAL QUE SE PUBLICÓ EN EL DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACIÓN, EL DÍA SIETE DE MAYO DE MIL NOVECIENTOS NOVENTA Y TRES PARA LA CONSTITUCIÓN DE EMPRESAS INTEGRADORAS. -----

----- 3.- DOCUMENTO Y FOLIO NÚMERO: TRES. DECRETO QUE MODIFICA AL DIVERSO QUE PROMUEVE LA ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS INTEGRADORAS, PUBLICADO EL DÍA TREINTA DE MAYO DE MIL NOVECIENTOS NOVENTA Y CINCO EN EL DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACIÓN, DECRETO Y MODIFICACIÓN QUE EN COPIA CERTIFICADA SE LLEVA AL APÉNDICE DE ESTA ESCRITURA CON EL NÚMERO QUE LE CORRESPONDA.

----- 4. DOCUMENTO Y FOLIO NÚMERO: CUATRO. REGISTRO ANTE LA SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO.-----

----- 5.-DOCUMENTO Y FOLIO NÚMERO: CINCO. REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES DE LOS SOCIOS. -----

-----TEXTO ÍNTEGRO DEL ARTÍCULO -----DEL CÓDIGO CIVIL DEL ESTADO DE ----- Las facultades del mandatario se rigen por las siguientes disposiciones:-----

----- ARTÍCULO ----- DEL CÓDIGO CIVIL DEL ESTADO DE-----

----- TESTIMONIOS -----

----- ES **PRIMER TESTIMONIO** DE ESTA ESCRITURA, QUE CONSTA DE-----

-- FOJAS ÚTILES. QUE EXPIDO A SOLICITUD DE LA SOCIEDAD MERCANTIL DENOMINADA "-----
-----". **SOCIEDAD ANÓNIMA DE CAPITAL VARIABLE**, PARA QUE LE
SIRVA DE TÍTULO JUSTIFICATIVO DE CONSTITUCIÓN DE SOCIEDAD. DOY FE. EN LA CIUDAD DE -----
-----, ESTADO DE -----, ESTADOS UNIDOS
MEXICANOS A LOS ----- DÍAS DEL MES DE -----
----- DEL AÑO -----

Notario Público o Corredor Público No.

LIC. -----

6.

Anexo 2.9.1 Bodega en Central de Abastos de Tepeaca, Pue.



7.

Anexo 3.3.1 Encuesta para estudio de mercado

Diseño de la encuesta

La siguiente encuesta es para identificar y clarificar datos sobre los productos alimenticios (bebidas saludables) que el consumidor prefiere.

H M Edad:

1. ¿Qué bebida prefieres para satisfacer la sed en tu vida cotidiana?
 - Agua natural
 - Refrescos
 - Bebidas energéticas
 - Bebida funcional (saludable)
2. ¿Con qué frecuencia consumes esta bebida?
 - 1 a 2 veces diarias
 - 1 a 2 veces a la semana
 - 1 a 2 veces al mes
3. ¿Qué presentación prefieres para una bebida?
 - 300ml
 - 250ml
 - 600ml
 - 1L

(Si tu respuesta en la pregunta 1 no fue “bebida funcional” haz concluido la encuesta.)

4. ¿Qué ingredientes consideras que debe tener una bebida funcional?
 - Frutas
 - Vegetales
 - Semilla
 - Todas las anteriores
5. ¿Qué vegetal prefieres para una bebida funcional?
 - Apio
 - Nopal
 - Zanahoria
 - Betabel
6. ¿Qué fruta prefieres para una bebida funcional?
 - Sandía
 - Piña
 - Naranja
 - Melón

Anexo 5.3.1 Formato de Solicitud de Certificado Digital

SOLICITUD DE CERTIFICADO DIGITAL

Captura de datos

Datos del Patrón o Sujeto Obligado

Registro Patronal: [] []
 Nombre, Denominación o Razón Social: []
 RFC: []
 Usuario: []
 Teléfono 1: []
 Teléfono 2: []
 Correo electrónico: []
 Confirmar correo electrónico: []

Datos del Representante Legal o del Patrón Persona Física

Función en la empresa: Seleccione Función [v]
 Nombre(s): []
 Apellido paterno: []
 Apellido materno: []
 CURP: []
 RFC: []

Domicilio Fiscal del Patrón

Calle: []
 Número Ext/Int: [] / []
 Colonia: []
 Entidad Federativa: Seleccione Entidad [v]
 Municipio o Delegación: -Seleccionar- [v]
 Ciudad: []
 Código Postal: []

Fuente: (Instituto Mexicano del Seguro Social, 2013)

5.3.2 Carta de presentación del Dictamen de Seguro Social

www.cpware.com/sam/web/info/1/DOF/DOF_2009/descargas/2009_08_27_imss01.htm

b) Copia de la constancia de autorización expedida por el Instituto al contador público autorizado y original para su confronta.

INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL
 DIRECCION DE INSERCCION Y REGISTRACION
 SUBDIRECCION DE REGISTRACION Y COORDINACION
 COORDINACION DE COORDINACION Y DICTAMEN

CARTA DE PRESENTACION DEL DICTAMEN DEL SEGURO SOCIAL

UNIDAD ADMINISTRATIVA (SUBCOORDINACION): []

I. DATOS DE IDENTIFICACION DEL PATRON

REGIMEN DE REGISTRO PATRONAL: PATRONAL PATRONAL PERSONA FISICA

NOMBRE, DENOMINACION O RAZON SOCIAL: []
 RAZON SOCIAL: []
 R.F.C.: []

II. DATOS DE IDENTIFICACION DEL CONTADOR PUBLICO AUTORIZADO

NOMBRE: []
 R.F.C.: []

III. DOCUMENTACION QUE PRESENTA

1. Copia impresa de la Situación del patrón autorizada.
 2. Copia impresa de los datos básicos patronales, laborales y demográficos en el momento de la firma del dictamen o en el momento de la presentación del dictamen.
 3. Análisis de los conceptos de cobertura por grupo o categorías de trabajadores, indicando si están en actividad o en la calidad de base de cobro y el monto de pago de cotización por grupo o categorías de trabajadores, indicando si están en actividad o en la calidad de base de cobro, del cual se anexa el comprobante de pago.
 4. Comprobante del pago de cotización de trabajadores en régimen de cotización por grupo o categorías de trabajadores, del cual se anexa el comprobante de pago.

SOLICITUD DE REGISTRO O PUBLICACIÓN DE SIGNOS DISTINTIVOS

(Antes de llenar el formato, sírvase leer las consideraciones generales al reverso).

<p>Por la presente se solicita: (Marque sólo una opción)</p> <p><input type="checkbox"/> Registro de Marca</p> <p><input type="checkbox"/> Registro de Marca Colectiva</p> <p><input type="checkbox"/> Registro de Aviso Comercial</p> <p><input type="checkbox"/> Publicación de Nombre Comercial</p>	<p>Uso exclusivo Delegaciones y Subdelegaciones Federales de la Secretaría de Economía.</p> <p>Sello, Fecha y hora de presentación, No. de folio de entrada.</p>	<p>Uso exclusivo IMPI, Oficinas Regionales del IMPI</p> <p>Etiqueta Precaptura.</p>
---	---	---

I. DATOS DEL (DE LOS) SOLICITANTE (S)

<p>01) Nombre (s):</p> <p>02) Nacionalidad (es):</p> <p>03) Domicilio del primer solicitante (calle, número y colonia):</p> <p style="margin-left: 20px;">Población y Estado:</p> <p style="margin-left: 20px;">Código postal: País:</p> <p>04) Teléfono (clave):* Correo-e:*</p>

II. DOMICILIO PARA OÍR Y RECIBIR NOTIFICACIONES

<p>05) Calle, número y colonia:</p> <p style="margin-left: 20px;">Población y Estado:</p> <p style="margin-left: 20px;">Código postal:</p> <p>06) Teléfono (clave):* Correo-e:*</p>
--

<p>07) Tipo de Marca: Nominativa <input type="checkbox"/> Innominada <input type="checkbox"/> Tridimensional <input type="checkbox"/> Mixta <input type="checkbox"/></p> <p>08) Fecha de primer uso: No se ha usado: <input type="checkbox"/></p> <p style="margin-left: 20px;"> Día Mes Año </p> <p>09) Clase: <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 10) Productos o servicios, en caso de Marca o Aviso Comercial / Giro preponderante, en caso de Nombre Comercial:</p> <p style="text-align: right;">Continúa en anexo <input type="checkbox"/></p>
--

<p>11) Denominación: (Solo marcas mixtas con denominación)</p> <hr/> <p>13) Leyendas y/o figuras no reservables: (Sólo en caso de Marca).</p> <p style="text-align: right;">Continúa en anexo <input type="checkbox"/></p> <p>14) Ubicación del establecimiento: Domicilio (calle, número y colonia):</p> <p style="margin-left: 20px;">Población y Estado:</p> <p style="margin-left: 20px;">Código Postal: País:</p> <p>15) Prioridad reclamada: (Sólo en caso de Marca o Aviso Comercial presentado en el extranjero)</p> <p style="margin-left: 20px;">País (Oficina) de origen: Número: Fecha de Presentación</p> <p style="margin-left: 40px;">Día Mes Año</p>	<p>12) Signo distintivo:</p> <p style="text-align: center; margin-top: 100px;">Reproduzca en este espacio el signo distintivo que desea proteger</p>
---	--

<p>Bajo protesta de decir verdad, el firmante manifiesta que los datos asentados en esta solicitud son ciertos y que en caso de actuar como mandatario, cuenta con facultades para llevar a cabo el presente trámite.</p>	
<p>Nombre y firma del solicitante o su mandatario</p>	<p>Lugar y fecha</p>

Consideraciones generales para su llenado:

- Los datos contenidos en la presente solicitud y sus documentos anexos son de carácter público. Los rubros marcados con un asterisco * son datos opcionales.
- Este formato es de distribución gratuita. Se autoriza su libre reproducción, siempre y cuando éste no sea alterado y sea presentado impreso su anverso (Página 1) y reverso (Página 2) en una sola hoja de papel blanco y en tamaño oficio.
- Debe llenarse en idioma español, preferentemente a través del Sistema Asistido de Llenado de Solicitudes de Registro de Marca, Aviso Comercial y Solicitud de Publicación de Nombre Comercial (SOLMARNET) disponible en www.impi.gob.mx. No obstante, podrá llenarse por otros medios, siempre que la solicitud sea legible. La información de la solicitud debe ser requisitada toda por el mismo medio, sin tachaduras ni enmendaduras.
- El formato de solicitud por duplicado, redactado en idioma español, debidamente requisitado y firmado en todos sus ejemplares, así como sus documentos anexos, deben presentarse en la Coordinación Departamental de Recepción y Control de Documentos de la Dirección Divisional de Marcas del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, con domicilio en Arenal # 550, Piso 2, Pueblo Santa María Tepepan, Delegación Xochimilco, C.P. 16020, México, D.F., con horario de atención de 8:45 a 16:00 horas de lunes a viernes o en la ventanilla de las Oficinas Regionales del IMPI o las Delegaciones o Subdelegaciones Federales de la Secretaría de Economía.
- También podrá remitirse la solicitud por correo, servicios de mensajería u otros equivalentes o, en su caso, presentarse por transmisión telefónica facsimilar, en los términos previstos en el artículo 5o. del Reglamento de la Ley de la Propiedad Industrial.
- Los documentos anexos redactados en idioma distinto al español deberán acompañarse de la traducción correspondiente.
- Los documentos anexos provenientes del extranjero, cuando proceda, deberán acompañarse de la legalización o, en su caso, apostilla correspondiente.

Por la presente se solicita: En el recuadro correspondiente marque con una "X" la solicitud que desea presentar.

- I.- DATOS DEL (DE LOS) SOLICITANTE (S): Anote los datos completos de la persona que será, en su caso, titular de la Marca, Aviso Comercial ó Nombre Comercial.
- 7) Tipo de Marca: Marque el recuadro que corresponda al tipo de Marca: NOMINATIVA.- (denominación) cuando se deseen registrar elementos literales, así como una o varias palabras desprovistas de todo diseño; INNOMINADA.- (diseño) si se desea registrar una figura, diseño o logotipo desprovisto de todo elemento literal; TRIDIMENSIONAL.- (forma tridimensional) cuando se desea registrar el empaque, envoltura o envase del producto en tres dimensiones, o MIXTA.- si se desea registrar la combinación de cualquiera de las anteriores, (por ejemplo: denominación y diseño; denominación y forma tridimensional; diseño y forma tridimensional; denominación, diseño y forma tridimensional).
- 8) Fecha de primer uso: Señale la fecha a partir de la cual el signo distintivo se ha venido usando en forma ininterrumpida. En caso contrario, marque el recuadro correspondiente a "No se ha usado".
- 9) Clase: Cuando se conozca, anote en el recuadro el número de la clase a que corresponden los productos o servicios para los que se solicita el registro; para tal efecto, puede consultar el Listado de productos y servicios de la Clasificación de Productos y Servicios para el registro de las Marcas (Clasificación de Niza) vigente, disponible en www.impi.gob.mx
- 10) Producto(s) o servicio(s): SI LA SOLICITUD ES DE REGISTRO DE MARCA O MARCA COLECTIVA, especifique el o los productos o servicios que se protegen. SI SE SOLICITA EL REGISTRO DE AVISO COMERCIAL, anote el o los productos o servicios que se anuncian con el mismo. SI SE TRATA DE LA PUBLICACIÓN DE UN NOMBRE COMERCIAL, anote el giro preponderante del respectivo establecimiento. En el caso de que dicho espacio resulte insuficiente, deberá indicarse en un anexo.
- 11) Denominación: Solo en caso de Marcas Mixtas, deberá indicar la denominación que desea proteger en exclusiva y que aparece en la etiqueta correspondiente.
- 12) Signo distintivo: Se entenderá que el solicitante se reserva el uso exclusivo de la Marca, tal y como aparezca en este recuadro. En caso de ser marca nominativa, deberá plasmar en este recuadro la denominación que ampara sin tipografía estilizada y en color negro. En el caso de Marcas Innominadas o Mixtas adhiera en el recuadro la etiqueta con las medidas reglamentarias, no mayores de 10 cm x 10 cm, ni menores de 4 cm x 4 cm y en caso que contenga Denominación esta deberá coincidir con la plasmada en el rubro 11). Para Marcas Tridimensionales adhiera en el recuadro correspondiente la impresión fotográfica o el dibujo en los tres planos (anchura, altura y profundidad) con las medidas reglamentarias no mayores de 10 cm x 10 cm, ni menores de 4 cm x 4 cm.
- 13) Leyendas y figuras no reservables: Sólo en caso de Marcas Innominadas, Tridimensionales o Mixtas, indique las palabras y/o figuras que aparezcan en el ejemplar del signo distintivo solicitado y que conforme a la Ley de la Propiedad Industrial no pueden ser de uso exclusivo, por ejemplo: Hecho en México, Talla, Ingredientes, Peso, Registro de Salud, etc.
- 14) Ubicación del establecimiento: En caso de haber señalado fecha de primer uso deberá indicar el domicilio del establecimiento o negociación relacionado con el signo distintivo solicitado. En el Nombre Comercial el señalamiento de la ubicación del establecimiento es obligatorio.
- 15) Prioridad reclamada: En caso de contar con Derecho de Prioridad, deberá indicar los datos de la misma.
- Domicilios señalados en la solicitud: Deberá señalar de manera completa y precisa los domicilios que indique en la solicitud, incluyendo el Código Postal y el asentamiento en donde se ubique el domicilio bajo la denominación en que sea conocido; por ejemplo: Colonia, Pueblo, Municipio, etcétera.
- Las resoluciones, requerimientos y demás actos del Instituto se notificarán a los solicitantes por correo certificado con acuse de recibo al domicilio que hubiesen señalado al efecto. También podrán notificarse personalmente en el domicilio señalado, en las oficinas del Instituto o por publicación en la Gaceta, en términos del Reglamento de la Ley de la Propiedad Industrial.
- Los datos consistentes en Teléfono y Correo electrónico contenidos en el presente formato son opcionales y tiene por objeto el facilitar un medio de contacto entre el solicitante y los usuarios interesados en la solicitud en trámite.
- Nombre y firma del solicitante o su mandatario: Anote el nombre completo de una sola persona, ya sea el solicitante o su mandatario, quien deberá firmar la solicitud. En caso de que el titular sea una persona moral, deberá proporcionar únicamente el nombre y firma de la persona física que esté actuando en su representación.
- Continúa en anexo: Marque con una "X" sólo en caso de que sea necesario usar una hoja anexa para completar la información requerida.

Trámite al que corresponde la forma: Solicitud de Registro de Marcas, Avisos Comerciales y Publicación de Nombres Comerciales.

Número de Registro Federal de Trámites y Servicios: IMPI-01-001, IMPI-01-002, IMPI-01-003, IMPI-01-004.

Fecha de autorización de la forma por parte de la Dirección General Adjunta de Propiedad Industrial del IMPI: 2-VII-2012.

Fecha de autorización de la forma por parte de la Comisión Federal de Mejora Regulatoria: 10-VII-2012

Fundamento jurídico-administrativo:

Ley de la Propiedad Industrial. Arts. 6 fracción III, 87-90, 93, 96, 98, 99-119, 121-126 y 179-183 (D.O.F. 27-VI-91, reformas D.O.F. 2-VIII-94, 25-X-96, 26-XII-97, 17-V-99, 26-I-04, 16-VI-05, 25-I-06, 06-V-09, 06-I-10, 18-VI-10, 28-VI-10 y 27-I-12).

Reglamento de la Ley de la Propiedad Industrial. Arts. 5-7, 16, 17, 53, 56-61 y 67 (D.O.F. 23-XI-94, reformas D.O.F. 10-IX-02, 19-IX-03 y 10-VI-11).

Acuerdo por el que se da a conocer la Tarifa por los servicios que presta el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial. Arts. 14a, 14c y 14e (D.O.F. 23-VIII-95, reformas D.O.F. 28-XII-95, 10-XII-96, 2-V-97, 4-V-98, 23-II-99, 11-X-00, 17-X-01, 13-XI-01, 24-XII-01, 27-II-02, 14-III-02, 14-XI-02, 04-II-03, 8-X-03, 27-X-04, 23-III-05, 13-IX-07, 1-VI-09, 10-VIII-09, 24-VIII-09, 1-X-10 y 10-V-11).

Acuerdo que establece las reglas para la presentación de solicitudes ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial. Arts. 11 y 34 (D.O.F. 14-XII-94, reformas D.O.F. 22-III-99, 14-XII-00, 20-VI-03, 11-VII-03, 18-III-10, 2-IV-10 y 10-I-12).

Acuerdo por el que se establecen reglas y criterios para la resolución de diversos trámites ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial. Arts. 19-26. (D.O.F. 9-VIII-04).

Acuerdo por el que se dan a conocer los horarios de trabajo del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial. Art.1. (D.O.F. 31-III-99, reforma D.O.F. 20-I-11).

Documentos anexos:

Comprobante de pago de la tarifa (original y copia).

- Reglas de uso (sólo en caso de Marca en copropiedad o Marca Colectiva).
- Documento que acredita la personalidad del mandatario (original o copia certificada) o, en su caso, copia simple de la constancia de inscripción en el Registro General de Poderes del IMPI.
- Fe de hechos en caso de Nombre Comercial en la que el fedatario público incluya nombre del titular, giro y ubicación del establecimiento, así como una fotografía de la fachada donde se ostenta el Nombre Comercial.
- Hoja adicional complementaria a los puntos 10) y 13).

Tiempo de respuesta: El plazo de primera respuesta es de 4 meses por lo que respecta al examen de forma y de 6 meses por lo que respecta al examen de fondo. Aplica la positiva ficta al examen de forma. No aplica la negativa ni la positiva ficta al examen de fondo.

<p>Número telefónico para quejas: Órgano Interno de Control en el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial 5624-04-12 ó 13 (directo) 5624-04-00 (conmutador) Extensiones: 11237 y 11231, Fax: 5624-04-35 Correo electrónico: quejanet@impi.gob.mx</p>	<p>Para cualquier aclaración, duda y/o comentario con respecto a este trámite, sírvase llamar al Sistema de Atención Telefónica a la Ciudadanía-SACTEL a los teléfonos: 20002000 en el D.F. y área metropolitana, del interior de la República sin costo para el usuario al 01-800-FUNCION (386-2466) o desde Estados Unidos y Canadá al 1-800-475-23-93.</p>
---	---

Número telefónico del responsable del trámite para consultas: 53-34-07-00 en el D.F. y área metropolitana, del interior de la República sin costo para el usuario 01-800-570-59-90, extensiones 10180 y 10181, o bien, consultar la página en Internet : www.impi.gob.mx

IMPI-00-001

Fuente: (impi, 2013)

Anexo 4.2.1 Formato de Solicitud de Certificado Digital



http://articulo.mercadolibre.com.mx/MLM-434624... Facebook Transmisión de Audio en Vivo... Outlook - oscarjuarez@hotm... Computadoras Dell Gx780 4... x

http--www.inegi.org.mx... Número de habitantes. C... Google Fenogreco, especia cocina precios Live.Mail Amigos · 337 000026_final Sitios sugeridos Obtena más comple... Iniciar sesión

mercado libre Inscríbete Ingresa Vender

Volver al listado | Computación > Computadoras y Servidores > HP > Intel Core 2 Duo > 200 GB a 300 GB Publicación #434624425 Denunciar | Vender uno igual



Computadoras Dell Gx780 4gb 250gb Lcd Wide 19 Sp0
Computadora Oferta Notebooking Mexico Buscanos

Me gusta

\$ 3,650⁰⁰
Artículo usado - 20 vendidos - Distrito Federal (Benito Juárez)

12 mensualidades de \$ 349⁷⁵+ por **mercado pago** (VISA MasterCard) | Más opciones

Envío a acordar con el vendedor. Ver costos de envío.

MercadoLíder Platinum Ver calificaciones.

Compra protegida. Más información.

Comprar

ES 08:09 a.m. 11/11/2013

http://articulo.mercadolibre.com.mx/MLM-434701... Facebook Transmisión de Audio en Vivo... Outlook - oscarjuarez@hotm... Impresora Multifuncional H... x

http--www.inegi.org.mx... Número de habitantes. C... Google Fenogreco, especia cocina precios Live.Mail Amigos · 337 000026_final Sitios sugeridos Obtena más comple... Iniciar sesión

mercado libre Inscríbete Ingresa Vender

Volver al listado | Computación > Impresoras > Multifuncionales > HP Publicación #434701348 Denunciar | Vender uno igual



Impresora Multifuncional Hp Deskjet 2515 Usb Gratis Omm
Impresora, Escaner, Copiadora, Alta Calidad De Impresión.

Artículo nuevo - 15 vendidos - Estado De México (Atlacomulco)

12 mensualidades de \$ 56⁵⁴+ por **mercado pago** (VISA MasterCard) | Más opciones

Envío a acordar con el vendedor. Ver costos de envío.

Ver calificaciones.

Compra protegida. Más información.

Comprar

This screenshot shows a product listing on Mercado Libre. The product is 'Excelentes Patines Hidráulicos Sp0', priced at \$2,800.00. It is an 'Artículo usado' (used item) with 3 sales in Jalisco (Guadalajara). The listing includes a 'Comprar' button, a 'Me gusta' button, and social media sharing icons. Payment options include Mercado Pago, Visa, and Mastercard. The seller offers 12 monthly payments of \$268.31. The page also shows navigation links like 'Volver al listado' and 'Publicación #433468518'.

This screenshot shows a product listing on Mercado Libre for 'Silla De Plastico Y Mesa De Plastico'. The price is \$89.00. It is an 'Artículo nuevo' (new item) with 61 sales in Distrito Federal (Iztacalco). The listing features a 'Comprar' button, a 'Me gusta' button, and social media sharing icons. Payment options include Mercado Pago, Visa, and Mastercard. The seller offers 12 monthly payments of \$89.00. The page also shows navigation links like 'Volver al listado' and 'Publicación #435005830'.

Anexo días laborables en México para el año 2013 para la estimación de la capacidad de producción anual.

<http://www.diaslaborables.com.mx/#a4>

The screenshot shows a web browser window with the URL www.diaslaborables.com.mx/#a4. The page title is "días laborables" and it is set to "en México". The main heading is "Calcula el número de días laborables y festivos entre el" followed by a date selector for "01/01/2013" and "y el" followed by "31/12/2013". Below this, there are two columns: the left one shows "De martes, 1 enero, 2013 a martes, 31 diciembre, 2013 incluido, hay:" with a list of counts: días (- 365 +), días laborables (- 253 +), fin de semana (- 104 +), días feriados (- 8 +), and personalizadas (0). The right column is titled "Días festivos en ese periodo :". At the bottom of the page, there is a navigation bar with "Días laborables en año : 2012 | 2013 | 2014 .otro año" and a "contacto" button. An advertisement for Dell XPS 15 is also present, offering a discount of up to \$5,600 MXN. The Windows taskbar at the bottom shows the time as 10:50 p.m. on 28/09/2013.

ANEXOS