

**Nombre del proyecto
Invernadero Gamboa**

**Actividad
Viveros Forestales**

**Número de actividad económica:
1132110903**

**Fase del proyecto
Abrir un Negocio**

**Componente de apoyo solicitado:
APOYO EN EFECTIVO PARA ABRIR O AMPLIAR UN NEGOCIO
DE MUJERES**

**Solicitante:
Antonia Gamboa Lazos
Representante Social del Grupo “Invernadero Gamboa”**

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Lic. Evelyn I. Gaytán Villalobos	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201131

PLAN DE NEGOCIOS
“INVERNADERO GAMBOA”

1. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA O NOMBRE DEL PROYECTO Y OBJETIVOS

“INVERNADERO GAMBOA”

1.1 Naturaleza de la empresa

Es una empresa de tamaño pequeño, que se dedica a invernar plantas de tipo forestal, principalmente “el mezquite”, por lo que se encuentra ubicada en el sector agroindustrial.

1.2 Antecedentes del Proyecto

Los integrantes del grupo social cuentan con aproximadamente 6 años de experiencia en el giro agropecuario, actualmente se dentro de la familia hay personas que se dedican a la elaboración de proyectos de reforestación, así como brindar asesoramiento a productores que así lo requieran, de ahí es que surge la necesidad en los productores de contar con mas proveedores de plantas forestales, por lo que en haciendo uso de sus conocimientos se decide construir un invernadero de este tipo que pueda abastecer las necesidades de la región.

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Lic. Evelyn I. Gaytán Villalobos	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201131

1.3 ¿Por qué?

Según estudios de la FAO, México es uno de los 10 países que más bosque ha perdido.

El gobierno de México cuenta con acuerdo institucional en materia forestal, denominado “Plan Estratégico Forestal 2025”, que consiste en metas trazadas que permiten trabajar en el corto, mediano y largo plazos. Siendo uno de esos logros el reconvertir cinco millones de hectáreas agropecuarias en forestales en esos 25 años y crecer en captura de carbono.

Es una solución para el cambio climático que viene experimentando el planeta, caracterizado por los efectos del calentamiento global (alteración de ciclos de lluvias, mayor erosión de suelos, mayor incidencia de desastres naturales, mayor escasez de agua, menor productividad agrícola, inseguridad alimentaria, cambio en los ecosistemas que sustentan la diversidad biológica), es sin duda alguna la reducción de gases expulsados a la atmosfera, aunado a esto la reforestación de áreas desprovistas de vegetación.

Es aceptado que el consumo de madera está ligado al crecimiento poblacional. Los bosques nativos en México proveen el 98% de las maderas para diversos usos, causa por la cual se les ha ejercido presión inmoderada y se están agotando rápidamente; situación que ha preocupado a los tres niveles de gobierno, empresas del sector forestal y productores de materias primas; siendo una solución para este problema el establecimiento de plantaciones comerciales, en las cuales ya se está trabajando, principalmente en el centro y sur del país.

1.4 Visión

“Ser competitivos a nivel regional, y coadyuvar al desarrollo de la comunidad, con una visión empresarial capaz de responder con experiencia, calidad y buen

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Lic. Evelyn I. Gaytán Villalobos	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201131

servicio, que permita mejor los niveles de rentabilidad de la empresa, ofreciendo siempre las plantas que demande el mercado”

1.5 Misión

“Ser una empresa regional, dedicada a proporcionar a los productores las mejores especies de plantas forestales que se adapten a sus necesidades, utilizando las más eficientes tecnologías en cultivos protegidos, que les permita incrementar su rendimiento, basados en la mejora continua, desarrollo humano, experiencia y honestidad, para llegar así a la satisfacción del cliente.”

1.6 Valores

- Innovación: De las estrategias, productos y métodos de trabajo.
- Puntualidad: Tanto para los clientes como para los trabajadores es importante que la empresa inicie y cierre labores en los horarios establecidos.
- Coherencia: Debe existir en cualquier tipo de negociación, entre lo que se compromete la empresa y lo que espera el cliente.
- Comunicación: Constante y efectiva, entre todos los miembros que forman parte de la empresa, así como con los proveedores y clientes.
- Confianza: En que se realizan los productos con todos los cuidados y procesos de calidad requeridos en la industria, con la finalidad de satisfacer a cada uno de los clientes.
- Compromiso: Con los clientes, al brindarles un servicios de calidad; con la sociedad, al brindar estabilidad a las familias del personal, y con el medio ambiente, al respetar y cumplir todas las normas establecidas para el cuidado del mismo.

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Lic. Evelyn I. Gaytán Villalobos	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201131

1.7 Objetivos

- **Corto Plazo**
 - Hacer un reconocimiento profundo de la región, a través de investigaciones de mercado continuas.
 - Establecer convenios de compra con pequeños productores en la región, para asegurar las ventas del año.
 - Tener una fuerza laboral capacitada de por lo menos 3 personas.

- **Mediano Plazo**
 - Recuperar la inversión en un plazo igual o menor a 5 años.
 - Posicionar los cultivos en otras regiones del estado, sobre todo la parte serrana.

- **Largo Plazo**
 - Ampliar el invernadero a por lo menos el doble de su capacidad.

1.8 Planes de la Empresa

- Incrementar las ventas en la región, manteniendo los clientes ya existentes.
- Conseguir y conservar un grupo humano de trabajo cuyas características vayan de acuerdo con los objetivos de la Empresa.
- Los recursos para arrancar el proyecto serán obtenidos por medio de un financiamiento o apoyo económico otorgado por alguna institución financiera o dependencia de la administración pública.
- Atraer clientes nuevos o renuentes en la región.
- Establecer convenios de compra-venta con clientes en el resto del estado.
- Tener un nivel mínimo de utilidad marginal del 20%

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Lic. Evelyn I. Gaytán Villalobos	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201131

2. DESCRIPCIÓN DEL ENTORNO

2.1. Variables positivas y negativas que influyen en el mercado de planta producida en vivero forestal

- Según estudios de la FAO, México es uno de los 10 países que más bosque ha perdido.
- El gobierno de México cuenta con acuerdo institucional en materia forestal, denominado “Plan Estratégico Forestal 2025”, que consiste en metas trazadas que permiten trabajar en el corto, mediano y largo plazos. Siendo uno de esos logros el reconvertir cinco millones de hectáreas agropecuarias en forestales en esos 25 años y crecer en captura de carbono.
- Una solución para cambio climático que viene experimentando el planeta, caracterizado por los efectos del calentamiento global (alteración de ciclos de lluvias, mayor erosión de suelos, mayor incidencia de desastres naturales, mayor escasez de agua, menor productividad agrícola, inseguridad alimentaria, cambio en los ecosistemas que sustentan la diversidad biológica), es sin duda alguna la reducción de gases expulsados

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Lic. Evelyn I. Gaytán Villalobos	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201131

a la atmosfera, aunado a esto la reforestación de áreas desprovistas de vegetación.

- Es aceptado que el consumo de madera está ligado al crecimiento poblacional.
- Los bosques nativos en México proveen el 98% de las maderas para diversos usos, causa por la cual se les ha ejercido presión inmoderada y se están agotando rápidamente; situación que ha preocupado a los tres niveles de gobierno, empresas del sector forestal y productores de materias primas; siendo una solución para este problema el establecimiento de plantaciones comerciales, en las cuales ya se está trabajando, principalmente en el centro y sur del país.

2.3 Atractividad de la Industria

En la región sur del estado de Chihuahua se han hecho investigaciones acerca del impacto ambiental que causa la industrialización de las zonas, aunado a ello se lanzan apoyos de gobierno federal a través de los cuales los productores se ven beneficiados en cuanto a la actividad de reforestación, sobre todo en zonas en donde la industria se ha introducido de una manera más acelerada, la iniciativa privada tiene un papel muy importante que jugar en este tema, es por ello que a través de dichos programas se trabaja con productores o empresarios para que se incorporen con acciones de responsabilidad social y de sustentabilidad a favor de los bosques y sus habitantes.

A pesar de que en la región existen varios invernaderos que atienden tanto al mercado de productores como de la iniciativa privada, se observa que la oferta de

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Lic. Evelyn I. Gaytán Villalobos	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201131

plantas forestales en muy baja, específicamente de Mezquite, es por ello que analizando el mercado se ve la factibilidad de establecer de un invernadero que pueda atender a la demanda insatisfecha a una distancia mucho más corta para la región sur del estado de Chihuahua.

Los directamente beneficiados de la producción de mezquite de dicho invernadero, sería los productores de la región y el comercio o iniciativa privada establecida en los municipios de Hgo. Del Parral, Santa Bárbara, San Francisco del Oro, Balleza, Guachochi, entre otros.

La producción bajo invernadero es una de las técnicas mas modernas que se utilizan actualmente en la actividad Hortícola y Forestal, en estos sistemas de producción se establece una barrera entre el medio ambiente externo y el cultivo del viento, lluvia, plagas, enfermedades, hierbas y animales; igualmente, esta protección permite al productor controlar la temperatura, la cantidad de luz y aplicar efectivamente control químico y biológico para proteger el cultivo.

La idea de inversión que se presenta, consiste en la construcción de un invernadero en la región sur del estado de Chihuahua, para la producción de plantas de interés forestal, tales como Mezquite, Prosopis spp., Pino Pinus spp., entre otras, las cuales serán destinadas para apoyar a programas de reforestación y plantaciones comerciales de la localidad.

3. ANÁLISIS DEL PRODUCTO Y SU MERCADO

3.1 Producto: Visión General

3.1.1 Participación en el Mercado

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Lic. Evelyn I. Gaytán Villalobos	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201131

Producto/ segmentos	Sector Privado para reforestación comercial	Programas de Gobierno (Federal, Estatal y municipal) para reforestación	Sector privado para reforestación obligatoria establecida en ley
Mezquites	60%	15%	15%

El cuadro anterior fue definido con información obtenida de una investigación de mercado hecha a través de fuentes de información secundaria, como son los programas de gobierno, noticias y experiencia del emprendedor.

Las cantidad o cifras que se muestran en el cuadro reflejan donde se encuentra el negocio del negocio, es decir que segmento es más rentable para la empresa, teniendo como resultado que son las empresas o productores del sector privado que utilizan el producto para hacer reforestaciones con fines comerciales.

3.2 Fortalezas y Ventajas

Las principales fortalezas y ventajas del proyecto son: el producto que se ofrece principalmente a pesar de ser una especie tan común, presenta muy poca oferta de la misma dada en invernaderos y sin embargo existe una alta demanda de dicha especie, por lo que se considera que el mercado potencial insatisfecho es grande, otro punto a favor del proyecto es que debido a la estructura y funcionamiento del invernadero se tiene la posibilidad de cosechar distintas especies, de tal manera que si las necesidades del mercado cambian de un año a otro se está en amplia posibilidad de atender dichas necesidades, mientras que el tiempo en el que no se puede cosechar el tipo de plantas para el cual se establece el invernadero, se puede aprovechar para invernadero plantas de tipo ornamentales.

3.3 El Cliente

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Lic. Evelyn I. Gaytán Villalobos	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201131

Son todos aquellos productores del giro agropecuario forestal, ya sean del sector público o privado y con fines de reforestación comercial o legal, que se encuentren dentro del territorio que abarca el municipio del Hgo. Del Parral, así como los municipios o rancherías aledaños al mismo.

3.3 Características de los Clientes

A través de la investigación de mercado realizada, se detectaron clientes potenciales con las siguientes características:

NOMBRE	UBICACIÓN	SUPERFICIE A PLANTAR	CANT. DE PLANTAS	FECHA PROPUESTA
Cruz Reyes Corral	Predio Hacienda de Chupaderos Fracción II	35 Hectáreas	40,000	Julio de 2012
Jesús José Reyes Corral	Predio Hacienda de Chupaderos Fracción I	100 Hectáreas	120,000	Julio de 2012
Rito	Escalón	30 Hectáreas	38,000	En pláticas
Interesados en Manejo de Mezquite para Carbón	Ejido Empalme Aguilera	Pendiente	Pendiente	Julio de 2013

Atractividad: Todos los clientes se manejan de ALTA atractividad.

En que se basa: El producto que se distribuye a los clientes es el mismo, sin embargo existe un valor agregado diferente en cada uno de ellos, es decir, en algunos se les elabora un proyecto de reforestación previo a la venta de los productos, lo cual implica un ingreso extra para la empresa, y en otros se les brinda asesoramiento dentro del giro forestal, mismo que también representa un ingreso extra para la empresa; así mismo se identifica que todos los clientes son

regionales, esto debido a las características ambientales pertinentes para el tipo de plantaciones.

Expectativas: La mayor muestra de calidad o referencia de venta del producto radica en el servicio que se brinda y valor agregado de los productos.

Acciones Estratégicas: Darle valor agregado a los productos que se ofrecen, esto se hace a través de asesorías, elaboración de proyectos de reforestación, traslado de mercancías, etc. Todo ello tomando en cuenta las expectativas de los clientes.

3.4 Mercado Potencial

El mercado potencial en la región se determina en base a las listas de beneficiarios para reforestaciones autorizados por la CONAFOR a través de la Secretaría de Desarrollo Rural en su programa “ProÁrbol”.

Como ejemplo se muestra el siguiente listado:

SOLICITANTES CON RECURSOS ASIGNADOS									
No.	Folio Solicitud	Solicitante	Concepto de apoyo	Folio del apoyo	Nombre del predio	Municipio	Superficie ó cantidad asignada	Unidad de medida (especificar)	Monto asignado
1	S201008001501	EJIDO COLONIA ALTAMIRANO	A2.1 CULTIVO FORESTAL EN APROVECHAMIENTOS MADERABLES	ACF201008000272	EJIDO COLONIA ALTAMIRANO	JANOS	86	Ha.	103,200.00
2	S201008001500	EJIDO COLONIA HERNÁNDEZ	A2.1 CULTIVO FORESTAL EN APROVECHAMIENTOS MADERABLES	ACF201008000271	EJIDO COLONIA HERNÁNDEZ	CASAS GRANDES	36	Ha.	43,200.00
3	S201008001499	EJIDO VICENTE GUERRERO	A2.1 CULTIVO FORESTAL EN APROVECHAMIENTOS MADERABLES	ACF201008000270	EJIDO VICENTE GUERRERO	CASAS GRANDES	13	Ha.	15,600.00
4	S201008001497	EJIDO IGNACIO ZARAGOZA	A2.1 CULTIVO FORESTAL EN APROVECHAMIENTOS MADERABLES	ACF201008000268	EJIDO IGNACIO ZARAGOZA	CASAS GRANDES	24	Ha.	28,800.00
5	S201008001496	BENNY FENN JHONSON	A2.1 CULTIVO FORESTAL EN APROVECHAMIENTOS MADERABLES	ACF201008000267	P.P. COLONIA GARCÍA	CASAS GRANDES	63	Ha.	75,600.00
6	S201008001494	CRISTOBAL VILLALPANDO GRIEGO	A2.1 CULTIVO FORESTAL EN APROVECHAMIENTOS MADERABLES	ACF201008000265	P.P. EL REFUGIO FRACCÓN MESA DE LA AVENA	CASAS GRANDES	80	Ha.	96,000.00
7	S201008001493	MANUEL CHAIDEZ RUIZ	A2.1 CULTIVO FORESTAL EN APROVECHAMIENTOS MADERABLES	ACF201008000264	P.P. CUMBRES	CASAS GRANDES	81	Ha.	97,200.00
8	S201008001502	BALTZAR DIAZ SILVA	A2.1 CULTIVO FORESTAL EN APROVECHAMIENTOS MADERABLES	ACF201008000273	FRACCION SUR AJOLOTES	GUACHOCHI	30	Ha.	36,000.00
9	S201008001526	ARMANDO CARO AGUIRRE	A2.1 CULTIVO FORESTAL EN APROVECHAMIENTOS MADERABLES	ACF201008000295	EL CHIHUIITE, EL PORVENIR Y PUERTECITOS	GUACHOCHI	13	Ha.	15,600.00
10	S201008001524	JESUS AARON AGUIRRE JAVALERA	A2.1 CULTIVO FORESTAL EN APROVECHAMIENTOS MADERABLES	ACF201008000292	BAJIO DE TONACHI	GUACHOCHI	30	Ha.	36,000.00
11	S201008001525	CIRILO GASTELUM CEBALLOS	A2.1 CULTIVO FORESTAL EN APROVECHAMIENTOS MADERABLES	ACF201008000294	LOMA DEL MANZANO	GUACHOCHI	8	Ha.	9,600.00
12	S201008001521	ELIO ACOSTA BUSTILLOS	A2.1 CULTIVO FORESTAL EN APROVECHAMIENTOS MADERABLES	ACF201008000291	EL ALAMILLO	GUACHOCHI	8	Ha.	9,600.00
13	S201008001527	LEONEL PEREZ BUSTILLOS	A2.1 CULTIVO FORESTAL EN APROVECHAMIENTOS MADERABLES	ACF201008000296	EL PORVENIR	GUACHOCHI	8	Ha.	9,600.00
14	S201008001528	BALDOMERO RONQUILLO CHAVEZ	A2.1 CULTIVO FORESTAL EN APROVECHAMIENTOS MADERABLES	ACF201008000297	LOTE 5 DE LA FRACCION NORTE DE SAN MIGUEL A Y EL TEZOZAN DE CERRO	GUACHOCHI	15	Ha.	18,000.00
15	S201008001529	SOCORRO CEBALLOS PIZARRO	A2.1 CULTIVO FORESTAL EN APROVECHAMIENTOS MADERABLES	ACF201008000298	CUMBRES DEL MANZANO	GUACHOCHI	10	Ha.	12,000.00
16	S201008001530	ADOLFO FONTES PEINADO	A2.1 CULTIVO FORESTAL EN APROVECHAMIENTOS MADERABLES	ACF201008000299	CUERNO DEL VENADO Y EL TASCATE	GUACHOCHI	15	Ha.	18,000.00

17	S201008001557	ANTONIO PEREZ CEBALLOS	A2.1 CULTIVO FORESTAL EN APROVECHAMIENTOS MADERABLES	ACF201008000324	MEZA DE ALAZAN BALAZO	GUACHOCHI	6	Ha.	7,200.00
18	S201008001555	PAUL PEREZ BUSTILLOS	A2.1 CULTIVO FORESTAL EN APROVECHAMIENTOS MADERABLES	ACF201008000322	CABECERA DEL CHIHITE	GUACHOCHI	3	Ha.	3,600.00
19	S201008001550	ELENA ARMENDARIZ PALMA	A2.1 CULTIVO FORESTAL EN APROVECHAMIENTOS MADERABLES	ACF201008000315	LOS CHARCOS	GUACHOCHI	8	Ha.	9,600.00
20	S201008001545	EDUARDO EUDORO AGUIRRE GARCIA	A2.1 CULTIVO FORESTAL EN APROVECHAMIENTOS MADERABLES	ACF201008000313	LOTE 1 DE SAN MIGUEL A	GUACHOCHI	8	Ha.	9,600.00
21	S201008001547	EJIDO YOQUIVO	A2.1 CULTIVO FORESTAL EN APROVECHAMIENTOS MADERABLES	ACF201008000314	EJIDO YOQUIVO	BATOPILAS	333	Ha.	399,600.00
22	S201008001551	CARLOS LUIS RAMOS GUTIERREZ	A2.1 CULTIVO FORESTAL EN APROVECHAMIENTOS MADERABLES	ACF201008000317	LOTE 8 DE SAN MIGUEL A	GUACHOCHI	30	Ha.	36,000.00
23	S201008001549	EJIDO TECORICHI	A2.1 CULTIVO FORESTAL EN APROVECHAMIENTOS MADERABLES	ACF201008000332	EJIDO TECORICHI	BALLEZA	154	Ha.	184,800.00
24	S201008001553	EJIDO GUAGUACHIQUE	A2.1 CULTIVO FORESTAL EN APROVECHAMIENTOS MADERABLES	ACF201008000318	EJIDO GUAGUACHIQUE	GUACHOCHI	300	Ha.	360,000.00
25	S201008001556	EJIDO HUAZARACHI	A2.1 CULTIVO FORESTAL EN APROVECHAMIENTOS MADERABLES	ACF201008000323	EJIDO HUAZARACHI	BALLEZA	125	Ha.	150,000.00
26	S201008001535	EJIDO AGOSTADERO DE AGUIRRE	A2.1 CULTIVO FORESTAL EN APROVECHAMIENTOS MADERABLES	ACF201008000304	EJIDO AGOSTADERO DE AGUIRRE	BALLEZA	250	Ha.	300,000.00
27	S201008001546	EJIDO PAPAJICHI	A2.1 CULTIVO FORESTAL EN APROVECHAMIENTOS MADERABLES	ACF201008000328	EJIDO PAPAJICHI	GUACHOCHI	333	Ha.	399,600.00
28	S201008001538	EJIDO TONACHI	A2.1 CULTIVO FORESTAL EN APROVECHAMIENTOS MADERABLES	ACF201008000307	EJIDO TONACHI	GUACHOCHI	300	Ha.	360,000.00
29	S201008001533	EJIDO SEHUERACHI	A2.1 CULTIVO FORESTAL EN APROVECHAMIENTOS MADERABLES	ACF201008000302	EJIDO SEHUERACHI	GUACHOCHI	333	Ha.	399,600.00
30	S201008001559	EJIDO NOROGACHI	A2.1 CULTIVO FORESTAL EN APROVECHAMIENTOS MADERABLES	ACF201008000325	EJIDO NOROGACHI	GUACHOCHI	333	Ha.	399,600.00

La información anterior se hace solo por evidenciar que existe gran cantidad de productores que año con año son beneficiados con apoyos de gobierno destinados a la reforestación, sin embargo el mercado potencial real radica en la clientela que se ha adquirido con el paso de los años y experiencia del emprendedor, gracias a sus actividades actuales es que se ha hecho de numerosos clientes o bien productores que requieren de sus servicios técnicos, así como de sus servicios de proveedor de plantas forestales, es por ello que se encuentra la factibilidad del negocio.

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Lic. Evelyn I. Gaytán Villalobos	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201131

3.5 Competitividad

Nombre del competidor: Diversos invernaderos establecidos en el Estado de Chihuahua, que en su totalidad suman 386.

Competitividad A M B:

Son productores con un Alto grado de competitividad, ya que representan un amplio porcentaje en la atención a los clientes, sin embargo aún y con la atención de todos los productores de la región no se cubre al 100% la demanda, lo que señala que existe una demanda insatisfecha atractiva, la cual se pretende atacar directamente con proyectos de reforestación, también es importante resaltar que la producción de dichos invernaderos en su mayoría son plantas como Pino, mismos que pueden tener un destino diferente al del Mezquite, es ahí donde se logra una ventaja competitiva.

Debilidades propias respecto al competidor:

Son empresas que ya se encuentran formalmente establecidas y cuentan con años de experiencia en su producción.

Fortalezas propias respecto al competidor:

Se ofrece un servicio extra al que brinda la competencia, este es un proyecto de reforestación o bien asistencia técnica en el giro forestal.

Acciones estratégicas:

Introducir el producto principalmente con clientes reconocidos y que anteriormente ya se les ha hecho algún proyecto productivo, con la finalidad de hacer sentir al cliente la atención personalizada, así como también se le dará seguimiento a

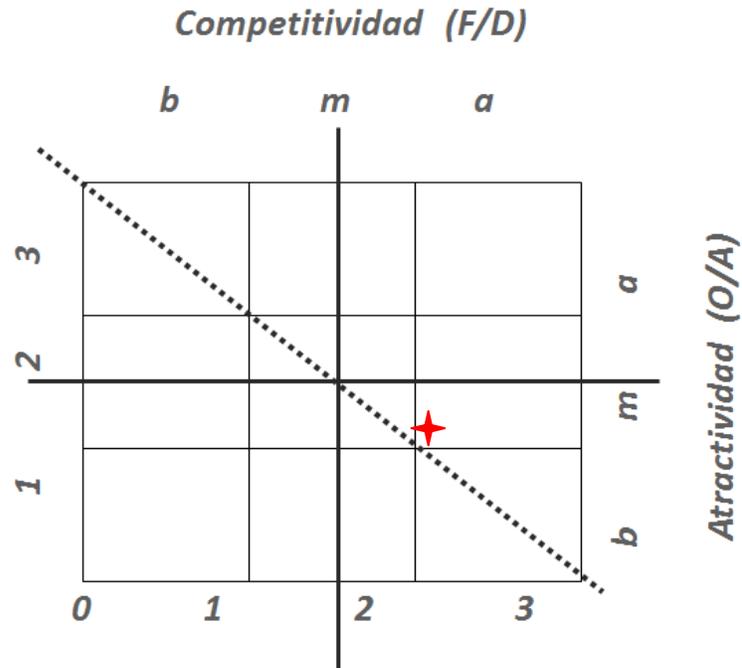
Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Lic. Evelyn I. Gaytán Villalobos	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201131

aquellos productores que resultaron beneficiados de algún programa o apoyo de gobierno, con la finalidad de introducir los productos para actividades futuras en la producción.

4. ESTRATEGIA DE MERCADOTECNIA

4.1 Matriz FODA

Fuerzas	Calif.	Debilidades	Callif.
Experiencia en el sector	5	Falta de Infraestructura	4
Se elaboran los proyectos productivos para los clientes	5	Falta de terreno	5
Mano de Obra barata	4		
Técnicas de producción adecuadas, diferentes a las de la competencia	5		
Total	19	Total	9
Oportunidades	Calif.	Amenazas	Callif.
Apoyos de Gobierno	5	Mucha competencia	5
Existe amplio mercado insatisfecho o no atendido	5	Temperaturas extremas en la región	2
Tendencias ecologistas	4	Plagas	5
Artículo 30 LGEEPA	5	Largas distancias con los proveedores	4
Total	19	Total	16



Cociente de competitividad = $F/D = 19/9 = 2.11$

Cociente de Atractividad = $O/A = 19/16 = 1.19$

Se muestra el siguiente análisis:

El resultado después de realizar el análisis de la matriz FODA deja a la empresa en un plano de alta competitividad pero baja atractividad, aunque en conjunto se acerca a la media, lo anterior significa que la empresa cuenta con los recursos y herramientas suficientes para poder llevar a cabo su correcto desempeño y así sacar y llegar a los objetivos y metas establecidas, en cuanto a la atractividad, si bien las amenazas no pueden ser cambiadas si pueden ser contrarrestadas con las oportunidades, al igual que se pueden cruzar algunas debilidades con las fortalezas.

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Lic. Evelyn I. Gaytán Villalobos	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201131

4.2 Política de Producto y Atención al Cliente.

4.2.1 Presentación comercial:

Producto: Mezquite

Presentación: La planta se vende en las condiciones óptimas para su plantación, la presentación del producto depende de la forma de venta, es decir, si únicamente se vende el producto la presentación es la base de la planta en bolsas de plástico, o bien si el productor también contrata el servicio de plantación o asesoría técnica, el producto es llevado hasta las tierras del productor para proceder con el servicio contratado.

Etiqueta: Debido a la naturaleza del producto, no se le imprime ninguna etiqueta.

4.3 Política de Precios, de Promociones y descuentos

Garantías y devoluciones:

- **Garantía:** Se le garantiza al productor que la planta estará en óptimas condiciones para su plantación al momento de la entrega, de no ser así se le retira el producto sin costo alguno y se sustituye, o bien se descuenta del presupuesto final, y si la plantación corre por cuenta de la empresa, es decir que el productor contrate el servicio completo, se le da la garantía de que la planta le va sobrevivir, siempre y cuando cumpla con las condiciones de riego y mantenimiento necesarias.

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Lic. Evelyn I. Gaytán Villalobos	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201131

- Devoluciones: En caso de que el productor no cumpla con las condiciones de riego y mantenimiento necesarias para el desarrollo adecuado de la planta, no existen devoluciones.

4.4 Fijación de precio

Se hace en base a los costos directos o asignables en los que se incurre para la elaboración de cada producto, con ello se logra establecer el piso del precio, mientras que el techo se define a través del promedio de precios de la competencia, si se hace una diferencia entre el techo y el piso del precio se obtiene el margen de maniobra, el cual servirá para que el producto pueda tener un margen sobre el cual se puede desplazar el precio fijado sin tener complicaciones de incurrir en pérdidas.

- Piso: De \$0.70 hasta \$1.00
- Techo : De \$2.50 hasta \$4.00
- Margen de maniobra de \$1.80 hasta \$3.00
- Precio normal \$2.50

4.5 Descuentos y promociones:

- Para ventas a productores reconocidos y que hayan contratado el servicio de asesoría técnica, se les hará un descuento del 10%, esto con la finalidad de que al productor le sea atractivo contratar también los servicios extras que se ofrecen.
- Para ventas al menudeo o directamente al consumidor no se manejarán descuentos, pero se establecerán promociones de manera ocasional durante el año con la finalidad de darle más auge o difusión a la empresa.

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Lic. Evelyn I. Gaytán Villalobos	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201131

5. PLAN DE VENTAS

5.1 Estrategias de publicidad y promoción

5.1.1 Publicidad

Una vez realizada la investigación de mercado y tomando en cuenta los resultados obtenidos, se tiene que adecuar programas de publicidad para hacer llegar a los productores de la región, los productos ofrecidos.

Se busca darse a conocer por diversos medios de publicidad, pero el principal y mayormente usado será la publicidad impresa a través de tarjetas de presentación, ya que para la estrategia de comercialización necesaria es una de las opciones más baratas y eficientes, así como los anuncios radiofónicos.

- *Definir los Objetivos*

El principal objetivos del medio a utilizar para hacerle publicidad a la empresa es dar a conocer al público y cliente objetivo, los productos que ofrece la empresa, detallando todas los beneficios que se dan de una manera personalizada, su diferenciación con los otros productos similares ofrecidos, y los servicios alternos con los que cuenta la empresa, tales como asistencia técnica, con lo que se desarrolla la Ventaja Competitiva.

Se busca hacer que el consumidor/mercado meta, opte por elegir con preferencia los productos ofrecidos por ésta empresa.

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Lic. Evelyn I. Gaytán Villalobos	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201131

5.1.2 Planeación de Publicidad

Para el arranque de la empresa se tiene planeado hacer publicidad únicamente por medios impresos, como anteriormente se había descrito a través de tarjetas de presentación, las cuales tendrán un costo total de \$1,508.00 IVA incluido.

5.2 Imagen corporativa y manual de identidad

La imagen de la empresa está enfocada a crear una idea de productos 100% confiables, que pasan por un proceso de alta calidad, lo que asegura que al momento de la venta se encuentran en las condiciones optimas de la planta, así como libres de plagas, aunado a ello se crea una imagen de confiabilidad para el productor, el cual tendrá la seguridad de que se trata de un proveedor confiable, útil y responsable, que además de los productos ofrecidos también cuenta con una gama de servicios, tales como asistencia técnica oportuna para cualquier tipo de plantación forestal.

5.3 Fuerza de ventas

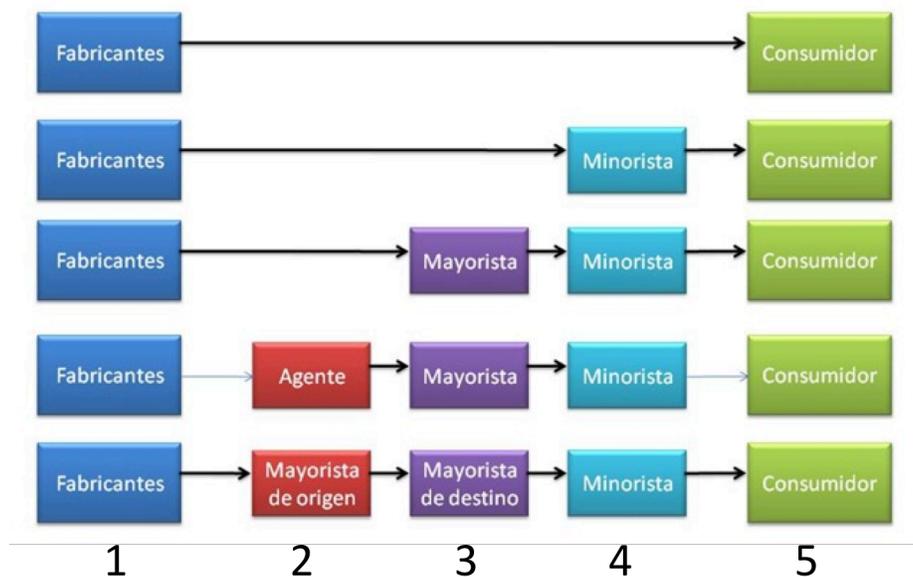
Serán necesarios:

- Para las actividades a desempeñar dentro de los procesos de la empresa y las ventas que maneja, será necesario solamente 1 vendedor para la región que funcione como distribuidor y vendedor de mostrador o encargado de la atención en el establecimiento, mismo que a su vez lleve a cabo labores de producción y demás funciones que posteriormente se definirán.
- La remuneración será fija de \$500 por semana.

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Lic. Evelyn I. Gaytán Villalobos	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201131

5.4 Canal de Distribución

Mercados de Consumo



La ruta utilizada por la empresa para la venta de su producto es:

- 1,5 Fabricante – Consumidor, que en éste caso el consumidor final serían los productores o empresas de la iniciativa privada.

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Lic. Evelyn I. Gaytán Villalobos	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201131

5.4.1 Distribución del Producto

Existe dos maneras diferentes para la distribución del producto, la primera es que el productor o cliente interesado acuda hasta las instalaciones y lleve los productos requeridos, y la segunda es que la empresa lleve los productos hasta el establecimiento del cliente, esta última se hará solo en los casos en el que el productor así lo requiera y pague por dichos servicios.

- **Establecimiento del negocio:** Estará ubicado en un lugar estratégico que se encuentra cerca del municipio de San Francisco del Oro, esto es debido a que el terreno cumple con los requerimientos mínimos para el establecimiento del invernadero, tales como condiciones ambientales, superficie, condiciones del terreno, etcétera, sin embargo también se cuida que dicho terreno se encuentre en las cercanías de las localidades en donde están establecidos los clientes potenciales o productores.

5.5 Cálculo y Proyección de Ventas

5.5.1 Métodos y procedimientos

En esta investigación se podían utilizar varios métodos para evaluar el proyecto, tales como cuestionario, encuesta, entrevista, observación, experiencia, datos históricos, etc.....

Pero el método a utilizar en esta investigación es la información que se obtiene a través de fuentes secundarias, como lo son las publicaciones de padrones de beneficiarios de apoyos de gobierno, entrevistas con productores a los cuales actualmente ya se está atendiendo, noticias con información fidedigna de la región, etc. Toda esta información se anexa al presente proyecto.

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Lic. Evelyn I. Gaytán Villalobos	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201131

5.5.2 Resultados de la Investigación de Mercado

Haciendo referencia a la información descrita con anterioridad en la sección de Mercado Potencial Estimado, se tiene la siguiente información basada en resultados de la investigación de mercado.

CONCEPTO	CANTIDAD
Total del mercado potencial en Hectáreas	13,582
87.21% mercado acaparado	11,845
Mercado potencial estimado (12.79%)	1,737

Breve descripción del cuadro o del cálculo

Los datos que se han mostrado en el cuadro anterior se encuentran sustentados en el documento del padrón de beneficiarios del estado de Chihuahua, publicados por la Comisión Nacional Forestal referente al apoyo otorgado por el programa de Proárbol, dicha información y complementando con los clientes actuales, se estima que la demanda anual será el tope de capacidad máxima del invernadero, la cual está proyectada para 123,200 plantas.

Se tiene planeado un crecimiento en ventas una vez que se haga una reinversión en la infraestructura del invernadero, dicho objetivo está trazado a largo plazo.

5.5.3 Comportamiento de Ventas Proyectadas (5 años)

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Lic. Evelyn I. Gaytán Villalobos	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201131



5.5.4 Proyección de Ventas en Unidades e Importe

Producto / Servicio	Ventas Mensuales en Unidades Primer Año												Total	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
Mezquite	-	-	-	-	-	-	-	123,200	-	-	-	-	-	123,200
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	-	-	-	-	-	-	-	123,200	-	-	-	-	-	123,200

Porcentaje de inventario final deseado	0%
Producción programada	-

Producto / Servicio	Ventas Mensuales en Unidades Segundo Año												Total	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
Mezquite	-	-	-	-	-	-	-	123,200	-	-	-	-	-	123,200
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	-	-	-	-	-	-	-	123,200	-	-	-	-	-	123,200

Porcentaje de inventario final deseado	0%
Producción programada	-



Ventas Anuales en Unidades					
Producto / Servicio	1	2	3	4	5
Mezquite	123,200	123,200	123,200	123,200	123,200
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
Total	123,200	123,200	123,200	123,200	123,200
Aumento porcentual	-	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Inflación anual promedio	3.50%	Incremento en el precio			5.00%

Precio Unitario					
Producto / Servicio	1	2	3	4	5
Mezquite	3.00	3.26	3.54	3.85	4.18
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
Precio ponderado	3.00	3.26	3.54	3.85	4.18

Ventas Anuales en Dinero					
Producto / Servicio	1	2	3	4	5
Mezquite	369,600	401,663	436,507	474,374	515,526
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
Total	369,600	401,663	436,507	474,374	515,526
Aumento porcentual	-	8.67%	8.68%	8.68%	8.67%

Ventas Mensuales en Dinero Primer Año													
Producto / Servicio	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total
Mezquite	-	-	-	-	-	-	-	369,600	-	-	-	-	369,600
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	-	-	-	-	-	-	-	369,600	-	-	-	-	369,600

Ventas Mensuales en Dinero Segundo Año													
Producto / Servicio	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total
Mezquite	-	-	-	-	-	-	-	401,663	-	-	-	-	401,663
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	-	-	-	-	-	-	-	401,663	-	-	-	-	401,663

Ventas Mensuales en Dinero Tercer Año													
Producto / Servicio	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total
Mezquite	-	-	-	-	-	-	-	436,507	-	-	-	-	436,507
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	-	-	-	-	-	-	-	436,507	-	-	-	-	436,507

Ventas Mensuales en Dinero Cuarto Año													
Producto / Servicio	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total
Mezquite	-	-	-	-	-	-	-	474,374	-	-	-	-	474,374
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	-	-	-	-	-	-	-	474,374	-	-	-	-	474,374

Ventas Mensuales en Dinero Quinto Año													
Producto / Servicio	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total
Mezquite	-	-	-	-	-	-	-	515,526	-	-	-	-	515,526
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	-	-	-	-	-	-	-	515,526	-	-	-	-	515,526

5.6 Políticas de Crédito y Cobranza

- Para ventas dentro a clientes frecuentes se podrá ofrecer crédito hasta del 100% pagadero a un plazo no mayor a un mes, dicha política será aplicada solo en clientes establecidos y reconocidos por la empresa, y siempre y cuando el productor haya contratado los servicios extras que ofrece la empresa como son asistencia técnica.

6. PLAN DE OPERACIONES DEL PROYECTO

6.1 Proceso de Producción

Para el desarrollo de las plantas de mezquite, el proceso es el siguiente:



Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Lic. Evelyn I. Gaytán Villalobos	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201131

Los tiempos que se contemplan para la producción desde su inicio hasta su venta es de aproximadamente 7 meses, dependiendo del tiempo que se mantenga en reposo y de los aceleradores de crecimiento que se le pongan a la planta.

6.2 Distribución y Capacidad Instalada

Para seleccionar la ubicación de la empresa, se consideraron varios criterios, esto para el logro de costos de producción y distribución mínimos y donde los precios y volúmenes de venta de los productos conduzcan a la maximización de beneficios.

Se estará ubicado un terreno cerca del municipio de San Francisco del Oro, el cual será arrendado al emprendedor, se considera factible el establecimiento del invernadero en dicho terreno ya que cuenta con las condiciones y requerimientos mínimos para el correcto funcionamiento del mismo, así como la cercanía con las localidades donde se encuentran los clientes potenciales, con la finalidad de reducir costos y tiempo de fletes.

El área en la que se ubica la empresa es factible tanto para los clientes, proveedores y público en general, cabe destacar, que con lo que respecta a los servicios del predio, se considera que cuenta con las condiciones necesarias para el correcto funcionamiento de la planta de producción, dentro de las más importantes es el servicio de agua, así como del espacio de atención al cliente bien de carga y descarga.

Características del terreno:

- Facilidad para mecanizar el vivero: fácil acceso y topografía suave.
- Terreno bien drenado.

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Lic. Evelyn I. Gaytán Villalobos	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201131

- Altitud no superior a 1200 mts. en el Norte y a 1600 mts. en el sur, para evitar los riesgos de heladas intensas y que el periodo vegetativo sea demasiado corto.
- Disponibilidad de agua en la cantidad y calidad suficientes, dependiendo la calidad del clima de la estación, capacidad de retención de agua del suelo, superficie del vivero, planta a producir y normas de cultivo y en cuenta a su calidad que no sea ni muy caliza ni muy salina.
- En cuanto al relieve, evitar fondos de valle donde es más fácil que se produzcan heladas tempranas o tardías, terrenos llanos y bien aireados.
- Accesos que permitan la circulación de camiones.
- Mano de obra en cantidad y calidad adecuadas

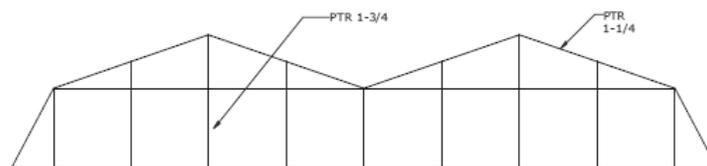
6.2.1 Capacidad Instalada de la Planta

En relación a la inversión inicial requerida, se planea invertir en 1,600 charolas con una capacidad para 77 plantas cada una, por ende la capacidad instalada de la planta en cada proceso productivo será de 123,200 plantas.

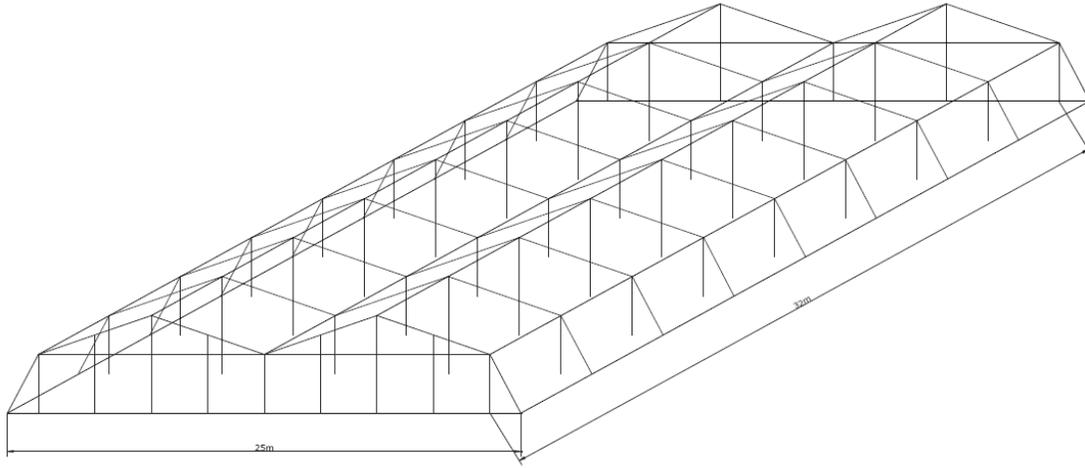
6.2.2 Distribución de la Planta (Lay Out)

INVERNADERO

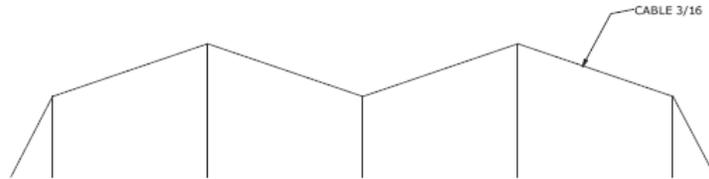
ESTRUCTURA FRONTAL



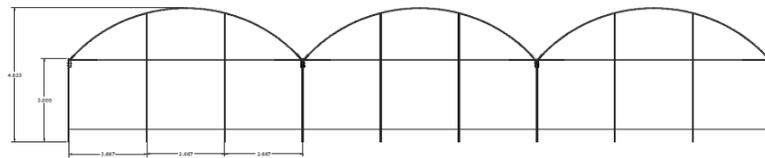
Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Lic. Evelyn I. Gaytán Villalobos	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201131



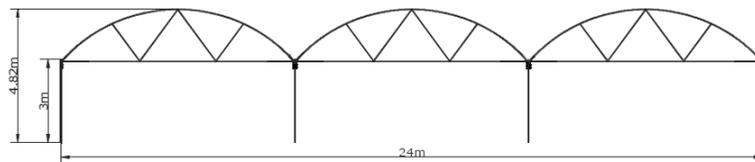
ESTRUCTURA INTERNA



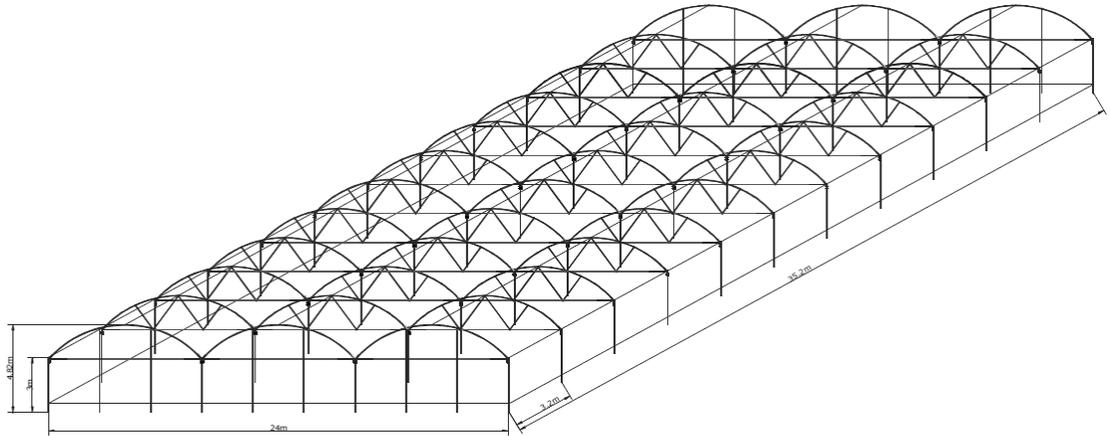
MALLA SOMBRA



ESTRUCTURA INTERNA



Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Lic. Evelyn I. Gaytán Villalobos	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201131



6.3 Logística de Suministro de Insumos

Insumo:

- Sustrato
- Fertilizante
- Insecticida
- Fungicida
- Sellador especial
- Cloro
- Ácido Sulfúrico

Nombre del Proveedor: AGROINSA y Agro Expo

Tiempo en llegar a partir del pedido: 15 días

Nivel de Inventario para hacer nuevo pedido: 0

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Lic. Evelyn I. Gaytán Villalobos	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201131

6.4 Método de Inspección de Calidad de los Insumos

Para todos los productos el método de inspección es igual, la forma de comprobar la calidad de los insumos es haciendo una inspección física de los mismos, así como también se relaciona directamente con la marca de los mismos, y más específicamente se comprueban a través de:

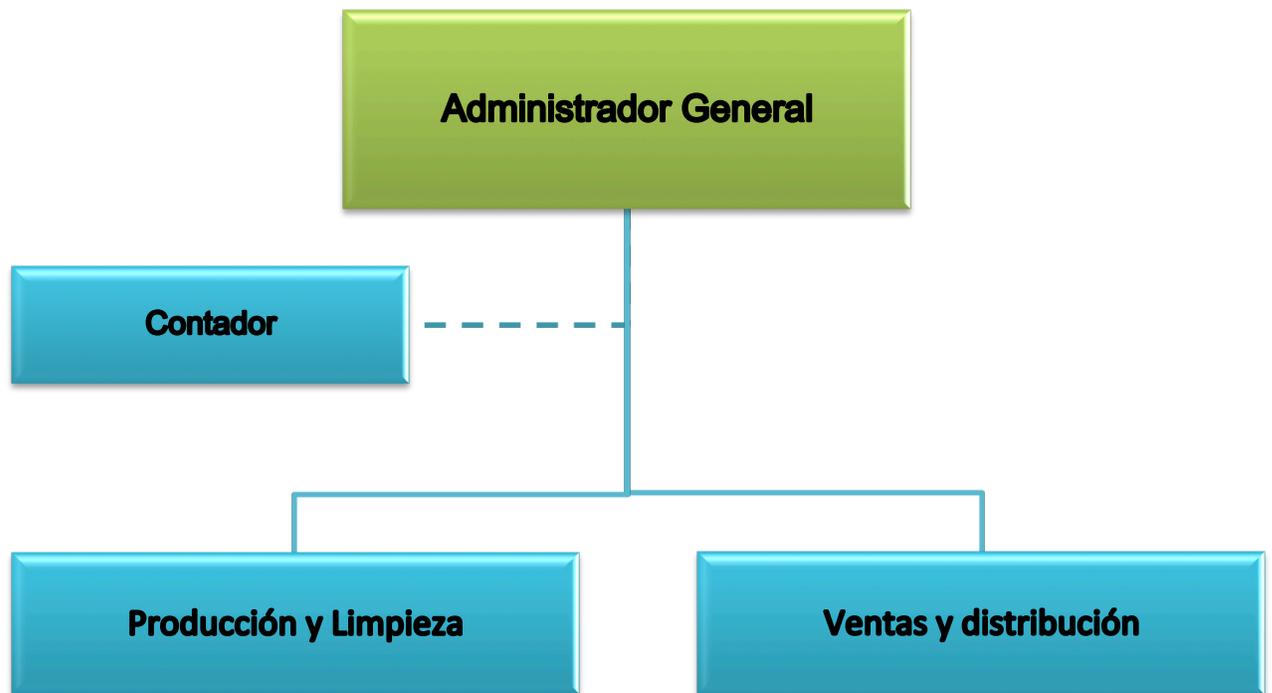
- Certificaciones con las que cuente la marca
- Los sellos de garantía deben estar en perfectas condiciones.
- Y que las condiciones requeridas del producto estén especificadas en el empaque.

Todas las compras de insumos se hacen al contado riguroso

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Lic. Evelyn I. Gaytán Villalobos	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201131

7. RECURSOS HUMANOS

7.1 Organización funcional.



7.1.1 Análisis de Puestos

Puesto	Descripción de Funciones	Ubicación en Organigrama	Personal a su Cargo	Habilidades y Conocimientos
Administrador General	Administración, dirección, control y supervisión de las actividades de la empresa, y cobranza de las ventas.	Nivel Jerárquico 1	Todas las ocupaciones del nivel jerárquico 2	Liderazgo, manejo de personal, administrador, innovador, entusiasta, emprendedor, etc.
Ventas y distribución	Establecimiento de un nexo entre el cliente y la empresa, asesorar a los clientes, administrar su territorio de ventas, formalización de venta con el cliente, traslado y entrega de las mercancías hasta el establecimiento del cliente.	Nivel Jerárquico 2	NO	Facilidad para hablar en público, hábil en negociaciones, buen trato personal, excelencia en conducción de vehículos automotores.
Operador, almacenista y empacador	Mantenimiento de Almacenes, encargado de los procesos de producción, y limpieza del área de trabajo al término de cada jornada laboral.	Nivel Jerárquico 2	NO	Rapidez para realizar operaciones y demás funciones que deba desempeñar siempre cuidando los materiales y

				eficientando tiempos.
Contador	Funciones básicas de contabilidad para el correcto manejo de la empresa.	Outsourcing	NO	Básicas de contabilidad, profesionalismos, seriedad, institucionalismo.

Puesto	Esfuerzos	Requisitos extras a los ya establecidos en el Reglamento Interior de Trabajo	Remuneración
Administrador General	Mental	Ingeniería en Agronomía o carrera que cumpla con los requerimientos del puesto.	\$1,000 Semanales
Ventas y distribución	Mental y Físico	Nivel de estudios: Preparatoria o Carrera Trunca	\$500.00 Semanales
Operador, almacenista y empacador	Físico y Mental	Nivel de estudios: Preparatoria o Carrera trunca	\$500.00 Semanales
Contador	Mental	Despacho Certificado	\$500 por honorarios de forma mensual

7.2 Políticas de la Empresa

- Realizar todo trabajo con excelencia.
- Brindar trato justo y esmerado a todos los clientes, en sus solicitudes y reclamos.

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Lic. Evelyn I. Gaytán Villalobos	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201131

- Atender al cliente es responsabilidad de todos los integrantes de la empresa, para lo cual deberán conocer los procedimientos a fin de orientarlos.
- Todos los integrantes de la empresa deben mantener un comportamiento ético.
- Los puestos de trabajo en la empresa son de carácter polifuncional; ningún trabajador podrá negarse a cumplir una actividad para la que esté debidamente capacitado.
- Impulsar el desarrollo de la capacidad y personalidad de los recursos humanos mediante acciones sistemáticas de formación.
- Todas las actividades son susceptibles de delegación, tanto en la acción como en su responsabilidad implícita.
- Realizar evaluaciones periódicas, permanentes a todos los procesos de la organización.
- Preservar el entorno ambiental y la seguridad de la comunidad en todo trabajo.
- Difundir permanentemente la gestión de la empresa en forma interna y externa.

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Lic. Evelyn I. Gaytán Villalobos	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201131

7.3 Ocupaciones Generadas

FORMATO DE CAPTURA DE OCUPACIONES GENERADAS			
TIPO DE OCUPACION	NO DE PERSONAS OCUPADAS	DIAS LABORADOS X PERSONA AL AÑO	HORAS LABORADAS AL DIA
Trabajadores permanentes subordinados remunerados	3	8	280
Trabajadores eventuales subordinados remunerados jornaleros	0	0	0
Trabajadores permanentes subordinados sin pago	0	0	0
Trabajadores eventuales sin pago	0	0	0
Empleadores permanentes	0	0	0
Empleadores eventuales	0	0	0
Trabajadores por cuenta propia	0	0	0
Trabajadores por comisión o encargo	0	0	0
TOTAL	3	8	280

7.3 Plan de Recursos Humanos

7.3.1 Selección de Personal

1. Establecer las técnicas y fuentes de reclutamiento que serán utilizadas para la integración de la cartera de candidatos.
2. El reclutamiento de candidatos estará a cargo de la Administración General de la Empresa mediante detección independiente realizada para integrar una fuerza laboral más amplia.
3. Las características con las que deberán cumplir los candidatos se apejarán en lo general al perfil del puesto autorizado. Los candidatos también

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Lic. Evelyn I. Gaytán Villalobos	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201131

deberán apegarse a las condiciones específicas establecidas en el Reglamento Interior de Trabajo.

7.3.2 Aumentos de Sueldo

Se reconoce el buen desempeño de los Empleados en el logro de sus objetivos, mediante el incremento de aumentos de Sueldo en base a una Evaluación Individual de su Desempeño, la posición del Sueldo en el Tabulador y la inflación en el costo de vida.

7.3.3 Cumplimiento de la seguridad social

La obligatoriedad sobre el aseguramiento de sus Empleados ante el Instituto Mexicano del Seguro Social, así como de retener las cuotas obrero-patronales, realizar el pago oportuno de las mismas, y los demás que se establezcan en la Ley del Instituto Mexicano del Seguro Social.

7.3.3.1 Objetivo

Cumplir con las disposiciones de la Ley del instituto Mexicano del Seguro Social, así como garantizar el derecho a la salud, la asistencia médica, la protección de los medios de subsistencia y los servicios sociales necesarios para el bienestar del Empleado.

7.3.4 Responsabilidades y Lineamientos sobre Movimientos Afiliatorios ante el IMSS

1. El Auxiliar Administrativo, cotejará y verificará la información del personal a fin de elaborar los movimientos afiliatorios al IMSS, en caso de que el personal por ingresar no cuente con un Número de Seguridad Social, se le informará al

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Lic. Evelyn I. Gaytán Villalobos	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201131

personal que lo deberá tramitar antes de iniciar sus labores en la Subdelegación del IMSS.

2. El Auxiliar Administrativo deberá presentarse dentro de un plazo no mayor a cinco días contados a partir del día de ingreso o baja, los movimientos afiliatorios (altas y bajas) a través de IMSS Desde su Empresa (IDSE, Correo Electrónico).

8. ASPECTOS LEGALES

8.1 La sociedad.

Por tratarse de un grupo social, se llevó a cabo la celebración de una Asamblea en la cual se constituyen como tal, designando las funciones particulares de cada uno de los integrantes, así como la persona que fungirá como representante social del grupo, quien para este caso se trata de la Sra. Antonia Gamboa Lazos.

8.2 Constitución como Persona Física

Cualquier persona que legalmente pueda obligarse a contraer responsabilidades y tener derechos puede establecerse libremente como empresario, es decir, crear su propio negocio, cumpliendo con las disposiciones del Código de Comercio y conociendo el régimen fiscal que estará obligado a cumplir de acuerdo a las disposiciones fiscales.

VENTAJAS:

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Lic. Evelyn I. Gaytán Villalobos	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201131

- Ser el jefe: como propietario único, se tiene la libertad de administrar la empresa en el marco legal y fiscal que se elija. Se puede expandir o limitar la empresa; aumentar o disminuir productos o servicios; contratar, promover o despedir al personal. Esta facultad para tomar decisiones con rapidez, sin tener que esperar la aprobación de un comité, permite tener la ventaja de varias oportunidades. Si se busca control máximo y un mínimo de interferencia de otras personas, la mejor opción es la propiedad única.
- Es fácil empezar. La propiedad única es la forma legal más sencilla de empezar. No hay gastos adicionales que cubrir desde el punto de vista legal. Todo lo que se tiene que hacer es conseguir los activos y comenzar a operar, de conformidad con el marco fiscal en que se registre ante las autoridades hacendarias.
- Se conservan todas las utilidades; en una propiedad única, todas las utilidades son del propietario. No se está obligado a compartirlas con nadie. Es una decisión del dueño si se utilizan en forma personal o se reinvierten en la empresa.
- Los ingresos de la empresa son gravados como ingresos personales. El gobierno considera que los ingresos derivados de una propiedad única son parte del ingreso del propietario. Además, las pérdidas incurridas por la empresa se pueden amortizar en el plazo que establece la Ley del Impuesto sobre la Renta.
- Se puede suspender actividades la empresa a voluntad. Si se decide que se quiere dedicar a otras actividades, es muy sencillo liquidar la empresa, sin tener que considerar dividir acciones o efectuar trámites especiales, sólo se tienen que suspender las operaciones

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Lic. Evelyn I. Gaytán Villalobos	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201131

8.3 Licencias y derechos.

8.3.1 Registro de la Marca

Dentro de los planes a mediano plazo de la empresa, se encuentra hacer el registro de la marca ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, aun sin embargo esta acción no será necesaria para el arranque de la misma, a continuación se muestra la información relacionada:

Una marca es todo signo visible que se utiliza para distinguir e individualizar un producto o un servicio de otros de su misma clase o especie. Su función principal es la de servir como elemento de identificación de los diversos productos y servicios que se ofrecen y se prestan en el mercado.

La marca constituye el único instrumento que tiene a su disposición el consumidor para identificar y poder seleccionar los artículos y los servicios de su preferencia. De ahí su importancia y sobre todo la de registrarla.

Una marca debe registrarse para que el propietario, obtenga un Título de Registro que le da el derecho a usarla en forma exclusiva en toda la República Mexicana. De esta manera nadie deberá usarla sin autorización, el registro dura 10 años a partir de la fecha en que solicite el registro y se puede renovar el registro las veces que se desee, además se pueden otorgar licencias, franquicias, ceder los derechos, gravarlos. Asimismo, se podrá ostentar en los productos o servicios la leyenda “marca registrada”, las siglas “M.R.” o el símbolo ®.

Para el registro sólo se tiene que llenar correctamente una solicitud, pagar en el banco o vía el Portal de Pagos y Servicios electrónicos del Instituto y presentarla en el IMPI (D.F. u Oficinas Regionales), o en la Delegación o Subdelegación Federal de la Secretaría de Economía de su localidad.

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Lic. Evelyn I. Gaytán Villalobos	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201131

8.4 Obligaciones legales.

8.4.1 Como Persona Física con Actividades Empresariales y Profesionales

- Presentar declaración y pago provisional de Impuesto Sobre la Renta, Impuesto al Valor Agregado e Impuesto Empresarial a Tasa Única.
- Dicha declaración tendrá que ser presentada cuando las ventas o servicios sean distintas a la tasa 0% o por las que no se paga impuesto.
- La fecha en que se debe de dar cumplimiento a tal obligación es el día 17 del mes siguiente a aquél al que corresponda.
- Fundamentos: Ley del Impuesto al Valor Agregado en su artículo 2-C, Ley del Impuesto Sobre la Renta en su artículo 139, fracción VI.
- Deberá registrar sus operaciones en un libro de ingresos diarios.
- Por actos que se realicen deberá expedir comprobantes simplificados o ticket de venta.

8.5 Permisos y limitaciones.

8.5.1 Fundamento del Contrato Individual de Trabajo

El artículo 25 de la ley Federal de trabajo señala respecto al contrato de trabajo; el Escrito en que consten las condiciones de trabajo debe contener:

- I. Nombre, nacionalidad, edad, sexo, estado civil y domicilio del trabajador y del patrón;
- II. Si la relación de trabajo es para obra o tiempo determinado o tiempo Indeterminado;

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Lic. Evelyn I. Gaytán Villalobos	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201131

- III. El servicio(s) que deba prestarse, los que se determinan con la mayor precisión posible;
- IV. El lugar(s) donde deba prestarse el trabajo;
- V. La duración de la jornada;
- VI. La forma y el monto del salario;
- VII. El día y el lugar de pago del salario; y
- VIII. La indicación de que el trabajador ser capacitado o adiestrado en los Términos de los planes y programas establecidos o que se establezcan en la Empresa, conforme a lo dispuesto en esta ley.

8.5.2 Permiso de uso de suelo

Si las ventas en el establecimiento fueran abiertas al público en general, se tendría que pedir el permiso de uso de suelo el cual se otorga por parte del municipio a través del departamento de Desarrollo Urbano de la Presidencia Municipal de Hidalgo del Parral Chihuahua, el cual es regido por la ley que regula el funcionamiento de establecimientos comerciales.

8.5.3 Aviso de Declaración de Apertura

Declaración de Apertura de Establecimientos Mercantiles vía Internet previa autorización del permiso de uso de suelo por la Presidencia Municipal. La Declaración de Apertura no tiene vigencia, siempre y cuando el establecimiento no cambie de giro no es necesario renovar este documento, sin embargo cuando se va a cerrar la empresa o suspender labores por tiempo indefinido, se tiene que dar aviso de que se cierra o traspasa.

9. PLANES DE LANZAMIENTO

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Lic. Evelyn I. Gaytán Villalobos	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201131

La empresa iniciará operaciones con el ciclo productivo de la planta, es decir por los meses de marzo o abril del año, para esta fecha ya se tendrán proyectos avanzados con productores o clientes identificados y establecidos con la finalidad de que el cliente se convenza de llevar a cabo la compra del producto para contratar posteriormente los servicios de asistencia técnica y darle seguimiento a sus proyectos, ya sea de reforestación o aprovechamiento forestal, esto será acompañado de una campaña publicitaria que se logrará a través de las tarjetas de presentación y recomendaciones personales.

10. PLAN FINANCIERO Y EVALUACIÓN DEL PROYECTO

10.1 Presupuesto: inversión, capital de trabajo, costos y gastos.

Materia Prima	Consumo de Materia Prima		Consumo Anual	Costo Total Anual
	Consumo por Lote	Costo		
Fertilizante Iniciador	18	207.00	18	3,672
Fertilizante de Desarrollo	67	164.00	67	10,911
Fertilizante Finalizador	18	134.00	18	2,377
Sustrato	154	370.00	154	56,889
Semillas	5	1,200.00	5	5,914
Insecticidas	0	385.00	0	190
Fungicidas	1	490.00	1	483
			-	-
			-	-
			-	-
Total Materia Prima				80,435

Plaza	Plazas por Turno	Turnos por Día	Sueldo Mensual	Costos de Mano de Obra Directa		
				Prestaciones 35%	Sueldo Anual por Plaza	Sueldo Anual
Producción	1	1	1,517	531	24,570	24,570
				-	-	-
				-	-	-
				-	-	-
Total Costos de Mano de Obra Directa						24,570

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Lic. Evelyn I. Gaytán Villalobos	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201131

Otros Costos Operativos					
Concepto	Unidad	Costo Unitario	Consumo por Mes	Costo Mensual	Costo Total Anual
Renta del Predio	Renta Mensual	500.00	1	500	6,000
				-	-
				-	-
				-	-
Total Otros Costos Operativos					6,000

Presupuesto Anual de Costos de Operación

Concepto	Costo Total Anual	Costo Unitario Anual
<i>Costos variables</i>		
Materia prima	80,435	0.65
Envases y embalajes	-	0.00
Materiales indirectos	-	0.00
Energía y combustibles	-	0.00
Mano de obra directa	24,570	0.20
Subtotal	105,005	0.85
<i>Costos fijos</i>		
Mano de obra indirecta	-	
Otros costos operativos	6,000	
Depreciación	31,136	
Subtotal	37,136	
Total	142,141	

Sueldos Administrativos

Puesto	Sueldo Mensual	Prestaciones 35%	Sueldo Anual
Administrador Gral.	2,900	1,015	46,980
		-	-
		-	-
		-	-
Total Sueldos Administrativos			46,980

Sueldos de Ventas			
Puesto	Sueldo Mensual	Prestaciones 35%	Sueldo Anual
Vendedor	2,900	1,015	46,980
		-	-
		-	-
		-	-
Total Sueldos Ventas			46,980

Gastos de Administración	
Concepto	Costo
Sueldos	46,980
Servicio de Agua	3,240
Servicio Eléctrico	1,800
Total anual	52,020

Gastos de Venta	
Concepto	Costo
Sueldos	46,980
Comisiones	-
Publicidad	700
Mantenimiento	2,500
Combustible	7,093
Total anual	57,273

Presupuesto Anual de Gastos de Venta y Administración

Gastos de Administración*	52,020
Gastos de Venta	
<i>Fijos</i>	
Sueldos	46,980
Publicidad	700
Mantenimiento	2,500
<i>Subtotal</i>	102,200
<i>Variables</i>	
Comisiones	-
Combustibles	7,093
Viáticos	-
Otros gastos	-
<i>Subtotal</i>	7,093
Total	109,293

* Todos los gastos de administración se consideran fijos

Presupuesto de Inversión

Otros Activos Fijos

Concepto		Costo	Aportación Propia	Financiamiento
Malla Sombra	1 Planta	60,124		60,124
Invernadero Tipo Tunel	1 Planta	141,022		141,022
Charolas de Poliestireno	1600 Pzas.	107,648	62,301	45,347
Super Cote Sellador de C	1 unidad	2,566		2,566
				-
Total Otros Activos		311,359	62,301	249,058

Inversión Total en Activo Fijo y Diferido

Concepto	Costo	Aportación Propia	Financiamiento
Maquinaria y Equipo	-	-	-
Terreno y Edificios	-	-	-
Vehículos	-	-	-
Otros Activos Fijos	311,359	62,301	249,058
Activo Diferido	-	-	-
Total (\$)	311,359	62,301	249,058
Total (%)	100.00%	20.01%	79.99%

Depreciación y Amortización del Activo Fijo y Diferido

Concepto	Costo Total	% Anual Deprec.	Año				
			1	2	3	4	5
<i>Otros Activos Fijos</i>							
Malla Sombra	60,124	10%	6,012	6,012	6,012	6,012	6,012
Invernadero Tipo Tunel	141,022	10%	14,102	14,102	14,102	14,102	14,102
Charolas de Poliestireno	107,648	10%	10,765	10,765	10,765	10,765	10,765
Super Cote Sellador de	2,566	10%	257	257	257	257	257
-	-	-	-	-	-	-	-
Total			31,136	31,136	31,136	31,136	31,136

10.2 Estados Financieros Básicos.

Balance General Inicial			
Activo		Pasivo y Capital	
<i>Activo Circulante</i>		<i>Pasivo Circulante</i>	
Efectivo	152,140	Cuentas por pagar	-
Cuentas por cobrar	-	Documentos por pagar	-
Inventario	-	Impuestos por pagar	-
Total circulante	152,140	Total circulante	-
<i>Activo Fijo</i>		<i>Pasivo Fijo</i>	
Maquinaria y Equipo	-	Préstamo a largo plazo	249,058
Terreno y Edificios	-	Total pasivo	249,058
Vehículos	-	<i>Capital</i>	
Otros Activos Fijos	311,359	Capital propio	214,442
(-) Depreciación	-	Utilidades retenidas	-
Total fijo	311,359	Total capital	214,442
<i>Activo Diferido</i>	-		
Total de Activos	463,500	Total Pasivo y Capital	463,500



Balances Generales

Activo	Año				
	1	2	3	4	5
Activo Circulante					
Efectivo	258,115	325,762	405,525	499,047	607,648
Cuentas por cobrar	-	-	-	-	-
Inventario	-	-	-	-	-
Total circulante	258,115	325,762	405,525	499,047	607,648
Activo Fijo					
Maquinaria y Equipo	-	-	-	-	-
Terreno y Edificios	-	-	-	-	-
Vehículos	-	-	-	-	-
Otros Activos Fijos	311,359	311,359	311,359	311,359	311,359
Activo fijo bruto	311,359	311,359	311,359	311,359	311,359
(-) Depreciación	- 31,136	- 62,272	- 93,408	- 124,544	- 155,680
Total fijo	280,223	249,088	217,952	186,816	155,680
Activo Diferido					
(-) Amortización	-	-	-	-	-
Total diferido	-	-	-	-	-
Total de Activos	538,338	574,849	623,476	685,863	763,328
Pasivo y Capital					
Pasivo Circulante					
Cuentas por pagar	-	-	-	-	-
Documentos por pagar	-	-	-	-	-
Impuestos por pagar	3,939	4,751	5,163	5,611	6,097
Total circulante	3,939	4,751	5,163	5,611	6,097
Pasivo Fijo					
Préstamos a largo plazo	249,058	199,247	149,435	99,623	49,812
Total de Pasivos	252,997	203,997	154,598	105,234	55,909
Capital					
Capital propio	214,442	214,442	214,442	214,442	214,442
Utilidades retenidas	70,899	156,410	254,437	366,187	492,977
Total capital	285,341	370,852	468,879	580,629	707,419

Total Pasivo y Capital **538,338** **574,849** **623,476** **685,863** **763,328**

	Presupuesto de Efectivo Mensual											
	Primer Año											
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Ventas	0	0	0	0	0	0	0	369,600	0	0	0	0
Ingresos												
Cobranzas:												
Mismo mes	0	0	0	0	0	0	0	369,600	0	0	0	0
Un mes	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Dos meses	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Tres meses	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total cobranzas	0	0	0	0	0	0	0	369,600	0	0	0	0
Otros ingresos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total ingresos	0	0	0	0	0	0	0	369,600	0	0	0	0
Egresos												
Compras a proveedores	6,703	6,703	6,703	6,703	6,703	6,703	6,703	6,703	6,703	6,703	6,703	6,703
Pagos:												
Mismo mes	6,703	6,703	6,703	6,703	6,703	6,703	6,703	6,703	6,703	6,703	6,703	6,703
Un mes	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Dos meses o más	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total pagos	6,703	6,703	6,703	6,703	6,703	6,703	6,703	6,703	6,703	6,703	6,703	6,703
Energía y combustibles	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mano de obra directa	2,048	2,048	2,048	2,048	2,048	2,048	2,048	2,048	2,048	2,048	2,048	2,048
Mano de obra indirecta	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Otros costos operativos	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
Gastos de administración	4,335	4,335	4,335	4,335	4,335	4,335	4,335	4,335	4,335	4,335	4,335	4,335
Gastos de venta	4,773	4,773	4,773	4,773	4,773	4,773	4,773	4,773	4,773	4,773	4,773	4,773
Intereses	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Amortización de deuda	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Impuestos	3,939	3,939	3,939	3,939	3,939	3,939	3,939	3,939	3,939	3,939	3,939	3,939
Compras de activos fijos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Dividendos en efectivo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Otros egresos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total egresos	18,358	22,297	22,297	22,297	22,297	22,297	22,297	22,297	22,297	22,297	22,297	22,297
Excedente (faltante) del mes	-18,358	-22,297	-22,297	-22,297	-22,297	-22,297	-22,297	347,303	-22,297	-22,297	-22,297	-22,297
Efectivo al inicio del mes	152,140	133,782	111,485	89,188	66,891	44,594	22,297	0	347,303	325,006	302,709	280,412
Efectivo acumulado	133,782	111,485	89,188	66,891	44,594	22,297	0	347,303	325,006	302,709	280,412	258,115
Saldo mínimo deseado	152,140	152,140	152,140	152,140	152,140	152,140	152,140	152,140	152,140	152,140	152,140	152,140
Efectivo (préstamo) acumulado	-18,358	-40,655	-62,952	-85,249	-107,546	-129,843	-152,140	195,162	172,865	150,568	128,271	105,974
Inversión en Capital de Trabajo	152,140											



	Presupuesto de Efectivo Mensual											
	Segundo Año											
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Ventas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ingresos												
Cobranzas:												
Mismo mes	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Un mes	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Dos meses	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Tres meses	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total cobranzas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Otros ingresos	0	0	0	0	0	0	0	401,663	0	0	0	0
Total ingresos	0	0	0	0	0	0	0	401,663	0	0	0	0
Egresos												
Compras a proveedores	6,938	6,938	6,938	6,938	6,938	6,938	6,938	6,938	6,938	6,938	6,938	6,938
Pagos:												
Mismo mes	6,938	6,938	6,938	6,938	6,938	6,938	6,938	6,938	6,938	6,938	6,938	6,938
Un mes	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Dos meses o más	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total pagos	6,938	6,938	6,938	6,938	6,938	6,938	6,938	6,938	6,938	6,938	6,938	6,938
Energía y combustibles	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mano de obra directa	2,119	2,119	2,119	2,119	2,119	2,119	2,119	2,119	2,119	2,119	2,119	2,119
Mano de obra indirecta	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Otros costos operativos	518	518	518	518	518	518	518	518	518	518	518	518
Gastos de administración	4,487	4,487	4,487	4,487	4,487	4,487	4,487	4,487	4,487	4,487	4,487	4,487
Gastos de venta	4,940	4,940	4,940	4,940	4,940	4,940	4,940	4,940	4,940	4,940	4,940	4,940
Intereses	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Amortización de deuda	4,151	4,151	4,151	4,151	4,151	4,151	4,151	4,151	4,151	4,151	4,151	4,151
Impuestos	3,959	4,751	4,751	4,751	4,751	4,751	4,751	4,751	4,751	4,751	4,751	4,751
Compras de activos fijos												
Dividendos en efectivo												
Otros egresos												
Total egresos	27,091	27,902	27,902	27,902	27,902	27,902	27,902	27,902	27,902	27,902	27,902	27,902
Excedente (faltante) del mes	-27,091	-27,902	-27,902	-27,902	-27,902	-27,902	-27,902	-27,902	-27,902	-27,902	-27,902	-27,902
Efectivo al inicio del mes	256,115	231,024	203,122	175,220	147,317	119,415	91,513	63,610	437,371	409,469	381,566	353,664
Efectivo acumulado	231,024	203,122	175,220	147,317	119,415	91,513	63,610	437,371	409,469	381,566	353,664	325,762
Saldo mínimo deseado	152,140	152,140	152,140	152,140	152,140	152,140	152,140	152,140	152,140	152,140	152,140	152,140
Efectivo (préstamo) acumulado	78,884	50,981	23,079	-4,823	-32,726	-60,628	-88,530	285,230	257,328	229,426	201,523	173,621



Estados de Flujos de Efectivo

	Año				
	1	2	3	4	5
Flujos de Efectivo de las Actividades de Operación					
Utilidad neta		85,511	98,027	111,750	126,790
(+) Depreciación y amortización		31,136	31,136	31,136	31,136
(+) Disminución en cuentas por cobrar					
(-) Aumento en cuentas por cobrar					
(+) Disminución en inventario					
(-) Aumento en inventario					
(-) Disminución en cuentas por pagar					
(+) Aumento en cuentas por pagar					
(-) Disminución en pasivos acumulados					
(+) Aumento en pasivos acumulados		812	412	448	487
Total		117,459	129,575	143,334	158,413
Flujos de Efectivo de las Actividades de Inversión					
(+) Disminución en activo fijo y diferido					
(-) Aumento en activo fijo y diferido					
Total		0	0	0	0
Flujos de Efectivo de las Actividades de Financiamiento					
(+) Aumento en documentos por pagar					
(-) Disminución en documentos por pagar					
(+) Aumento en deudas a largo plazo					
(-) Disminución en deudas a largo plazo		-49,812	-49,812	-49,812	-49,812
(+) Aumento en aportaciones de capital					
(-) Disminución en aportaciones de capital					
(-) Dividendos		0	0	0	0
Total		-49,812	-49,812	-49,812	-49,812
Cambio neto en efectivo		67,647	79,763	93,522	108,601

Flujos Netos de Efectivo

	Año					
	0	1	2	3	4	5
UAI		118,166	142,518	163,378	186,250	211,317
(-) Impuestos		47,266	57,007	65,351	74,500	84,527
UNODI		70,899	85,511	98,027	111,750	126,790
(+) Depreciación		31,136	31,136	31,136	31,136	31,136
FEO		102,035	116,647	129,163	142,886	157,926
(+) FENO						155,680
Inversión inicial	-463,500					
FEN	-463,500	102,035	116,647	129,163	142,886	313,606

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Lic. Evelyn I. Gaytán Villalobos	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201131

Estados de Resultados Mensuales

	Primer Año												Total
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
Ventas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	369,600
Costo de ventas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Inventario inicial	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Compras y producción:	6,703	6,703	6,703	6,703	6,703	6,703	6,703	6,703	6,703	6,703	6,703	6,703	80,435
Materia prima	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Envases y embalajes	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Materiales indirectos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Energía y combustibles	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mano de obra directa	2,048	2,048	2,048	2,048	2,048	2,048	2,048	2,048	2,048	2,048	2,048	2,048	24,570
Subtotal	8,750	8,750	8,750	8,750	8,750	8,750	8,750	8,750	8,750	8,750	8,750	8,750	105,005
Inventario final	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
Mano de obra indirecta	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Otros costos operativos	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	6,000
Total costo de ventas	9,250	9,250	9,250	9,250	9,250	9,250	9,250	9,250	9,250	9,250	9,250	9,250	111,005
Utilidad Bruta	-9,250	-9,250	-9,250	-9,250	-9,250	-9,250	-9,250	-9,250	-9,250	-9,250	-9,250	-9,250	-258,595
Gastos de venta y administración	4,335	4,335	4,335	4,335	4,335	4,335	4,335	4,335	4,335	4,335	4,335	4,335	52,020
Gastos de Administración*	3,915	3,915	3,915	3,915	3,915	3,915	3,915	3,915	3,915	3,915	3,915	3,915	46,980
Sueldos	58	58	58	58	58	58	58	58	58	58	58	58	700
Publicidad	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208	2,500
Mantenimiento	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Comisiones	591	591	591	591	591	591	591	591	591	591	591	591	7,093
Combustibles	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Viajes	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Otros gastos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total gastos de venta y administración	9,108	9,108	9,108	9,108	9,108	9,108	9,108	9,108	9,108	9,108	9,108	9,108	109,293
Utilidad Antes de Depr., int. e Impuestos	-18,358	-18,358	-18,358	-18,358	-18,358	-18,358	-18,358	-18,358	-18,358	-18,358	-18,358	-18,358	-149,302
Depreciación y amortización	2,595	2,595	2,595	2,595	2,595	2,595	2,595	2,595	2,595	2,595	2,595	2,595	31,136
Utilidad Antes de intereses e impuestos	-20,953	-20,953	-20,953	-20,953	-20,953	-20,953	-20,953	-20,953	-20,953	-20,953	-20,953	-20,953	-118,166
Intereses	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Utilidad Antes de impuestos	-20,953	-20,953	-20,953	-20,953	-20,953	-20,953	-20,953	-20,953	-20,953	-20,953	-20,953	-20,953	-118,166
Impuestos	-8,381	-8,381	-8,381	-8,381	-8,381	-8,381	-8,381	-8,381	-8,381	-8,381	-8,381	-8,381	-47,266
Utilidad Neta Después de Impuestos	-13,572	-13,572	-13,572	-13,572	-13,572	-13,572	-13,572	-13,572	-13,572	-13,572	-13,572	-13,572	-70,899
Dividendos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Adición a Utilidades Retenidas	-12,572	-12,572	-12,572	-12,572	-12,572	-12,572	-12,572	-12,572	-12,572	-12,572	-12,572	-12,572	-70,899

Estados de Resultados Mensuales

	Segundo Año												
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
Ventas	0	0	0	0	0	0	0	401,663	0	0	0	0	401,663
Costo de ventas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Inventario inicial	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Compras y producción:													
Materia prima	6,938	6,938	6,938	6,938	6,938	6,938	6,938	6,938	6,938	6,938	6,938	6,938	83,251
Envases y embalajes	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Materiales indirectos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Energía y combustibles	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mano de obra directa	2,119	2,119	2,119	2,119	2,119	2,119	2,119	2,119	2,119	2,119	2,119	2,119	25,430
Subtotal	9,057	9,057	9,057	9,057	9,057	9,057	9,057	9,057	9,057	9,057	9,057	9,057	108,680
Inventario final	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
Mano de obra indirecta	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Otros costos operativos	518	518	518	518	518	518	518	518	518	518	518	518	6,210
Total costo de ventas	9,574	9,574	9,574	9,574	9,574	9,574	9,574	9,574	9,574	9,574	9,574	9,574	114,890
Utilidad Bruta	-9,574	-9,574	-9,574	-9,574	-9,574	-9,574	-9,574	392,089	-9,574	-9,574	-9,574	-9,574	286,772
Gastos de venta y administración													
Gastos de Administración*	4,487	4,487	4,487	4,487	4,487	4,487	4,487	4,487	4,487	4,487	4,487	4,487	53,841
Sueldos	4,052	4,052	4,052	4,052	4,052	4,052	4,052	4,052	4,052	4,052	4,052	4,052	48,624
Publicidad	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	725
Mantenimiento	216	216	216	216	216	216	216	216	216	216	216	216	2,588
Comisiones	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Combustibles	612	612	612	612	612	612	612	612	612	612	612	612	7,341
Viajeros	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Otros gastos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total gastos de venta y administración	9,427	9,427	9,427	9,427	9,427	9,427	9,427	9,427	9,427	9,427	9,427	9,427	113,118
Utilidad Antes de Depr., Int. e Impuestos	-19,001	-19,001	-19,001	-19,001	-19,001	-19,001	-19,001	382,662	-19,001	-19,001	-19,001	-19,001	173,654
Depreciación y amortización	2,595	2,595	2,595	2,595	2,595	2,595	2,595	2,595	2,595	2,595	2,595	2,595	31,136
Utilidad Antes de Intereses e Impuestos	-21,595	-21,595	-21,595	-21,595	-21,595	-21,595	-21,595	380,067	-21,595	-21,595	-21,595	-21,595	142,518
Intereses	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Utilidad Antes de Impuestos	-21,595	-21,595	-21,595	-21,595	-21,595	-21,595	-21,595	380,067	-21,595	-21,595	-21,595	-21,595	142,518
Impuestos	-8,638	-8,638	-8,638	-8,638	-8,638	-8,638	-8,638	152,027	-8,638	-8,638	-8,638	-8,638	57,007
Utilidad Neta Después de Impuestos	-12,957	-12,957	-12,957	-12,957	-12,957	-12,957	-12,957	228,040	-12,957	-12,957	-12,957	-12,957	85,511
Dividendos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Adición a Utilidades Retenidas	-12,957	-12,957	-12,957	-12,957	-12,957	-12,957	-12,957	228,040	-12,957	-12,957	-12,957	-12,957	85,511



Estados de Resultados

	Año				
	1	2	3	4	5
Ventas	369,600	401,663	436,507	474,374	515,526
Costo de ventas					
Inventario inicial	0	0	0	0	0
Compras y producción:					
Materia prima	80,435	83,251	90,473	98,321	106,850
Envases y embalajes	0	0	-	-	-
Materiales indirectos	0	0	-	-	-
Energía y combustibles	0	0	-	-	-
Mano de obra directa	24,570	25,430	27,636	30,033	32,639
Subtotal	105,005	108,680	118,109	128,354	139,489
Inventario final	-	-	-	-	-
Mano de obra indirecta	0	0	0	0	0
Otros costos operativos	6,000	6,210	6,427	6,652	6,885
Total costo de ventas	111,005	114,890	124,536	135,007	146,374
Utilidad Bruta	258,595	286,772	311,971	339,367	369,152
Gastos de venta y administración					
Gastos de Administración*	52,020	53,841	55,725	57,676	59,694
Sueldos	46,980	48,624	50,326	52,088	53,911
Publicidad	700	725	750	776	803
Mantenimiento	2,500	2,588	2,678	2,772	2,869
Comisiones	0	0	-	-	-
Combustibles	7,093	7,341	7,978	8,670	9,422
Viáticos	0	0	-	-	-
Otros gastos	0	0	0	0	0
Total gastos de venta y administración	109,293	113,118	117,457	121,981	126,699
Utilidad Antes de Depr., Int. e Impuestos	149,302	173,654	194,514	217,386	242,452
Depreciación y amortización	31,136	31,136	31,136	31,136	31,136
Utilidad Antes de Intereses e Impuestos	118,166	142,518	163,378	186,250	211,317
Intereses	0	0	0	0	0
Utilidad Antes de Impuestos	118,166	142,518	163,378	186,250	211,317
Impuestos	47,266	57,007	65,351	74,500	84,527
Utilidad Neta Después de Impuestos	70,899	85,511	98,027	111,750	126,790
Dividendos	0	0	0	0	0
Adición a Utilidades Retenidas	70,899	85,511	98,027	111,750	126,790
Amortización de deuda	0	49,812	49,812	49,812	49,812
Amortización como % de la utilidad neta	0.0%	58.3%	50.8%	44.6%	39.3%

10.3 Proyecciones Financieras y Evaluación del Proyecto.

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Lic. Evelyn I. Gaytán Villalobos	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201131

10.3.1 Métodos

10.3.1.1 VPN

10.3.1.2 TIR

10.3.1.3 Periodo de Recuperación

10.3.1.4 Punto de Equilibrio

Valuación Económica - Financiera

Valor Presente Neto (VPN)	\$160,033
Tasa Interna de Rendimiento (TIR)	17.69%
TIR Modificada (TIRM)	14.16%
Índice de Rentabilidad (IR)	1.35
Relación Costo-Beneficio (C/B)	0.74
Periodo de Recuperación (PR)	3.81 años
Valor Presente Neto de los Propietarios (VPNP)	\$147,014
Valor Presente Neto Ajustado (VPNA)	\$54,469
Costo Promedio Ponderado de Capital	7.59%
Costo del Capital Propio	16.40%

Análisis de Punto de Equilibrio

	Año				
	1	2	3	4	5
Punto de equilibrio (unidades monetarias)	\$199,993	\$201,257	\$206,768	\$212,473	\$218,377
Punto de equilibrio como % de ventas	54.1%	50.1%	47.4%	44.8%	42.4%
Costos variables totales	112,098	116,022	126,087	137,025	148,912
Costos fijos totales	139,336	143,123	147,042	151,099	155,298
Costo total	251,434	259,145	273,129	288,124	304,209
Unidades de ventas	123,200	123,200	123,200	123,200	123,200
Costos variables unitarios	0.91	0.94	1.02	1.11	1.21
Costos fijos unitarios	1.13	1.16	1.19	1.23	1.26
Costo total unitario	2.04	2.10	2.22	2.34	2.47
Precio unitario promedio ponderado	3.00	3.26	3.54	3.85	4.18
Margen de contribución	2.09	2.32	2.52	2.74	2.98
Utilidad operativa promedio por unidad	0.96	1.16	1.33	1.51	1.72

10.4 Tablero de Indicadores de Gestión Financiera.

	Razones Financieras				
	Año				
	1	2	3	4	5
<i>Razones de Liquidez</i>					
Razón Circulante	65.53	68.57	78.55	88.95	99.66
Prueba del Ácido	65.53	68.57	78.55	88.95	99.66
<i>Razones de Actividad</i>					
Rotación del Efectivo	1.43	1.23	1.08	0.95	0.85
Rotación de CxC	-	-	-	-	-
Periodo de Cobranza	-	-	-	-	-
Rotación de Inventario	#iDIV/0!	#iDIV/0!	#iDIV/0!	#iDIV/0!	#iDIV/0!
Rotación de Activo Fijo	1.32	1.61	2.00	2.54	3.31
Rotación de Activo Total	0.69	0.70	0.70	0.69	0.68
<i>Razones de Endeudamiento</i>					
Razón de la Deuda	47.0%	35.5%	24.8%	15.3%	7.3%
Rotación de Intereses	-	-	-	-	-
Cobertura de Cargos Fijos	-	1.72	1.97	2.24	2.55
Multiplicador de Capital	1.89	1.55	1.33	1.18	1.08
Deuda a Largo Plazo a Capital Contable	46.3%	34.7%	24.0%	14.5%	6.5%
<i>Razones de Rentabilidad</i>					
Margen de Utilidad Bruta	70.0%	71.4%	71.5%	71.5%	71.6%
Margen de Utilidad Operativa	32.0%	35.5%	37.4%	39.3%	41.0%
Margen de Utilidad Neta	19.2%	21.3%	22.5%	23.6%	24.6%
Rendimiento sobre Activos	13.2%	14.9%	15.7%	16.3%	16.6%
Rendimiento sobre Capital	24.8%	23.1%	20.9%	19.2%	17.9%

11. PLAN DE INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO

11.1 Plan de Inversiones y Necesidades de Financiamiento

11.1.1 Inversión en Capital de Trabajo

Desde el punto de vista contable, este capital se define como la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante. Desde el punto de vista práctico, está representado por el capital adicional (distinto de la inversión en activo fijo y diferido) con que hay que contar para que empiece a funcionar una empresa; esto es, hay que financiar la primera producción antes de recibir ingresos; haciendo relación con el proyecto se hizo un análisis de las posibles necesidades de la empresa en cuanto a requerimientos de efectivo o saldo en bancos, con respecto de esos saldos se toma en cuenta el costo de oportunidad de tener un cantidad mayor y dejar de aprovecharla para invertir en otras opciones que sean más redituables.

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Lic. Evelyn I. Gaytán Villalobos	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	P201131

11.1.2 Plan de Inversión en Activos y Financiamiento

CONCEPTO DE INVERSION	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO (\$)	INVERSION TOTAL (\$)	APORTACION DEL SOLICITANTE	APORTACION DE OTROS	APORTACION DEL FONAES
ACTIVOS FIJOS							
Terreno							
Obra civil							0.00
Remodelaciones							0.00
Maquinaria y equipo							0.00
Malla Sombra	unidad	1.00	60,124.00	60,124.00			60,124.00
InvernaderoTipo Tunel	unidad	1.00	141,021.50	141,021.50			141,021.50
Charolas de Poliestireno	unidad	1,600.00	67.28	107,648.00	62,301.28		45,346.72
Super Cote Sellador de Charola	Cc	1.00	2,565.93	2,565.93			2,565.93
Equipo de Computo							0.00
Mobiliario y Equipo de oficina							0.00
Sistema eléctrico							0.00
Sistema hidráulico							0.00
Camionetas o camiones							0.00
Equipo de reparto y cobranza							0.00
Vientres							0.00
Sementales							0.00
Otros							0.00
SUBTOTAL				311,359.43	62,301.28	0.00	249,058.15
ACTIVOS DIFERIDOS							
Formalización de la sociedad							0.00
Elaboración del perfil de inversión							0.00
Derechos de registro de marca							0.00
Permisos o licencias							0.00
Otros							0.00
SUBTOTAL				0.00	0.00	0.00	0.00
CAPITAL DE TRABAJO							
Materia prima							0.00
Insumos							0.00
Agua							0.00
Luz							0.00
Mano de obra							0.00
Mtto. obra civil							0.00
Mtto. de maq. y equipo							0.00
Mtto. de cultivos							0.00
Servicios telefónico e Internet							0.00
Seguros							0.00
Otros							0.00
SUBTOTAL				0.00	0.00	0.00	0.00
TOTAL \$				311,359.43	62,301.28	0.00	249,058.15
TOTAL %				100.00%	20.01%	0.00%	79.99%

Inversión Neta

	Aportación	Financiamiento	Total
	Propia	Programa	
Capital de Trabajo Neto	-	-	-
Activo Fijo y Diferido	62,301	249,058	311,359
Total	62,301	249,058	311,359
Porcentajes	20.01%	79.99%	100.00%

11.1.3 Programa de Recuperaciones

Tabla de Amortización de Deuda

Financiamiento \$249,058

Tasa de Interés Anual 0%

Plazo 72
Periodo de gracia 12
Pago Mensual 4,151

Fecha de Pago	Mes	Saldo Inicial	Intereses	Total	Pago	Amortización de Capital	Saldo Final
01/05/2012	1	249,058	-	249,058	0	-	249,058
01/06/2012	2	249,058	-	249,058	0	-	249,058
01/07/2012	3	249,058	-	249,058	0	-	249,058
01/08/2012	4	249,058	-	249,058	0	-	249,058
01/09/2012	5	249,058	-	249,058	0	-	249,058
01/10/2012	6	249,058	-	249,058	0	-	249,058
01/11/2012	7	249,058	-	249,058	0	-	249,058
01/12/2012	8	249,058	-	249,058	0	-	249,058
01/01/2013	9	249,058	-	249,058	0	-	249,058
01/02/2013	10	249,058	-	249,058	0	-	249,058
01/03/2013	11	249,058	-	249,058	0	-	249,058
01/04/2013	12	249,058	-	249,058	0	-	249,058
01/05/2013	13	249,058	-	249,058	4,151	4,151	244,907
01/06/2013	14	244,907	-	244,907	4,151	4,151	240,756
01/07/2013	15	240,756	-	240,756	4,151	4,151	236,605
01/08/2013	16	236,605	-	236,605	4,151	4,151	232,454
01/09/2013	17	232,454	-	232,454	4,151	4,151	228,303
01/10/2013	18	228,303	-	228,303	4,151	4,151	224,152
01/11/2013	19	224,152	-	224,152	4,151	4,151	220,001
01/12/2013	20	220,001	-	220,001	4,151	4,151	215,850
01/01/2014	21	215,850	-	215,850	4,151	4,151	211,699
01/02/2014	22	211,699	-	211,699	4,151	4,151	207,548
01/03/2014	23	207,548	-	207,548	4,151	4,151	203,397
Lic. 01/04/2014	24	203,397	-	203,397	4,151	4,151	199,247

Fecha de Pago	Mes	Saldo Inicial	Intereses	Total	Pago	Amortización de Capital	Saldo Final
01/05/2014	25	199,247	-	199,247	4,151	4,151	195,096
01/06/2014	26	195,096	-	195,096	4,151	4,151	190,945
01/07/2014	27	190,945	-	190,945	4,151	4,151	186,794
01/08/2014	28	186,794	-	186,794	4,151	4,151	182,643
01/09/2014	29	182,643	-	182,643	4,151	4,151	178,492
01/10/2014	30	178,492	-	178,492	4,151	4,151	174,341
01/11/2014	31	174,341	-	174,341	4,151	4,151	170,190
01/12/2014	32	170,190	-	170,190	4,151	4,151	166,039
01/01/2015	33	166,039	-	166,039	4,151	4,151	161,888
01/02/2015	34	161,888	-	161,888	4,151	4,151	157,737
01/03/2015	35	157,737	-	157,737	4,151	4,151	153,586
01/04/2015	36	153,586	-	153,586	4,151	4,151	149,435
01/05/2015	37	149,435	-	149,435	4,151	4,151	145,284
01/06/2015	38	145,284	-	145,284	4,151	4,151	141,133
01/07/2015	39	141,133	-	141,133	4,151	4,151	136,982
01/08/2015	40	136,982	-	136,982	4,151	4,151	132,831
01/09/2015	41	132,831	-	132,831	4,151	4,151	128,680
01/10/2015	42	128,680	-	128,680	4,151	4,151	124,529
01/11/2015	43	124,529	-	124,529	4,151	4,151	120,378
01/12/2015	44	120,378	-	120,378	4,151	4,151	116,227
01/01/2016	45	116,227	-	116,227	4,151	4,151	112,076
01/02/2016	46	112,076	-	112,076	4,151	4,151	107,925
01/03/2016	47	107,925	-	107,925	4,151	4,151	103,774
01/04/2016	48	103,774	-	103,774	4,151	4,151	99,623
01/05/2016	49	99,623	-	99,623	4,151	4,151	95,472
01/06/2016	50	95,472	-	95,472	4,151	4,151	91,321
01/07/2016	51	91,321	-	91,321	4,151	4,151	87,170
01/08/2016	52	87,170	-	87,170	4,151	4,151	83,019
01/09/2016	53	83,019	-	83,019	4,151	4,151	78,868
01/10/2016	54	78,868	-	78,868	4,151	4,151	74,717
01/11/2016	55	74,717	-	74,717	4,151	4,151	70,566
01/12/2016	56	70,566	-	70,566	4,151	4,151	66,416
01/01/2017	57	66,416	-	66,416	4,151	4,151	62,265
01/02/2017	58	62,265	-	62,265	4,151	4,151	58,114
01/03/2017	59	58,114	-	58,114	4,151	4,151	53,963
01/04/2017	60	53,963	-	53,963	4,151	4,151	49,812