



BENEMÉRITA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE PUEBLA

**COMPLEJO REGIONAL CENTRO
SEDE ACATZINGO**

LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
PRODUCTORA DE HUEVO PROVENIENTE DE GALLINA DE LIBRE
PASTOREO EN EL MUNICIPIO DE ACATZINGO.**

TESIS

QUE PARA OBTENER EL GRADO DE

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PRESENTA

ERICA HERNÁNDEZ CAMACHO

DIRECTOR DE TESIS

MTRA. GUADALUPE TENORIO ITURBIDE

ACATZINGO DE HIDALGO, PUE.

NOVIEMBRE 2019

ÍNDICE

Contenido

INTRODUCCIÓN	4
CAPÍTULO I. MARCO METODOLÓGICO.....	7
1.1 Planteamiento del problema.....	7
1.2 Justificación	9
1.3 Objetivo General.....	9
1.4 Objetivos Específicos	9
1.5 Hipótesis	9
1.6 Aspectos Metodológicos.....	10
1.7 Alcances y limitaciones.....	10
1.8 Métodos y técnicas	10
CAPÍTULO II. LA EMPRESA COMO GENERADORA DE DESARROLLO ECONÓMICO.....	12
2.1 Antecedentes históricos de la Administración.....	12
2.2 Definición y clasificación de las Empresa	14
2.2.1 Definición.....	14
2.2.2 Clasificación.....	14
2.3 Las Empresas en México.....	16
2.4 Las Empresas en Puebla	17
2.5 Las Empresas Agropecuarias en Puebla	18
2.6 El proceso emprendedor para crear una Empresa.....	19
CAPÍTULO III. PLAN DE NEGOCIOS UNA GUÍA PARA CREAR EMPRESAS...21	
3.1 Definición de Plan de Negocios.....	21
3.2 Naturaleza del Proyecto.....	23

3.3 Estudio de Mercado.....	23
3.4 Sistema de Producción.....	24
3.5 La Organización	24
3.6 El aspecto Legal	25
3.7 Las finanzas del proyecto.....	26
3.8 Ciclo de vida del Plan de Negocios	27

CAPÍTULO IV. PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE HUEVO ORGÁNICO EN LA REGIÓN DE ACATZINGO DE HIDALGO PUEBLA.27

4.1 Naturaleza del proyecto	28
4.2 Estudio de Mercado	31
4.3 Estudio Técnico.....	46
4.4 Aspectos Legales.....	62
4.5 Estudio Organizacional	66
4.6 Estudio Financiero	79

CONCLUSIÓN **94**

REFERENCIAS..... 96

INTRODUCCIÓN

El presente plan de negocio considera dentro de la investigación cuatro capítulos, mismos que se mencionan a continuación; Marco Metodológico, Plan de Negocios una Guía para Crear Empresas, La Empresa como Generadora de Desarrollo Económico y Plan de Negocios para la Creación de una Empresa Productora de Huevo Proveniente de Gallina de Libre Pastoreo en la Región de Acatzingo, Puebla. Los capítulos antes mencionados son de suma importancia para lograr los objetivos deseados.

El Capítulo I corresponde al Marco Metodológico, en el cual se presenta el planteamiento del problema, la justificación, los objetivos generales y específicos, la hipótesis, los aspectos metodológicos, los alcances y las limitaciones, los métodos y técnicas. Los cuales determinaron el comienzo de una investigación y el desarrollo de un plan de negocios para la creación de una empresa productora de huevo proveniente de gallina de libre pastoreo en la región de Acatzingo, Puebla

El Capítulo II corresponde a La Empresa como Generadora de Desarrollo Económico, la cual contiene los antecedentes históricos de la administración, la definición y clasificación de las empresas, las empresas en México, las empresas en Puebla, las empresas comerciales en Puebla, el proceso emprendedor para crear una empresa. Los cuales determinaron los antecedentes, la forma y la importancia de la administración a través de los años, así como la denominación de la empresa, la clasificación de las empresas por tamaño, giro, origen y sectores, la importancia de las pymes en México y Puebla para la economía Mexicana puesto que representan el 99 % del total de las empresas, así como el proceso que un emprendedor debe llevar a cabo para el logro de sus objetivos, para lo cual necesita implementar un adecuado Plan de Negocios.

El Capítulo III corresponde al Plan de Negocios una guía para crear Empresas, la cual contiene la definición de plan de negocios y el ciclo de vida

del plan de negocios. Los cuales determinaron la importancia que tiene del Plan de Negocios, así como las acciones y estrategias que se deben poner en marcha para lograr los objetivos deseados, de igual manera determinaron el ciclo de vida que tiene un plan de negocios desde el surgimiento de la idea, el análisis, el diseño, la ejecución y la medición.

El capítulo IV corresponde al Plan de Negocios para la creación de una empresa productora de huevo proveniente de gallina de libre pastoreo en la región de Acatzingo, Puebla. La cual contiene la naturaleza del proyecto, estudio de mercado, estudio técnico, los aspectos legales, el estudio organizacional y estudio financiero. Los cuales forman parte del Plan de Negocios en el cual se determinó La Naturaleza del Proyecto misma que contiene el giro de la empresa, la justificación de la empresa, el producto que ofertara la empresa, así como la descripción de la empresa, el nombre de la empresa, la misión, visión, objetivos, la marca y el logotipo. De igual manera se realizó un Estudio de Mercado en el cual se analizaron datos específicos como; características del municipio, análisis del sector agropecuario, la segmentación del mercado, se diseñó y aplicó una encuesta, así también se analizaron los resultados de las encuestas y el resultado obtenido en estas fue positivo, corroborando la viabilidad de la Empresa Productora de huevo de gallina de libre pastoreo puesto que el 70 % de los encuestados están dispuestos a comprar el producto y un 27 % en determinado momento podrían adquirirlo, además de no haber competencia directa en el Municipio, de alguna otra empresa que se dedique a vender huevo con las características del huevo que ofrece la Empresa antes mencionada. También se identificaron los canales de distribución, la publicidad y la presentación del producto.

Se realizó un Estudio Técnico en el cual se plasmaron los objetivos a corto, mediano y largo plazo, así como la descripción del proceso de producción, los requerimientos de espacio y materia prima necesarios para iniciar operaciones, el diseño y distribución de la planta y la ubicación de la empresa.

Se implementó el Marco Legal de la Organización, en el cual se plasman los trámites necesarios para iniciar operaciones.

De igual forma se realizó el Estudio Organizacional de la Empresa, en el cual se describen los objetivos del área de organización, la estructura organizacional (organigrama), la descripción de puestos, así como los contratos laborales que se deben realizar.

Por último, se realizó un Estudio Financiero el cual contiene la (TMAR) La tasa mínima aceptable de rendimiento, así como el (VAN) valor actual neto, las cuales son aceptados por los rendimientos y las ganancias que estas proyectan.

CAPÍTULO I. MARCO METODOLÓGICO

1.1 Planteamiento del problema

Pensando en la salud de la población y sabiendo de que en la región de Acatzingo de Hidalgo Puebla no existen empresas productoras de huevo, es que surge la idea de crear una empresa que produzca huevo proveniente de gallina de libre pastoreo.

La apertura de dicha empresa beneficiara a la población en cuanto al consumo de un huevo mucho más sano que el comercial.

Según la Revista Salud Pública y Nutrición Un huevo aporta cantidades significativas de una amplia gama de vitaminas (A, B₂, B₁₂, D, E, etc.) y minerales (Fósforo, Selenio, Hierro, Yodo y Zinc) que contribuyen a cubrir gran parte de la ingesta diaria de nutrientes recomendadas para un adulto. La acción antioxidante de algunas vitaminas y oligoelementos del huevo ayuda a proteger a nuestro organismo de procesos degenerativos diversos (cáncer, diabetes, cataratas), así como de las enfermedades cardiovasculares. Además, los huevos de campo o libre pastoreo presentan mayor contenido de proteínas, mejor textura y sobre todo un inigualable sabor. (Vilma Quitral, Abril-Junio 2009)

De acuerdo al Manual de Buenas Prácticas Pecuarias Producción de Huevo para plato. En la actualidad, a nivel mundial, y según datos de la FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación) la producción de huevo para plato se sitúa en 48,5 millones de toneladas. Asia es la región del mundo de mayor producción de huevo para plato, seguida por el continente europeo y este a su vez por el continente americano. La FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación) afirma también que el huevo es uno de los alimentos más nutritivos de la naturaleza debido a la calidad de sus proteínas y a la gran cantidad de vitaminas, minerales y sustancias esenciales que aporta. Así mismo, los alimentos como el huevo para plato, se denominan alimentos de “proteína completa”, siendo una fuente excelente de proteína de alta calidad.

Es necesario citar que desde el 2000 la AHA (American Heart Association) en sus guías alimentarias para la población sana (niños, jóvenes, adultos, embarazadas y adultos mayores), habla del consumo de 1 huevo por día en el marco de una dieta sana y equilibrada. El huevo aporta 75 calorías y provee la mejor proteína encontrada entre todos los alimentos con el mejor perfil de aminoácidos.

De acuerdo a los reportes de la FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación) en el año 2018, el consumo de huevo en México fue de 22.9 kilos per cápita. Así mismo, los reportes de la Unión Nacional de Avicultores (UNA) mencionan que durante el 2018 se llegó a las 2 millones 806,000 toneladas de huevo para plato, posicionándose México en el primer lugar como consumidor de huevo en el mundo.

Actualmente cada vez es más la gente que se preocupa por la calidad de los productos que consumen y el cuidado del medio ambiente. Motivo por el cual la población ha tenido que regresar a formas tradicionales y ecológicas para producir alimentos sanos y nutritivos. En el caso del huevo se han implementado varias técnicas de producción, mismas que brindan como resultado un huevo mucho más seguro y nutritivo.

Motivo por el cual surge la idea de realizar un Plan de Negocios para crear una empresa productora de huevo proveniente de gallina de libre pastoreo en la región de Acatzingo de Hidalgo Puebla. Con la finalidad de brindar un huevo sano a la población y el cuidado del medio ambiente.

1.2 Justificación

Actualmente en el municipio de Acatzingo no existen empresas con esas características que brinden ese beneficio. Lo que se pretende en este proyecto es el desarrollo de una empresa dedicada a la producción de huevo proveniente de gallina de pastoreo y que genere un desarrollo económico con la creación de empleos directos e indirectos.

1.3 Objetivo General

Elaborar un plan de negocios que sustente la viabilidad de la creación de una empresa productora de huevo proveniente de gallina de libre pastoreo en la región de Acatzingo de Hidalgo Puebla.

1.4 Objetivos Específicos

- Conocer los antecedentes históricos de la administración.
- Conocer la importancia que tiene la administración en la creación de empresas.
- Conocer las características que se deben cumplir para que las gallinas se consideren de “libre pastoreo”. Así como las normas y lineamientos a seguir para llevar a cabo esta práctica de producción.
- Conocer y estructurar un plan de negocios para la creación de una empresa productora de huevo proveniente de gallina de libre pastoreo.

1.5 Hipótesis

La elaboración adecuada de un Plan de Negocios funcionara como herramienta en la toma de decisiones para la apertura de una empresa dedicada a la producción de huevo orgánico.

1.6 Aspectos Metodológicos

Los métodos que se utilizarán en la presente investigación serán: Investigación Documental: porque la investigación se realizará consultando fuentes de carácter documental como son (libros, artículos de revista, periódicos)

Investigación de Campo: se llevará a cabo en la región de Acatzingo de Hidalgo, Puebla y estará diseñada de la siguiente manera:

- Diseño de la investigación
- Selección de muestra
- Recolección de datos
- Análisis de datos
- Edición de la información
- Presentación de resultados

La técnica que se utilizará en la investigación de campo será la Encuesta.

1.7 Alcances y limitaciones

Alcances: El siguiente plan de negocios se realizará en el municipio de Acatzingo de Hidalgo Puebla y tiene como finalidad confirmar la viabilidad para la creación de una empresa productora de huevo orgánico.

Limitaciones: La poca información acerca de la producción del huevo proveniente de gallina de libre pastoreo.

1.8 Métodos y técnicas

Investigación de tipo documental. Es la que se realiza, apoyándose en fuentes de carácter documental, en documentos obtenidos a través de fuentes bibliográficas, hemerográficas; la primera se basa en la consulta de libros, la segunda en artículos o ensayos de revistas y periódicos.

- a. Fuentes bibliográficas
- b. Fuentes hemerográficas

Investigación de campo. Se realiza en el lugar de los hechos donde acontece el fenómeno, se apoya en el método de campo que consta de los siguientes pasos: plan o diseño de la investigación, selección de muestra, recolección y análisis de datos, codificación y edición de la información, presentación de resultados.

a. Observación

b. Encuesta

CAPÍTULO II. LA EMPRESA COMO GENERADORA DE DESARROLLO ECONÓMICO

2.1 Antecedentes históricos de la Administración

Desde que el hombre apareció en la tierra, ha tenido que trabajar para lograr subsistir, es entonces que surge la administración, puesto que el ser humano de cierta forma tenía que organizarse para lograr realizar sus actividades de manera eficaz.

A través de la historia podemos darnos cuenta de la importancia de la administración, puesto que existen construcciones magnificas, como las pirámides de Egipto, erigidas durante la antigüedad, que nos muestran la capacidad de dirigentes responsables de planear, guiar y controlar a miles de trabajadores para la realización de estas bellísimas construcciones.

“Los progresos en el conocimiento humano, y la denominada Ciencia de la Administración solo apareció a comienzos del siglo XX. La TGA (Teoría General de la Administración) es un área nueva y reciente del conocimiento humano. Para que surgiera se necesitaron siglos de preparación y antecedentes históricos capaces de permitir y hacer viables las condiciones necesarias para su aparición”. (Chiavenato, 2007)

Para comprender mejor el significado de la administración a continuación se presenta una breve revisión histórica. (Ver tabla 2.1)

Tabla 2.1 Historia de la Administración

Época	Actividades	Trabajo	Administración
Época primitiva	Caza, pesca y recolección	Trabajo en grupo dividido por sexo y edad.	Los jefes de familia ejercían la autoridad y tomaban decisiones.
Periodo agrícola	Agricultura y aparece la vida sedentaria.	Trabajo en grupo dividido por sexo y edad.	Organización social de tipo patriarcal

	Surge la ciencia, literatura, religión, política, escritura y el urbanismo		
Antigüedad grecolatina	Surge el esclavismo.	Esclavo carente de derechos y se le ocupaba en cualquier labor de producción.	La administración es orientada a una estricta supervisión del trabajo y el castigo corporal como forma disciplinaria.
Época feudal	Agricultura, artesanía y comercio. Surgen los gremios (antecedentes del sindicato)	Los siervos trabajan para el señor feudal, posteriormente los siervos se independizan.	La administración está sujeta al señor feudal. Surgen las estructuras de trabajo extensas y niveles de supervisión escasos
Revolución industrial	Aparecen diversos inventos y descubrimientos. P/e la máquina de vapor. Aparecen las fábricas, surge la especialización y la producción en serie.	El trabajador vende su fuerza de trabajo.	La administración se caracterizaba por la explotación inhumana del trabajador. Surge la administración coercitiva, estructuras de trabajo más complejas y surgen especialistas dedicados a la administración

Siglo XX	Aseguramiento de la calidad y las tecnologías de la información (TI)	Relación obrero patronal	Consolidación de la administración. La administración se vuelve indispensable para cualquier empresa
-----------------	--	--------------------------	--

Fuente: elaboración propia con datos del libro *Fundamentos de Administración*. Trillas, Lourdes Munch Galindo. 2012.

2.2 Definición y clasificación de las Empresa

2.2.1 Definición

Empresa es una entidad que se integra por capital y trabajo como factores de producción y que tiene como finalidad producir bienes o servicios con el mero propósito de lucrar, según los siguientes autores empresa se define como:

Lourdes Munch. “Grupo social en el que, a través del capital, el trabajo y la administración, se producen bienes o distribución de bienes y servicios con fines lucrativos o no y tendientes a la satisfacción de las necesidades de la comunidad.”

Isaac Guzmán Valdivia, “Unidad socioeconómica, constituida legalmente, en la que el capital, el trabajo y la dirección se coordinan con el fin de lograr una producción útil para la sociedad acorde con las exigencias del bien común.”

2.2.2 Clasificación

La clasificación de las empresas en México varia, dependiendo de los organismos que los establecen.

En la siguiente tabla se muestra la clasificación más difundida de las empresas.
(Ver tabla 2.2)

Tabla 2.2 Clasificación de las Empresas

Por su tamaño, número de empleados y ventas netas anuales		
Tamaño	Número de empleados	Ventas anuales
Micro	1 a 15 empleados	Hasta \$ 900,000.00
Pequeña	16 a 100 empleados	Hasta \$9,000,000.00
Mediana	101 a 250 empleados	Hasta \$20,000,000.00
Grande	Más de 250 empleados	Más de \$20,000,000.00
Por su giro		
Giro	Descripción	
Industriales	Extracción y transformación de recursos naturales, renovables y no renovables.	
Comerciales	Compra-venta de productos terminados.	
De servicios	Ofrecen productos intangibles a la sociedad.	
Por el origen y propiedad de sus recursos		
Origen	Descripción	
Publicas	El capital proviene del estado y satisfacen necesidades que no cubre la iniciativa privada.	
Privadas	El capital proviene de inversionistas particulares.	
Trasnacionales	El capital proviene del extranjero y tienen presencia en muchos países.	
Mixtas	El capital proviene del estado y de la iniciativa privada	
Por sectores económicos		
Sector	Descripción	
Sector agropecuario	Agricultura Ganadería Silvicultura Pesca	
Sector industrial	Extractivo Transformación	

Sector de servicios	Comercio Restaurantes Transporte Comunicaciones Alquiler de inmuebles Profesionales Educación Médicos Gubernamentales Financieros
----------------------------	--

Fuente: elaboración propia con datos de Sergio Hernández y Rodríguez. Introducción a la Administración. Teoría general administrativa: origen, evolución y vanguardia. 2010 Ed. Mc Graw Hill (Rodríguez S. H., 2006).

2.3 Las Empresas en México

Las PYMES, tienen particular importancia para la economía del país, no solo por sus aportaciones a la producción y distribución de bienes y servicios, sino también por la flexibilidad de adaptarse a los cambios tecnológicos y gran potencial de generación de empleos; así mismo, representan un excelente medio para impulsar el desarrollo económico y una mejor distribución de sus empleados y ganancias.

La pequeña y mediana empresa, tienen una gran importancia en la economía, ya que proporcionan más de la mitad de todos los empleos del país, incluyendo actividades que no son comerciales.

Las PYMES en México Constituyen el 99% del total de las empresas, generadoras de empleo equivalentes al 57%, lo anterior es una clara señal de que debemos de poner atención a este tipo de empresas y verlas como lo que en realidad son la base de la economía mexicana. (Ver tabla 2.3)

Tabla 2.3 Total de empresas en México

Número de empresas en México: 5,654,012				
	Total de Empresas	% Total de Empresas	Personal Ocupado	% Personal Ocupado
Micro	5,332,788	94.3%	11,529,011	39%
Pequeñas	263,041	4.7%	5,482,040	18%
Medianas	47,721	0.8%	4,922,585	17%
Grandes	10,462	0.2%	7,708,785	26%

FUENTE: Elaboración propia con datos del INEGI 2014.

2.4 Las Empresas en Puebla

Las empresas en Puebla representan un factor importante dentro de la economía del País, es importante analizar los principales factores y conocer la información económica del Estado de Puebla de acuerdo a la secretaria de economía, la entidad representa el 3.3% del Producto Interno Bruto.

Asimismo, el estado de Puebla se encuentra dentro de los estados mexicanos con mayor número de empresas, el Estado de México (664,785), el Distrito Federal (452,940), Jalisco (404,379), Veracruz (364,635) y Puebla (339,600), encontrándose en el quinto lugar a nivel nacional.

Según datos de la Secretaría de Economía del Estado de Puebla ocupa el quinto lugar con mayor número de negocios en el país, sólo lo superan el Estado de México, Distrito Federal, Jalisco y Veracruz. (Ver tabla 2.4)

Tabla 2.4 Estados y Empresas

Total de Empresas a nivel nacional		
No.	Estado	No. total de empresas
1	Estado de México	664,785
2	Distrito Federal	452,940
3	Jalisco	404,379

4	Veracruz	364,635
5	Puebla	339,600

Fuente: *Elaboración propia con datos del INEGI 2014*

Asimismo, en el Estado de Puebla, las PYMES se han consolidado como uno de los pilares fundamentales de la economía de nuestro Estado. Poseen la capacidad de generar empleos contribuyendo así al desarrollo regional ya que producen y venden artículos a precios competitivos que abastecen al mercado local. En Puebla existen más de 200 mil PYMES que generan más del 80% de los empleos y el 36.3% del producto interno bruto (PIB), las cuales subsisten gracias a los apoyos del Gobierno de la Republica, a través del Instituto Nacional del Emprendedor que ha destinado entre enero del 2013 y julio del 2016, más de 27 mil 499 millones de pesos para respaldar a más de un millón 600 mil emprendedores e impulsar a 730 mil PYMES en todo el país. (INEGI 2015). (Ver tabla 2.5)

Tabla 2.5 Total de empresas en Puebla

Total de Empresas Poblanas		
Tamaño	Número de Empresas	Porcentaje
Microempresas	326,832	96.2%
Pequeñas	10,673	3.1%
Medianas	1,785	.6%
Grandes	309	.1%
Total	339600	100%

FUENTE: *Elaboración propia con datos obtenidos de DENUE 2015.*

2.5 Las Empresas Agropecuarias en Puebla

El estado de Puebla, cuenta con 255.175 unidades económicas, establecimientos que se encuentran activos en todo el estado. Entre ellas destaca el giro de comercio, con el 44,74% de unidades económicas, seguido de la industria manufacturera, con un 15,55% de unidades económicas; cabe mencionar que en estas cifras se engloban las micro, pequeñas, medianas y grandes empresas.

INEGI sitúa a Puebla como el Estado con mayor crecimiento del sector agropecuario en todo el país. Mientras la media nacional creció a un ritmo del 2.53 por ciento, Puebla reportó un crecimiento del 14.7 por ciento; el más alto de todo México.

En el primer trimestre la media nacional fue de 6.8 por ciento, Puebla obtuvo el 10.9 por ciento. Para el segundo trimestre, la media nacional alcanzó el 2.7 por ciento y Puebla logra un histórico de 23.4 por ciento. En el tercer trimestre la media nacional se colocó en 4.1 por ciento y Puebla alcanza el 14.7 por ciento. Finalmente, en el cuarto trimestre la media nacional alcanzó 2.7 por ciento, mientras que Puebla se sitúa en 11 por ciento. Por primera vez en la historia, Puebla fue la entidad federativa con el mejor desempeño en el sector agropecuario durante todo 2015.

En resumen, en Puebla se ha hecho a un lado la política y se ha privilegiado al pequeño productor. Hoy, gracias a todas estas acciones, Puebla ocupa no sólo el primer lugar en crecimiento del sector primario en todo el país, sino que, con base en el INEGI, es una de las entidades que más contribuyó al crecimiento de las actividades del sector agropecuario nacional.

2.6 El proceso emprendedor para crear una Empresa

Gibb y Ritchie (1982) clasifican las etapas del proceso de creación de una empresa: la identificación de la idea, su validación, el acceso a recursos, la negociación, el nacimiento y la supervivencia. Según estos autores, el desarrollo exitoso del emprendimiento depende de cuatro factores clave: la idea de negocio, la disponibilidad y obtención de recursos, la habilidad del emprendedor, y su nivel de motivación y compromiso.

El emprendedor es una persona que posee un alto grado de confianza en sí mismo y una serie de características que le permiten detectar oportunidades y generar conceptos de negocio a partir de la creación, la innovación o el mejor empleo de los recursos para alcanzar objetivos. En este contexto, asume el riesgo inherente a su toma de decisiones y persevera en la puesta en marcha de su proyecto. (Rodríguez R. A., 2011)

Por lo tanto, se puede decir que el proceso emprendedor para la creación de una empresa surge del emprendedor, mismo que tiene una idea de negocio, a la cual le debe invertir tiempo y recursos que dependerán de la habilidad del emprendedor y su nivel de compromiso para poner en marcha la idea y pasar del dicho al hecho. La opción más eficiente de hacerlo es realizando un adecuado Plan de Negocios, por medio del cual, el emprendedor logre los objetivos deseados.

Es importante mencionar una breve descripción del proceso para crear una empresa, la cual consiste en los siguientes puntos:

- Pre-Incubación: En esta primera parte el emprendedor inicial cuenta con una idea de negocio, clara y precisa.
- Incubación: En esta parte ya podemos denominar al emprendedor como emprendedor naciente, puesto que se empieza a crear un prototipo del producto, se comienza a validar el mercado y se busca el financiamiento necesario para la puesta en marcha de la idea. Es decir, se estructura un plan de negocio.
- Puesta en marcha: Inicia la actividad empresarial con la finalidad de lograr los objetivos planteados en el plan de negocio antes mencionado.

CAPÍTULO III. PLAN DE NEGOCIOS UNA GUÍA PARA CREAR EMPRESAS

3.1 Definición de Plan de Negocios

Un plan de negocios es una guía para el emprendedor o empresario. Se trata de un documento donde se describe un negocio, se analiza la situación del mercado y se establecen las acciones que se realizarán en el futuro, junto a las correspondientes estrategias que serán implementadas, tanto para la promoción como para la fabricación, si se tratara de un producto. El plan de negocios se puede describir, en forma general, como:

- Una serie de pasos para la concepción y desarrollo de un proyecto.
- Un sistema de planeación para alcanzar metas determinadas.
- Una recolección organizada de información para facilitar la toma de decisiones.
- Una guía específica para canalizar eficientemente los recursos disponibles.

El desarrollo de un plan de negocios permite obtener diversos beneficios como:

- Es una carta de presentación ante posibles fuentes de financiamiento.
- Permite obtener la información necesaria que garantice una toma de decisiones.
- Facilita la determinación de la factibilidad mercadológica, técnica, económica del proyecto.

El plan de negocios es la concreción de las ideas de un emprendedor, ya que marca las etapas de desarrollo de un plan de empresa (existe una línea muy débil entre el pensamiento y la acción, entre los sueños y las realidades, entre las intenciones y los hechos, el plan de negocios permite cruzar esa línea, además de ser la línea básica que lleva a aterrizar las ideas y a contestar las preguntas que conlleva todo proceso de creación. (Alcaraz Rodríguez, El emprendedor de éxito, 2010)

Existe otra definición que menciona que un plan de negocios "es un documento escrito de manera sencilla y precisa, el cual es el resultado de una planificación. Este

documento muestra los objetivos que se quieren obtener y las actividades que se desarrollarán para lograr dichos objetivos”.

De igual manera, se puede explicar "un plan de negocio como un instrumento de gestión de la empresa que sirve de guía para el emprendedor o empresario implemente un negocio. Es decir, el plan de negocio, es un instrumento de planificación que permite comunicar una idea de negocio para gestionar su financiamiento".

Todo plan "tiene etapas predecibles que involucran una serie de tareas delimitadas en un tiempo, es decir, comienzan con el estudio de una idea y terminan con la entrega de un plan de negocio concluido". "Un plan de negocios es útil para ayudar a conocer el negocio en detalle, es decir, sus antecedentes, las estrategias, factores de éxito o fracaso y las metas". (Andia Valencia & Paucara Pinto, 2013)

Para comprender mejor que partes integran un plan de negocios y en que consiste cada una de ellas, a continuación, se describen brevemente cada una de las fases del plan de negocios.

Naturaleza del proyecto: en esta primera fase se describe y justifica la idea del servicio o producto que dará cavidad a la creación de la empresa.

Estudio de mercado: este se realiza para medir el mercado, conocer las expectativas de los clientes en referencia al producto o servicio. También se encarga de planear y definir el precio, la plaza, la promoción y distribución de los bienes y servicios.

Estudio técnico: en este se integran los recursos físicos necesarios para la elaboración de los productos o la prestación del servicio que se ofrece. Así mismo se describen los pasos a seguir para llevar a cabo el proceso productivo.

Organización: en este se identifican los recursos humanos que laboraran en la empresa, así como los puestos que ocuparan y la descripción de las funciones que realizara cada uno de ellos.

Aspectos legales: son la reglamentación que una empresa debe tener para poder operar de manera legal, algunos aspectos pueden ser; constitución de la empresa, tramites fiscales, tramites laborales y tramites de implantación.

Finanzas o estudio económico: en esta fase se establece la forma en que se conseguirá el financiamiento necesario para que la empresa pueda iniciar operaciones, así como, el sistema contable que utilizara, para llevar de manera ordenada las cuentas y saber la situación en que se encuentra.

3.2 Naturaleza del Proyecto.

Para iniciar un proyecto de negocio es indispensable y necesario definir la naturaleza del mismo, es decir, cuáles son los objetivos de crearlo, cual es la misión que debe seguir, es decir cuál es el propósito o motivo por el cual existe, especificar la justificación de la importancia de la misma, especificando las necesidades o carencias que satisface o el problema que resuelve.

Dentro de la naturaleza del proyecto el emprendedor también define la visión que mencione el rumbo a que se dirige a largo plazo y el nombre de la empresa, el cual es el reflejo de su imagen y el sello distintivo, así como la descripción de la empresa (tipo de empresa, ubicación y tamaño de la empresa).

3.3 Estudio de Mercado.

Las decisiones que se tomen en el área de marketing y en otras áreas de la empresa, deben buscar la satisfacción del cliente, para lograr este objetivo es necesario conocer sus necesidades y como pueden satisfacerse. La investigación de mercado se utiliza como una herramienta valiosa en la obtención de esta información. En esta etapa es importante el diseño de instrumentos para la recolección de datos, determinar el número de muestra, el segmento de mercado. (Alcaraz Rodríguez, El emprendedor de éxito, 2011).

3.4 Sistema de Producción

La Producción es la transformación de insumos a partir de recursos humanos, físicos y técnicos en productos o servicios requeridos por los consumidores.

Es de gran importancia el establecimiento de objetivos que se pretenden alcanzar en el área de producción con la finalidad de contribuir al cumplimiento de los objetivos de la empresa.

Aparte es importante especificar el conocer el proceso de producción y prestación de servicios de la empresa, sin importar si se producirá, maquilará o comprará, como a continuación se menciona:

- Determinar todas las actividades requeridas para producir o bien o prestar un servicio.
- Organizar las actividades de manera secuencial.
- Establecer los tiempos requeridos para llevar a cabo cada actividad.
- Realizar el diagrama de flujo del proceso de producción. Es necesario diseñar y conocer el proceso productivo o de prestación de servicios de la empresa para determinar actividades.
- Determinar el equipo y las instalaciones para llevar a cabo la producción o prestación del servicio.
- Diseñar y distribuir la planta de oficinas.
- Mano de obra requerida. (Alcaraz Rodríguez, El emprendedor de éxito, 2010)

3.5 La Organización

La organización es la forma en que se dispone y asigna el trabajo entre el personal de la empresa, para alcanzar eficientemente los objetivos propuestos. (Alcaraz Rodríguez, El emprendedor de éxito, 2010)

En esta etapa se debe diseñar y definir lo siguiente:

- Estructura organizacional

- Procesos operativos
- Descripción de puestos
- Definición del perfil de puestos.
- Funciones específicas por puesto.
- Proceso de recursos humanos (reclutamiento, selección, capacitación e inducción).

3.6 El aspecto Legal

La empresa como unidad socioeconómica constituida legalmente, en la que el capital, el trabajo y la dirección se coordinan para lograr una producción que responda a los requerimientos del medio humano en la que la propia empresa actúa. Al momento de constituir legalmente a una empresa se debe considerar lo siguiente:

- Número de socios que iniciaran el negocio.
- Aportaciones de los socios (capital social).
- Responsabilidades que adquieren.
- Gastos de la constitución de la empresa.
- Trámites para establecerla legalmente.
- Obligaciones fiscales.
- Responsabilidades laborales.

La constitución de una empresa puede ser de la siguiente manera:

- *Persona física*. Todas las decisiones al manejo o administración de la empresa las realiza el dueño (emprendedor).
- *Sociedad anónima*. Grupo de personas físicas o morales que se unen para llevar a cabo actividades comerciales y cuya obligación sólo se limita al pago de sus acciones.
- *Sociedad de responsabilidad limitada*. Organización empresarial constituida por socios donde solo están obligados al pago de sus aportaciones.

Es importante mencionar los aspectos legales fiscales, donde se tienen que considerar todas las obligaciones, como la inscripción en el Registro Federal de Contribuyentes (RFC), además de cumplir con la legislación fiscal vigente del lugar en

donde está establecida para el inicio de actividades, así como los aspectos laborales que se establecen para que se consideren dentro de la ley, además de las licencias de funcionamiento, sanitarias, obtención de marcas y patentes, registro ante la cámara. (Alcaraz Rodríguez, El emprendedor de éxito, 2010)

3.7 Las finanzas del proyecto

Las decisiones que se tomen en el área de marketing y en otras áreas de la empresa, deben buscar la satisfacción del cliente, para lograr este objetivo es necesario conocer sus necesidades y como pueden satisfacerse. La investigación de mercado se utiliza como una herramienta valiosa en la obtención de esta información. (Alcaraz Rodríguez, 2011)

Además de cuantificar la inversión requerida, se debe definir cómo se va a financiar, es decir cuáles serán las fuentes de financiación (capital propio, inversionistas, la banca, etc.)

Dentro de la Inversión Requerida se consideran el capital de trabajo, activos fijos y gastos pre operativos.

El capital de trabajo; es el dinero que se requiere para comenzar a producir, la inversión en capital de trabajo es una inversión en activos corrientes: efectivo inicial, inventario, cuentas por cobrar e inventario, que permita operar durante un ciclo productivo, dicha inversión debe garantizar la disponibilidad de recursos para la compra de materia prima y para cubrir costos de operación durante el tiempo requerido para la recuperación del efectivo. El ciclo de efectivo consiste en Producir-vender-recuperar, de modo que se puedan invertir nuevamente. El efectivo inicial requerido puede determinarse a través del estudio de mercado, identificando como pagan los clientes, como cobran los proveedores, y estableciendo las ventas mensuales esperadas.

Los activos fijos se componen por la inversión en activos como: maquinaria y equipo, muebles, vehículos, edificios y terrenos, etc.

Los gastos pre operativos abarcan las inversiones son todas aquellas que se realizan sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos necesarios para la puesta en marcha del proyecto, de los cuales, los principales rubros son los

gastos de organización, las patentes y licencias, los gastos de puesta en marcha, las capacitaciones y los imprevistos.

3.8 Ciclo de vida del Plan de Negocios

A continuación, se describe de manera breve cada una de las etapas que conforman el ciclo de vida de un plan de negocios (ver figura 3.1)

- **Identificación:** consiste en identificar que producto se va a producir o que servicio se prestara y sobre todo que necesidades de mercado se cubrirán con el servicio o producto.
- **Análisis:** Consiste en identificar claramente porque esa idea será un buen negocio y que beneficios generará. Se debe conocer el mercado meta, la disponibilidad de la materia prima, tamaño y tecnología, inversión estimada y beneficios esperados.
- **Diseño:** consiste en diseñar las estrategias necesarias para la introducción del producto o servicio al mercado.
- **Ejecución:** consiste en poner en marcha el plan de negocios, es decir, realizar la inversión necesaria para el pleno funcionamiento del mismo.
- **Medición:** consiste en analizar el impacto económico del negocio, así como de actualizar el plan de negocio para la continuidad operacional.
-

Figura 3.1. Ciclo de vida del Plan de negocios



Fuente: www.edisa.com

CAPÍTULO IV. PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE HUEVO ORGÁNICO EN LA REGIÓN DE ACATZINGO DE HIDALGO PUEBLA.

4.1 Naturaleza del proyecto

Cada vez es más la gente que se preocupa por la calidad de los productos que consumen, así como el cuidado del medio ambiente. Motivo por el cual la población ha tenido que regresar a formas tradicionales y ecológicas para producir alimentos sanos y nutritivos. En el caso del huevo se han implementado varias técnicas de producción, mismas que brindan como resultado un huevo mucho más seguro y nutritivo

El desarrollo de una empresa dedicada a la producción de huevo proveniente de gallina de pastoreo, beneficiará a la población en cuanto al consumo de un huevo mucho más sano que el comercial y generará desarrollo económico con la creación de empleos directos e indirectos.

- **Producto**

El huevo proveniente de gallina de libre pastoreo, es un producto que proviene de gallinas que son creadas en libertad, estas tienen los beneficios de salir al aire libre, picotear, escarbar y darse baños de arena, además de que obtienen mejores nutrientes de la naturaleza y estos a su vez los pasan a los huevos que producen.

- **Justificación de la Empresa**

“La Granjita” se crea porque actualmente en el municipio de Acatzingo no existen empresas que produzcan huevo proveniente de gallina de libre pastoreo, misma que generará un desarrollo económico con la creación de empleos directos e indirectos.

- **Nombre de la empresa**

Empresa “La Granjita”

- **Descripción de la empresa**

“La Granjita” es una microempresa del Sector Agropecuario, que se dedica a la producción y comercialización de huevo proveniente de gallina de libre pastoreo, en el municipio de Acatzingo de Hidalgo Puebla.

- **Análisis FODA**

F	O
<ul style="list-style-type: none"> • La calidad del huevo • El sabor del huevo • La textura del huevo • Excelente precio 	<ul style="list-style-type: none"> • No existe competencia en el municipio de Acatzingo que ofrezca huevo proveniente de gallina de libre pastoreo. • La mayoría de la población de Acatzingo consumen huevo. • Cada vez es más la gente que se preocupa por la calidad del producto que consume.
D	A
<ul style="list-style-type: none"> • Introducir el producto al mercado. • El poco conocimiento que tiene el mercado acerca del producto 	<ul style="list-style-type: none"> • Vulnerabilidad ante los grandes competidores del estado de Puebla.

Fuente: Elaboración propia

- **Misión**

Nuestra misión es ofrecer huevo saludable a la población de Acatzingo, cumpliendo con todos los estándares de calidad para lograr la entera satisfacción de nuestros consumidores.

- **Visión**

Consolidarnos en la región de Acatzingo de Hidalgo Puebla como la microempresa que ofrezca la mejor opción en Huevo.

- **Objetivos**

- ✓ Posición competitiva en el mercado.
- ✓ Innovación y creatividad en los productos.
- ✓ Productividad, eficiencia y calidad.
- ✓ Aplicación rentable de los recursos materiales y financieros.
- ✓ Calidad de la administración y desarrollo de los ejecutivos.
- ✓ Responsabilidad pública y social de la empresa.
- ✓ Satisfacción del cliente.

- **Ventajas competitivas**

- ✓ Huevo mucho más sano y nutritivo que el comercial.
- ✓ Huevo de mejor calidad y mejor sabor que el comercial.

- **Marca**

“La Granjita”

- **Logotipo**



4.2 Estudio de Mercado

- **Características del municipio**

El municipio de Acatzingo se localiza en la parte central del estado de Puebla. Tiene una superficie de 140.53 kilómetros cuadrados que lo ubican en el lugar 105 con respecto a los demás municipios del estado.

La mayor parte del territorio está dedicado a la actividad agrícola; grandes extensiones donde se practica la Agricultura de temporal se extienden al centro y norte, al sur, la Agricultura es de riego formando parte de la extensa zona de regadío del Valle de Tepeaca.

Su fauna la componen sus tierras de cultivo agrícola y pastos para la cría de ganado.

Actualmente cuenta con 52075 habitantes.

- **Análisis del Sector Agropecuario**

INEGI sitúa a Puebla como el Estado con mayor crecimiento del sector agropecuario en todo el país. Mientras la media nacional creció a un ritmo del 2.53 por ciento, Puebla reportó un crecimiento del 14.7 por ciento; el más alto de todo México.

Puebla se ha hecho a un lado la política y se ha privilegiado al pequeño productor. Hoy, gracias a todas estas acciones, Puebla ocupa no sólo el primer lugar en crecimiento del sector primario en todo el país, sino que, con base en el INEGI, es una de las entidades que más contribuyó al crecimiento de las actividades del sector agropecuario nacional.

De acuerdo al INEGI, en el municipio de Acatzingo no existen empresas productoras de huevo proveniente de gallina de libre pastoreo. Por lo que se considera viable la instalación de la empresa productora de huevo.

- **Segmentación del mercado**

De acuerdo con datos de INEGI 2015, el municipio de Acatzingo cuenta con una población total de 59,077 habitantes de los cuales 28,650 son hombres y 30,427 son mujeres.

Nuestro estudio de mercado va dirigido a hombres y mujeres en edad de 18 a 65 años, puesto que ellos son los que ya cuentan con poder adquisitivo y por lo tanto podrán adquirir el producto.

Total de habitantes en edad de 18 a 65 años: 24148

Para determinar el número de muestra se utilizó la siguiente formula:

$$n = \frac{N\sigma^2 Z^2}{(N - 1)e^2 + \sigma^2 Z^2}$$

Dónde:

n = el tamaño de la muestra.

N = tamaño de la población.

σ = Desviación estándar de la población que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor constante de 0,5.

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que, si no se tiene su valor, se lo toma en relación al 95% de confianza equivale a 1,96 (como más usual) o en relación al 99% de confianza equivale 2,58, valor que queda a criterio del investigador.

e = Límite aceptable de error muestra que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor que varía entre el 1% (0,01) y 9% (0,09)

Sustituyendo valores:

$$n = \frac{(59077)(0.5)^2(2.58)^2}{(59077 - 1)(0.1)^2 + (0.5)^2(2.58)^2} = 165.94$$

El número de muestra que arroja la formula antes mencionada para realizar la encuesta es de 166 personas.

El segmento de mercado está conformado por:

- Personas que vivan en el municipio de Acatzingo
- Personas que consumen huevo
- Edad entre 18 y 65 años
- Necesidad de tener una mejor calidad de vida.

Se diseñó un instrumento de medición para determinar las necesidades y preferencias de los clientes potenciales como se muestra a continuación.

- **Encuesta**

El diseño de la encuesta es la siguiente.

1. ¿Consumes huevo?
a. sí b. no
2. ¿con que frecuencia lo consumes?
a. diario b. cada tercer día c. una vez a la semana d. otra
3. ¿en tu casa que cantidad de huevo compran por semana?
a. un cono b. un kilo c. medio kilo d. otra
4. ¿a la hora de comprar huevo, que es lo primero en que te fijas y que determina tu compra?
a. el empaque b. la calidad del producto c. la empresa que lo vende d. otra
5. ¿normalmente en donde compras tu huevo?
a. en Bodega Aurrera b. en las tienditas cercanas a tu domicilio
c. el día de plaza d. otra
6. ¿después de haber consumido alguna marca de huevo lo vuelves a comprar por?
a. el sabor b. la calidad c. el precio d. otra
7. ¿sabías que el huevo proveniente de gallina de pastoreo contiene mayor cantidad de proteína, mejor textura y sobre todo un inigualable sabor?
a. sí b. no
8. ¿Estarías dispuesto a comprar huevo proveniente de gallina de libre pastoreo?
a. sí b. no c. tal vez d. otra
9. ¿qué presentación te parece la más adecuada?
a. por cono b. medio cono c. por kilo d. otra
10. considerando que es gallina de libre pastoreo ¿cuánto estarías dispuesto a pagar por cono de huevo?
a. 70 pesos b. 80 pesos c. 90 pesos d. otra
11. ¿en dónde te gustaría comprar el producto?
a. tienditas cercanas a tu domicilio b. día de plaza c. entrega en casa d. otra

- **Análisis de las Encuestas**

Dentro del municipio de Acatzingo se realizaron 166 encuestas, puesto que son las que se necesitaban para determinar la viabilidad del producto, ya que por medio de las encuestas se puede identificar los gustos y preferencias de los posibles clientes.

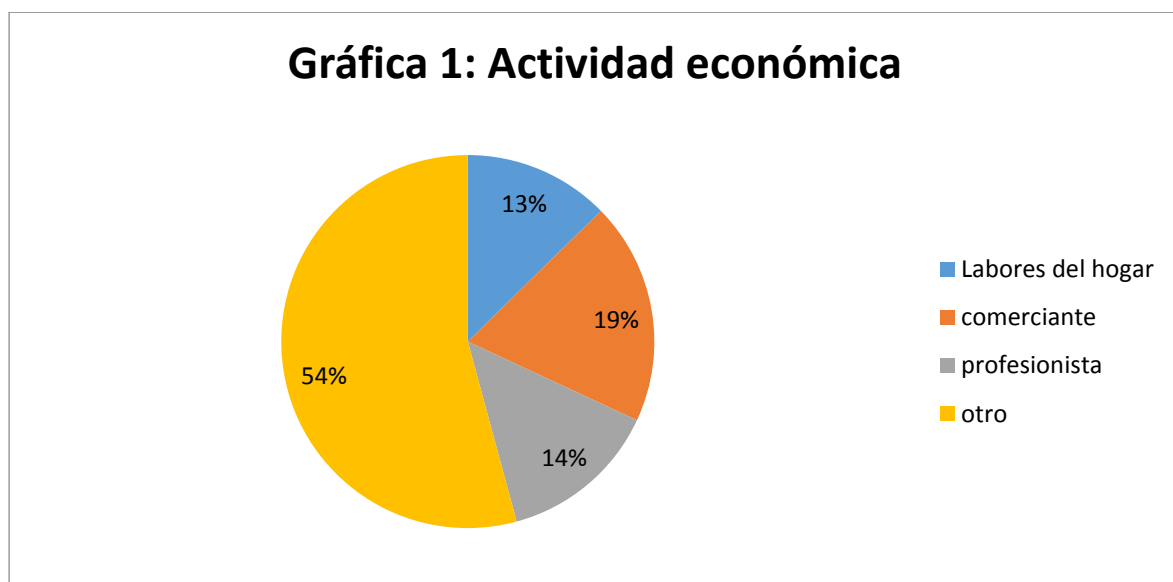
Las encuestas se aplicaron en los hogares de hombres y mujeres del municipio de Acatzingo Puebla.

Total de hogares: 10,497

Las encuestas fueron realizadas en el mes de agosto del año en curso, la información se obtuvo por medio de entrevistas personales que se realizaron a hombres y mujeres en un rango de edad de 18 a 65 años, para recopilar información veraz, a algunas personas se les explico de manera clara y precisa cada una de las preguntas y posibles respuestas.

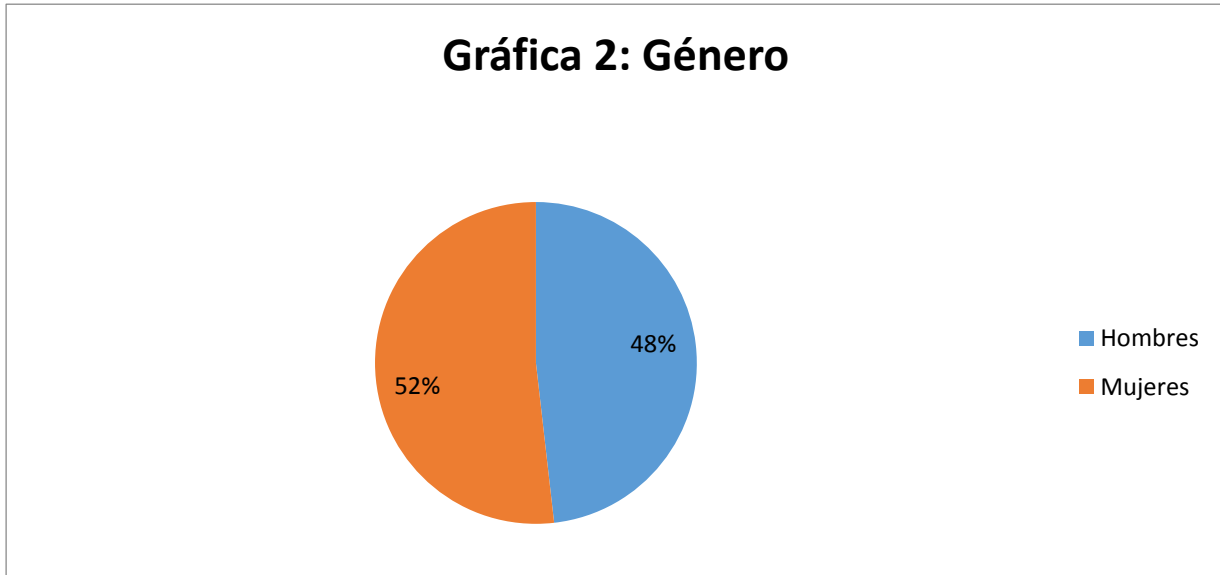
Después de realizar las encuestas, se obtuvieron los siguientes resultados:

De las personas encuestadas el 54 % tiene actividades no especificadas en la encuesta, el 19 % se dedica al comercio, el 14% son profesionistas y el 13% son amas de casa. (Ver gráfica 1)



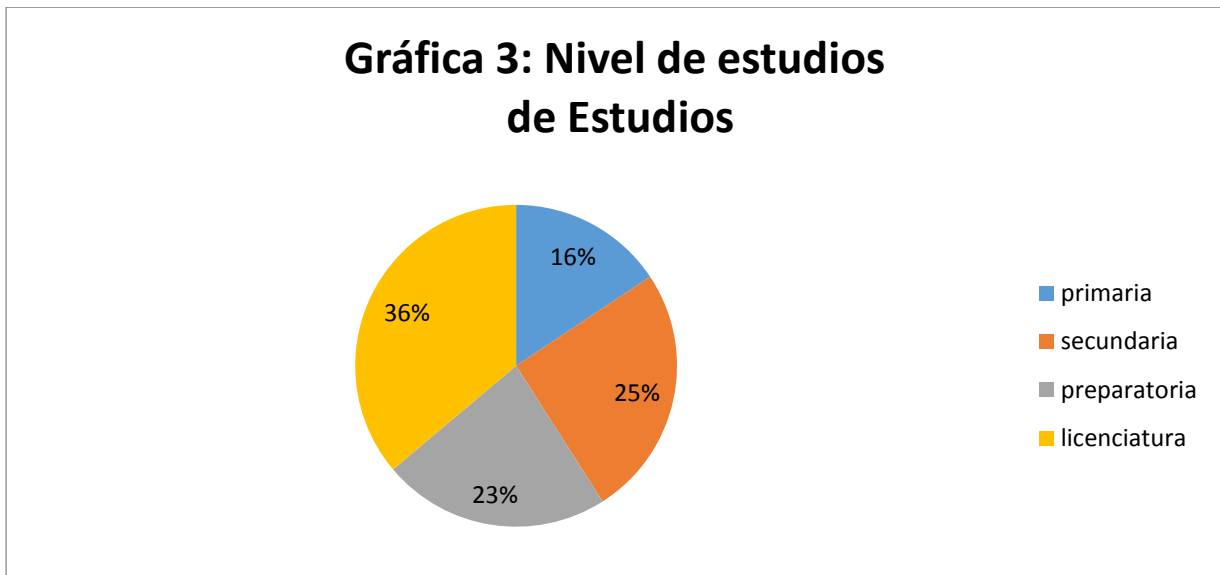
Fuente: Elaboración propia

De las personas encuestadas en el Municipio de Acatzingo el 52% fueron mujeres y el 48% fueron hombres. (Ver gráfica 2)



Fuente: Elaboración propia

Se analizó el nivel de estudios de los clientes potenciales y el 36% de los encuestados cuentan con licenciatura, el 25% tiene secundaria, el 23% tiene preparatoria y solamente el 16% tiene primaria. (Ver gráfica 3)



Fuente: Elaboración propia

El 98% de los encuestados contestos que sí consumen huevo y solamente el 2% respondió que no. (Ver gráfica 4)

¿Gráfica 4: ¿Consumes huevo? huevo?



Fuente: Elaboración propia

Se analizó la frecuencia con que los clientes potenciales consumen huevo y se concluyó que el 43% consume huevo una vez a la semana, el 32% cada tercer día, el 16% puso como referencia otra opción no mencionada en la encuesta y solamente el 9% consumen huevo diariamente. (Ver gráfica 5)

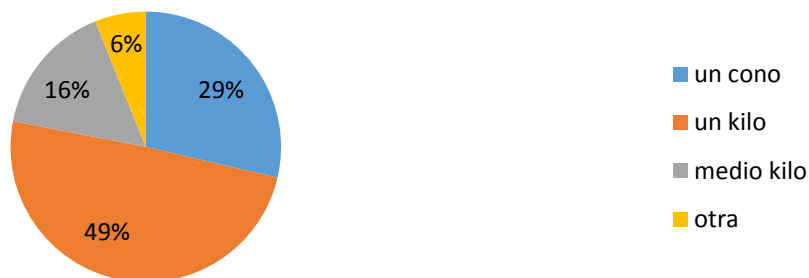
Gráfica 5: ¿Con qué frecuencia consumes huevo?



Fuente: Elaboración propia

La cantidad de huevo que más compran por semana es un kilo con el 49%, un cono con el 29%, medio kilo con el 16% y solamente 6% contestaron otra opción no mencionada en la encuesta. (Ver gráfica 6)

Gráfica 6: ¿En tu casa que cantidad de huevo compran por semana?
por semana



Fuente: Elaboración propia

De las personas encuestadas 72% contestó que lo que determina su compra a la hora de comprar huevo es la calidad del producto, el 11% determinó que es otra opción no especificada en la encuesta, el 10% determinó que la empresa que lo vende y solamente el 7% contestó que el empaque. (Ver gráfica 7)

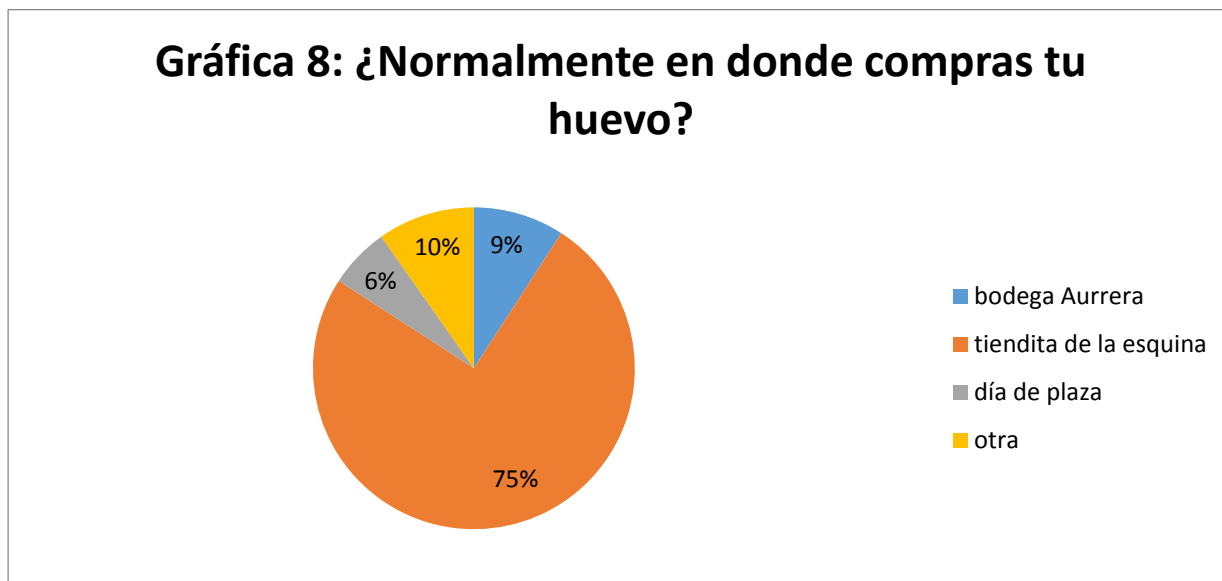
Gráfica 7: ¿A la hora de comprar tu huevo en que te fijas y que determina tú compra?



Fuente: Elaboración propia

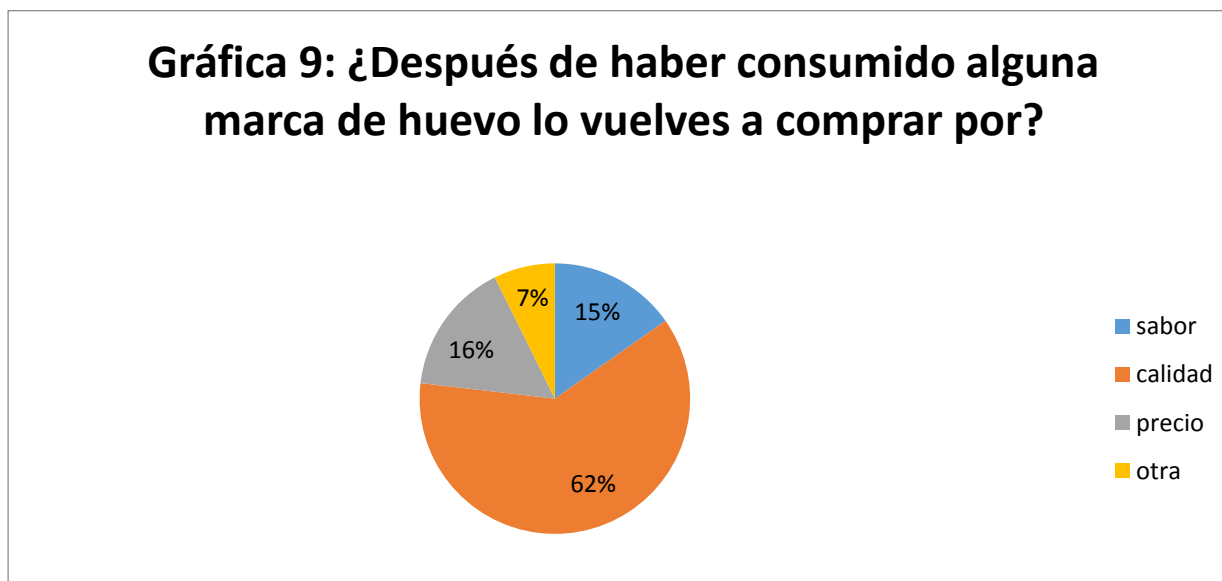
Las personas encuestadas normalmente compran su huevo en las tienditas cercanas a su domicilio teniendo esta respuesta un 75% de afirmación, el 10% lo compra en otro

lugar no especificado en la encuesta, el 9% lo compra en Bodega Aurrera y solamente el 6% lo compra el día de plaza. (Ver gráfica 8)



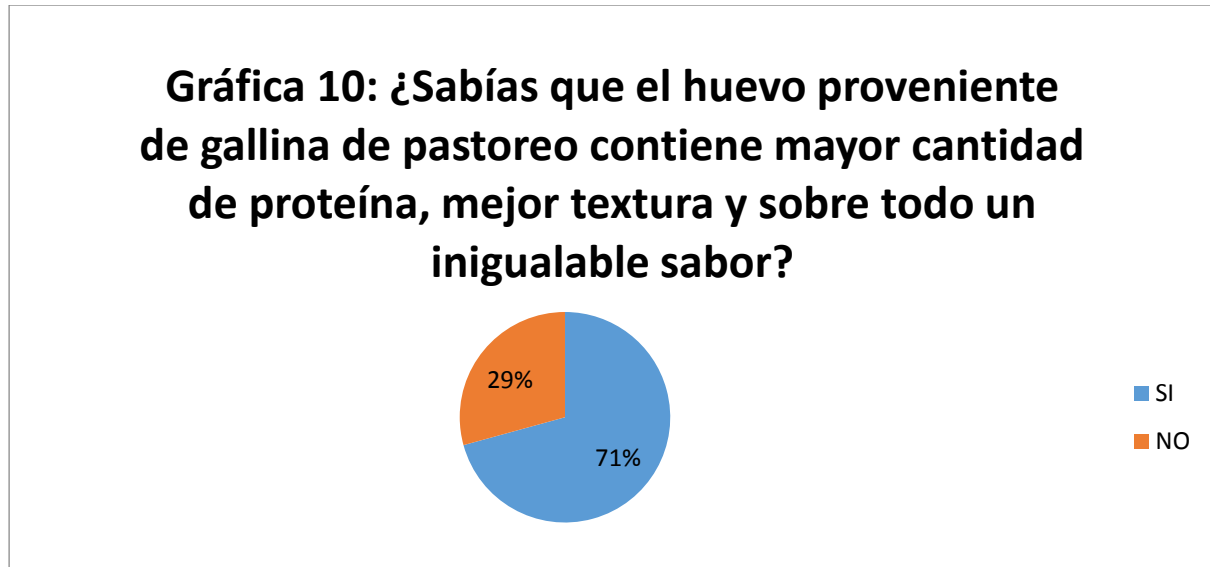
Fuente: Elaboración propia

De las personas encuestadas el 62% respondió que vuelve a comprar huevo por la calidad del producto, el 16 % respondió que, por el precio, el 15% respondió que por el sabor y solamente el 7% dio otra respuesta no especificada en la encuesta. (Ver gráfica 9)



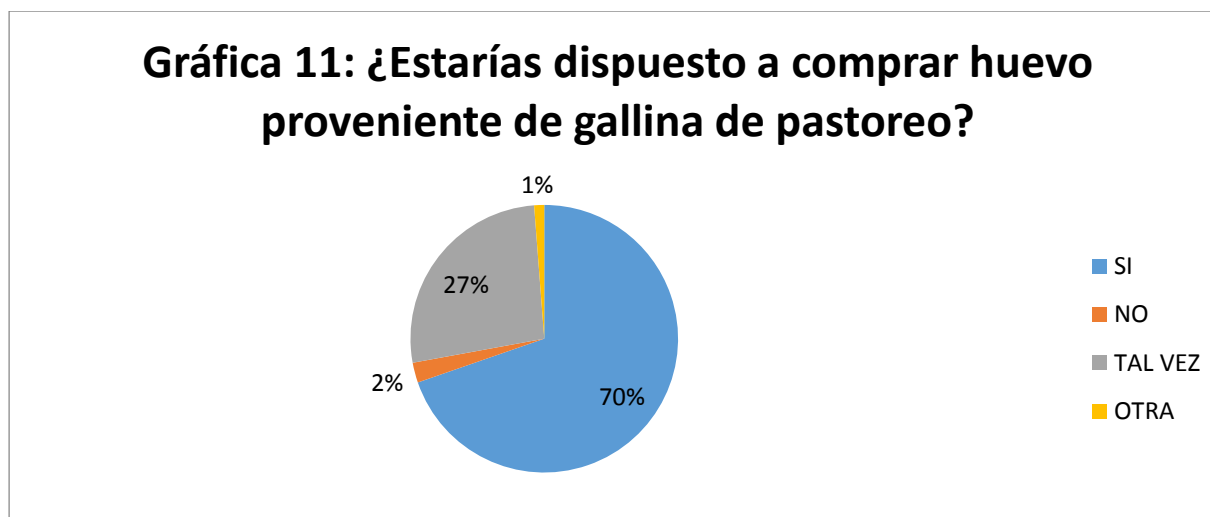
Fuente: Elaboración propia

Siendo mayoría, el 71% de los encuestados contestos que si conocen los beneficios del huevo proveniente de gallina de pastoreo y siendo minoría con un 29% de los encuestados contestaron que no conocen las ventajas del huevo proveniente de gallina de pastoreo. (Ver gráfica 10)



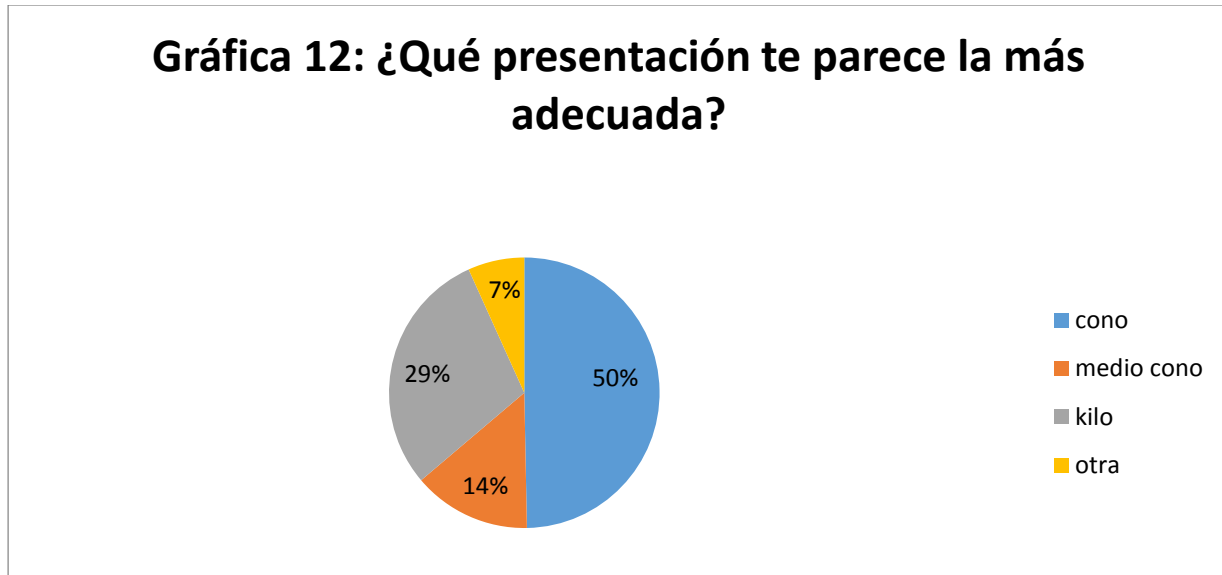
Fuente: Elaboración propia

Después de haber explicado las ventajas del huevo proveniente de gallina de pastoreo, el 70% siendo mayoría de los encuestados contestos que si compraría el producto, el 27% contesto que tal vez, el 1% dio otra respuesta no especificada en la encuesta y el 2% contesto que no compraría el producto. (Ver gráfica 11)



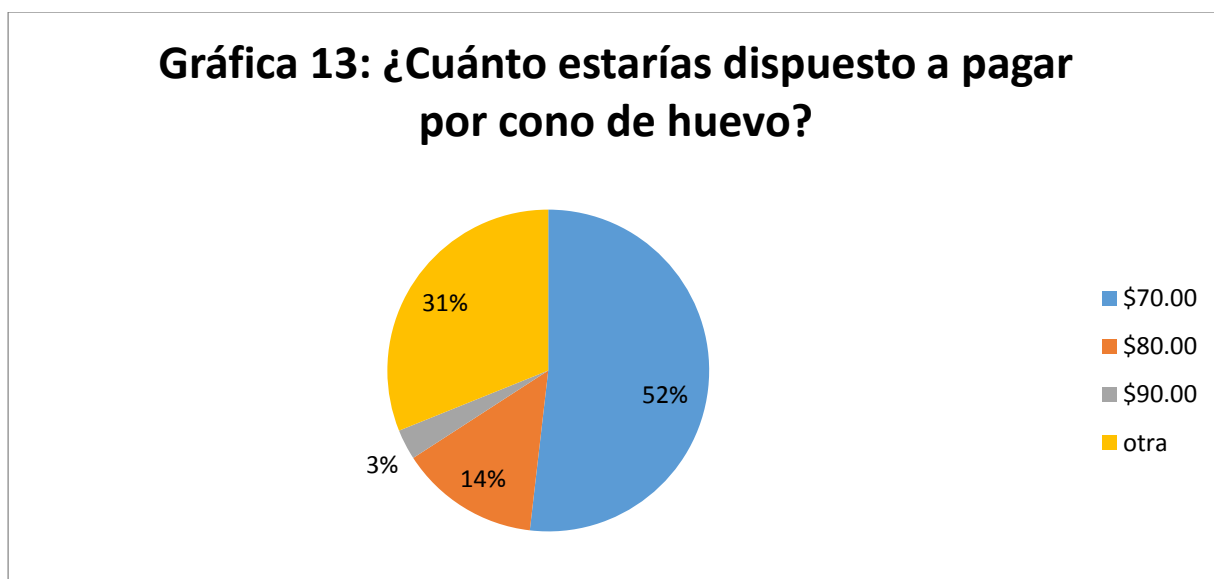
Fuente: Elaboración propia

La mitad de los encuestados 50% prefiere la presentación en cono, el 29% prefiere la presentación en kilo, el 14% prefiere la presentación en medio cono y solamente el 7% pidió otra presentación no especificada en la encuesta. (Ver gráfica 12)



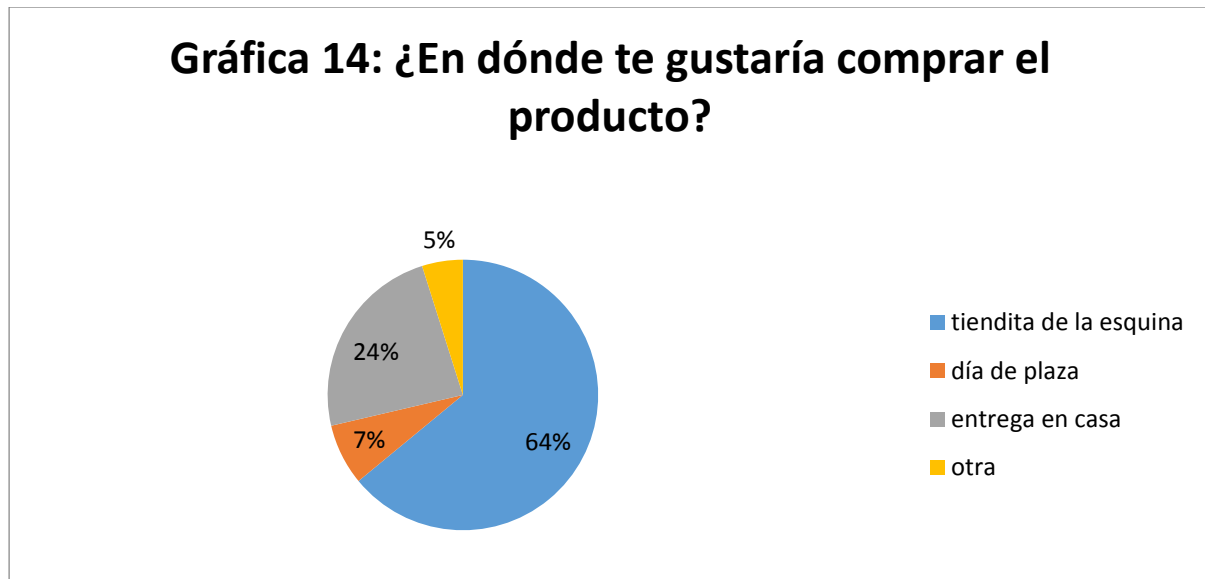
Fuente: Elaboración propia

El 52% de los encuestados, siendo mayoría, están dispuestos a pagar 70 pesos por cono de huevo, el 31% pagaría otro precio no especificado en la encuesta, el 14% estaría dispuesto a pagar 80 pesos y solamente el 3% pagaría 90 pesos por cono. (Ver gráfica 13)



Fuente: Elaboración propia

Siendo mayoría de encuestados con el 64% prefieren comprar el producto en tienditas cercanas a su domicilio, el 24% prefiere que el producto sea entregado directamente en casa, el 7% prefiere comprarlo el día de plaza y solamente el 5% dio como respuesta otra opción no especificada en la encuesta. (Ver gráfica 14)



Fuente: Elaboración propia

- **Competencia**

En el estado de Puebla la única competencia directa que existe es la de la empresa Huevo Orgánico Puebla y solamente vende su producto en Puebla.

Nombre de la empresa	Contacto
HUEVO ORGÁNICO PUEBLA.	confidencial

- **Diversificación de mercados**

1. **Segmentación de clientes**

Hombres y mujeres en edad de 18 a 65 años, puesto que ellos son los que ya cuentan con poder adquisitivo y por lo tanto podrán adquirir el producto.

2. **Propuesta de valor**

Actualmente cada vez son más las personas que se preocupan por la calidad de los productos que consumen, por tal motivo “La Granjita” ofrece una opción diferente de huevo. El huevo que ofrece es proveniente de gallina de libre pastoreo, el cual cuenta con mejor calidad, mejor textura y sobre todo un inigualable sabor, además de tener un excelente precio.

“Mayor calidad a un súper precio”

3. **Canales de distribución**

Productor-cliente. Debido a que el tiempo de entrega es más confiable (Este se realizará mediante pedido y será entregado directamente en casa del cliente).

Productor-minorista y/o mayorista-clientes. (Este se realizará mediante pedido y se entregara en tiendas y pequeños establecimientos que comercializaran el huevo).

4. **Publicidad**

Se colocará el siguiente cartel afuera de las tiendas y establecimientos en los cuales se venderá el producto, con la finalidad de persuadir al cliente a comprar un producto con mejores beneficios que los productos de la competencia. (Ver figura 2)

Figura 4.1 Publicidad



Cuida tu salud y consume
huevos

Provenientes de gallina de
pastoreo.

"La Granjita"

Te ofrece

Huevos saludables
nutritivos y de sabor
inigualable.

Cuida tu
salud y
cómpralos
ya.

Cómpralos en
la tiendita de
la esquina.

- **Producto**

Huevo proveniente de gallina criada en libertad, mismo que contiene mayor cantidad de proteína, mejor textura y un inigualable sabor. De preparación versátil, fácil y práctico.

El producto cuenta con dos presentaciones de comercialización:

1. Cono de huevo (30 piezas) (ver figura 3)
2. Docena de huevo (12 piezas) (ver figura 4)

El cual tendrá un tiempo de vida estimado de aproximadamente un mes a partir de la fecha de puesta.

Figura 4.1 Presentación 30 piezas



Figura 4.2 Presentación 12 piezas



- **Relación con el cliente**

La relación con el cliente se realizará de manera directa, puesto que el encargado del área de comercialización realizará visitas a las tienditas de la región para ofrecer el producto, realizar pedido y posteriormente realizar la entrega del producto.

- **Recurso clave**

Es importante recalcar que la mayor parte de la inversión inicial se ocupara en la infraestructura de “La Granjita”.

- **Actividad clave**

La mayor actividad y sobre todo la más importante que se realiza en “La Granjita” es la producción de huevo de gallina de libre pastoreo.

4.3 Estudio Técnico

- **Objetivos a corto plazo**

Establecer e iniciar operaciones en “La Granjita” con aproximadamente 1000 gallinas.

- **Mediano**

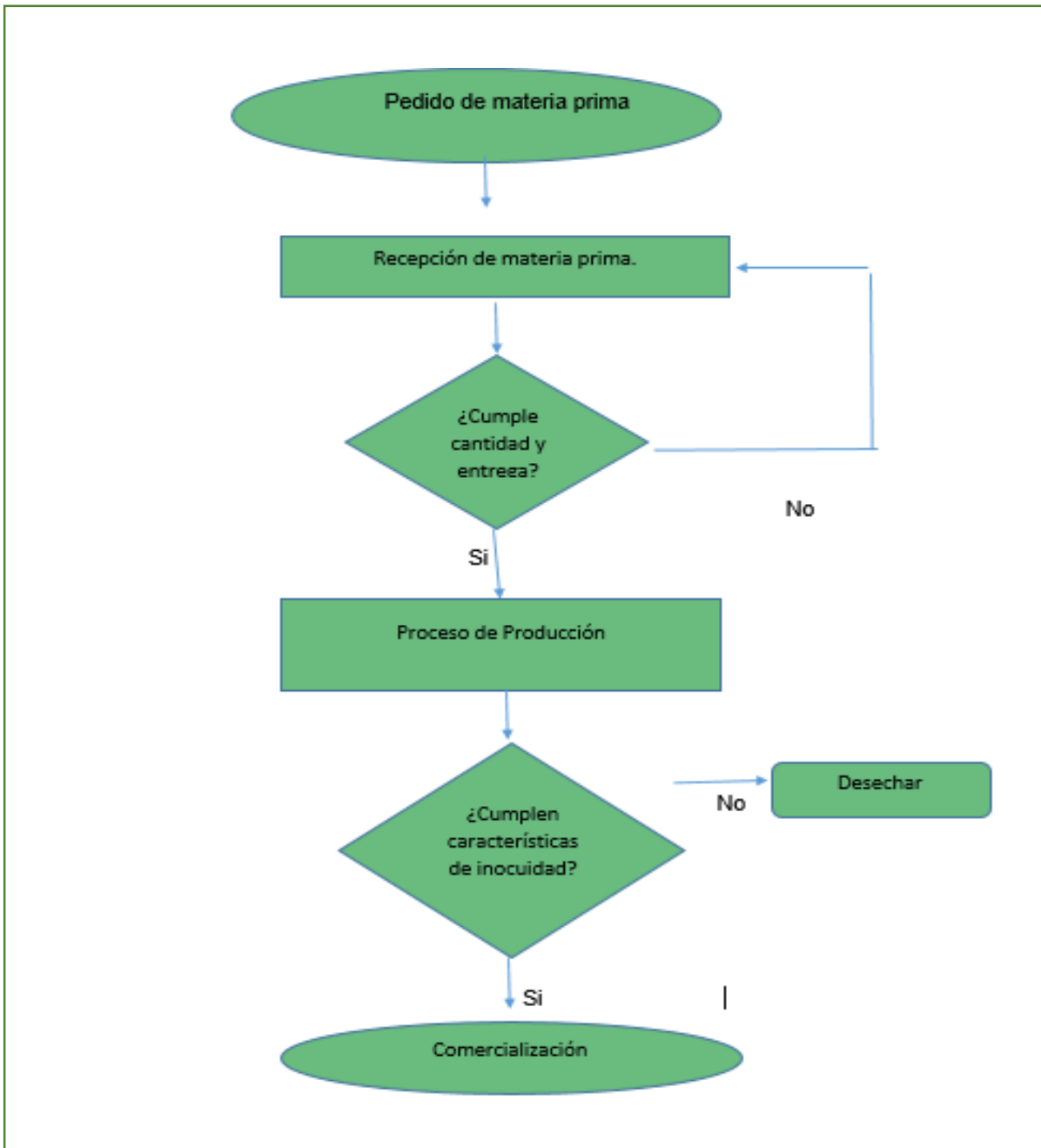
Captar nuevos clientes y subir la producción a 1500 gallinas.

- **Largo**

Tener la capacidad instalada para subir la producción a 2000 gallinas y comercializar el producto en todas las tienditas del municipio de Acatzingo.

- Descripción del proceso de producción

Figura 4.3 Diagrama de Flujo



FUENTE: Elaboración propia

- **Descripción del proceso**

1. Realizar el pedido de materia prima; en este caso se considera materia prima a las 1000 pollitas y al alimento que se les proporcionara a las mismas.
2. Recibir la materia prima.
3. Supervisar la materia prima; en caso de las pollitas revisar que estén sanas, que sean pollas y que sea la cantidad correcta de pollitas. En caso de alimento; supervisar que el alimento venga totalmente cerrado y en perfectas condiciones.
4. Si la materia prima cumple la cantidad y la entrega, entonces se inicia el proceso de producción, en caso contrario se realiza la devolución y se vuelve a realizar el pedido.
5. Una vez que comienza la producción de huevo, este se supervisa para verificar que cumpla las características de inocuidad necesarias, en caso de que las cumpla se realizara la comercialización y en caso contrario el huevo será desechado.

- **Proceso de producción**

Se adquirirán 1000 gallinas de raza New Hampshire de dos días de nacida, previamente vacunada contra la enfermedad de Mareck. Se elige esta raza porque es la más adecuada por su alta incubabilidad, crecimiento, enplumaje rápido, madurez temprana, baja mortalidad en los pollitos, huevos grandes y tempranos, alta vitalidad y poca mortalidad en los adultos.

Una de las ventajas del producto que ofrece la empresa “La Granjita” es que la crianza de las gallinas es libre es decir que son criadas fuera de jaulas

Tomando en cuenta el MANUAL DE BUENAS PRACTICAS PECUARIAS EN LA PRODUCCIÓN DE HUEVO PARA PLATO se consideró lo siguiente.

Tabla 4.1 Requerimiento de espacio para crianza de pollita en piso		
Edad en semanas	Tipo de aves	Numero de aves por metro cuadrado
0-----8	Semipesados	7-----10
8----18	Semipesados	5-----7
8----28	Semipesadas	5-----7

Tabla 4.2 Comederos necesarios para crianza de pollita en piso		
Edad en semanas	Tipo de aves	Numero de comederos. (Comederos de tolva) 500 aves.
0-----8	Semipesados	13
8----28	Semipesados	23

Tabla 4.3 Bebederos necesarios para crianza de pollita en piso		
Edad en semanas	Tipo de aves	Numero de bebederos. (Bebedero de pomo o frasco) 500 aves.
0-----8	Semipesadas	4 Bebederos
8----28	Semipesadas	6 Bebederos

FUENTE: Elaboración propia con datos obtenidos del Manual de Buenas Prácticas Pecuarias en la producción de Huevo Para Plato.

- **Cuidados previos a la producción de huevo**

- Durante la primera semana de vida las pollitas estarán concentradas en un gallinero cerrado, con cama de paja, misma que permitirá controlar la humedad y la temperatura dentro del gallinero, considerando esta última idónea entre 30 a 33 °C. Considerando también el espacio para su sano crecimiento, luz necesaria, alimentación balanceada y un sistema sanitario para la prevención de enfermedades.
- A partir de la segunda semana de vida las pollitas podrán salir a pastorear en cierta área de terreno con forraje limpio y sano. Además, tendrán abastecimiento de agua y para complementar su alimentación se les pondrán comederos con granos molidos y alimento balanceado.

La alimentación se ajustará en relación a la edad, peso y porcentaje de producción.

Tabla 4.4 Periodos y programas de alimentación	
Etapa	Edad
Iniciación	Desde el nacimiento, hasta la semana 5-6 de edad.
Crianza	Desde la semana 6-7 hasta la semana 14-15 de edad.
Desarrollo o pre-postura	De la semana 15-16, hasta el inicio de postura.

Tabla 4.5 Alimentación en etapa de producción, programada en tres fases	
Fase I	Desde el inicio de la postura, hasta la semana cuarenta de edad.
Fase II	Desde el 80%de producción, hasta el mercado o hasta el inicio de la pelecha.

Fase III	Ocasionalmente se utiliza, cuando baja del 70% de producción.
----------	---

FUENTE: Elaboración propia con datos obtenidos del Manual de Buenas Prácticas Pecuarias en la Producción de Huevo Para Plato.

La tabla 4.6 muestra el consumo de alimento en un día por ave y el consumo de alimento semanal por mil aves.

Tabla 4.6 consumo de alimento

<i>Programa de Alimentacion</i>				Semanal	
Etapa	Edad	Consumo de Alimento		Total de Aves	Consumo Alimento/
		Gr/Ave/Dia	Kg/Ave/Dia		
Iniciacion	Semana 1	13.80	0.01	1,000	96.60
	Semana 2	18.40	0.02	1,000	128.80
	Semana 3	23.00	0.02	1,000	161.00
	Semana 4	27.60	0.03	1,000	193.20
	Semana 5	32.20	0.03	1,000	225.40
	Semana 6	36.80	0.04	1,000	257.60
	Semana 7	41.40	0.04	1,000	289.80
	Semana 8	46.00	0.05	1,000	322.00
Desarrollo	Semana 9	50.60	0.05	1,000	354.20
	Semana 10	55.20	0.06	1,000	386.40
	Semana 11	59.80	0.06	1,000	418.60
	Semana 12	64.40	0.06	1,000	450.80
	Semana 13	69.00	0.07	1,000	483.00
	Semana 14	73.60	0.07	1,000	515.20
	Semana 15	78.20	0.08	1,000	547.40
	Semana 16	82.80	0.08	1,000	579.60
	Semana 17	87.40	0.09	1,000	611.80
	Semana 18	92.00	0.09	1,000	644.00
Producción	Semana 19	96.60	0.10	1,000	676.20
	Semana 20	101.20	0.10	1,000	708.40
	Semana 21	105.80	0.11	1,000	740.60
	Semana 22	110.40	0.11	1,000	772.80
	Semana 23	115.00	0.12	1,000	805.00
	Semana 24	119.60	0.12	1,000	837.20
	Semana 25	124.20	0.12	1,000	869.40
	Semana 26	128.80	0.13	1,000	901.60
	Semana 27	133.40	0.13	1,000	933.80
	Semana 28	133.40	0.13	1,000	933.80
	Semana 29	133.40	0.13	1,000	933.80
	Semana 30	133.40	0.13	1,000	933.80
	Semana 31	133.40	0.13	1,000	933.80
	Semana 32	133.40	0.13	1,000	933.80
	Semana 33	133.40	0.13	1,000	933.80
	Semana 34	133.40	0.13	1,000	933.80
	Semana 35	133.40	0.13	1,000	933.80
	Semana 36	133.40	0.13	1,000	933.80
	Semana 37	133.40	0.13	1,000	933.80
	Semana 38	133.40	0.13	1,000	933.80
	Semana 39	133.40	0.13	1,000	933.80
	Semana 40	133.40	0.13	1,000	933.80
	Semana 41	133.40	0.13	1,000	933.80
	Semana 42	133.40	0.13	1,000	933.80
	Semana 43	133.40	0.13	1,000	933.80
	Semana 44	133.40	0.13	1,000	933.80
	Semana 45	133.40	0.13	1,000	933.80
	Semana 46	133.40	0.13	1,000	933.80
	Semana 47	133.40	0.13	1,000	933.80
	Semana 48	133.40	0.13	1,000	933.80
	Semana 49	133.40	0.13	1,000	933.80
	Semana 50	133.40	0.13	1,000	933.80
	Semana 51	133.40	0.13	1,000	933.80
	Semana 52	133.40	0.13	1,000	933.80
	Semana 53	133.40	0.13	1,000	933.80
	Semana 54	133.40	0.13	1,000	933.80
	Semana 55	133.40	0.13	1,000	933.80
	Semana 56	133.40	0.13	1,000	933.80
	Semana 57	133.40	0.13	1,000	933.80
	Semana 58	133.40	0.13	1,000	933.80
	Semana 59	133.40	0.13	1,000	933.80
	Semana 60	133.40	0.13	1,000	933.80

- Considerando el bienestar y el sano crecimiento de la pollita, no se realizará despique a las mismas para evitar el estrés y posibles complicaciones por la realización de dicho acto.
- La producción comenzara a partir de la decimonovena semana de vida de la gallina, durante los meses anteriores a la puesta, se le proporcionaran los cuidados necesarios, antes mencionados para su sano crecimiento.
- A partir de la puesta de huevos se procederá a realizar el levantamiento de los mismos y se seleccionarán los huevos que cuenten con las características de inocuidad idóneas para la venta.

De acuerdo a la ley NMX-FF-079-1991. PRODUCTOS AVÍCOLAS. HUEVO FRESCO DE GALLINA. ESPECIFICACIONES. POULTRY PRODUCTS. FRESH HEN EGG. SPECIFICATIONS. NORMAS MEXICANAS. DIRECCIÓN GENERAL DE NORMAS.

Esta norma reconoce seis tamaños en el huevo fresco de gallina, los cuales están determinados por su peso. (Ver tabla 4.7)

Tabla 4.7 Tamaño del huevo

TAMAÑO	PESO NETO MÍNIMO POR UNIDAD (G)
1	64.0
2	60.0 - 63.9
3	55.0 - 59.9
4	50.0 - 54.9
5	45.0 - 49.9
6	Menos de 45.0

De acuerdo a las disposiciones sanitarias que señala la Secretaria de Salud la clasificación del huevo para plato es la siguiente:

Tabla 4.8 Clasificación del huevo

Clasificación	Características del cascara	Características de la clara	Características de la yema	Tamaño del huevo
México extra.	Limpio, íntegro y conformado normalmente.	Transparente y firme, así mismo, deberá estar exenta de cuerpos extraños.	Bordes ligeramente definidos, libre de defectos aparentes, de forma redonda y céntrica.	Tamaño admisible del 1 al 5. Ver tabla 4.3.3
México 1.	Limpio, Intacto y prácticamente normal	Limpia y razonablemente firme.	Tener forma redondeada, estar prácticamente libre de defectos y ubicada céntricamente.	Tamaño admisible del 1 al 6, señalando el tamaño en la caja. Ver tabla 4.3.3
México 2	El cascara puede presentar anomalías en su conformación, pero estar intacto. No se permite que el huevo tenga manchas o excremento adherido, así como sangres u otros materiales.	Se permite que la clara sea débil y acuosa. La clara podrá presentar puntos de sangre o "carne", siempre que estos en conjunto no tengan un tamaño mayor a 3.1mm	La yema podrá parecer oscura y ligeramente aplanada o alargada, desplazada fuera de la posición céntrica y con disco germinal ligeramente visible, pero sin sangre evidente.	Tamaño admisible del 1 al 6, señalando el tamaño en la caja. Ver tabla 4.3.3
Fuera de clasificación.	Grietas que expongan el contenido del huevo al medio	Presencia de cuerpos extraños, o manchas, que	Yema oscura, no céntrica, de conformación anormal, con	

	ambiente o haya pérdidas. Huevo sucio, con manchas de sangre, excremento, residuos de huevo o cualquier otro material.	solas o en conjunto tengan un tamaño mayor a 3.1mm, o bien cuando la clara aparezca turbia.	disco germinativo desarrollado y crecimiento microbiológico.	
--	---	---	--	--

Elaboración propia con datos de la NORMA NMX-FF-079-1991. Productos avícolas. Huevo fresco de gallina.

• Envase y Embalaje

- 1) Para el envase de los huevos se utilizarán charolas de plástico o de cartón, totalmente nuevas.



- 2) Los envases tendrán la característica de que cada una de las celdillas pueda contener un huevo, de cualquiera de los tres principales grados de tamaño. (Ver Tabla 4.7)
- 3) El envase estará limpio y libre de manchas de grasa, suciedad, polvo, marcas ajenas al envase, hoyos o zonas rajadas. No deberá presentar evidencias de maltrato y de laminación; asimismo deberá ser impermeable y no presentará defectos que alteren la apariencia de sanidad y eficiencia.
- 4) De acuerdo a los gustos y preferencias de los clientes potenciales, resultados obtenidos en el estudio de mercado antes realizado, la presentación del producto para su venta será en envases de treinta huevos y en envase de 12 huevos, considerando el precio por kilo.

- Considerando que son 1000 gallinas y que cada gallina pone un huevo diario la producción mensual será de 28,000 huevos.
- Después de la semana ochenta de producción, las gallinas se venderán como descarte, puesto que ya no serán productivas.

Tiempo de postura un año y medio. Total, producción 504,000 huevos.

- La gallinaza generada por las gallinas será vendida a los agricultores de la región.

Equipo e instalaciones

Equipo, herramientas e instalaciones que utilizara “La Granjita” para comenzar operaciones.

Instalaciones	Cantidad	Costo
Oficina	1	
Almacén	1	
Gallineros fijos con sus echaderos, comederos y bebederos.	2	\$440,000.00
Bebederos de frasco	12	\$300.00
Comederos de tolva	46	\$120.00
Equipo de oficina	Cantidad	
Computadora de escritorio (hp)	1	\$ 7,932.00
Impresora (hp) multifuncional	1	\$ 2,899.00
Teléfono (Panasonic)	1	\$1,440.00
Escritorio	1	\$2,150.00
Archivero (metálico)	1	\$ 2.090.00
Hojas blancas (Scribe)	2 paquete	\$130.00
Lapiceros (BIC c/ 12 piezas)	1 caja	\$43.00

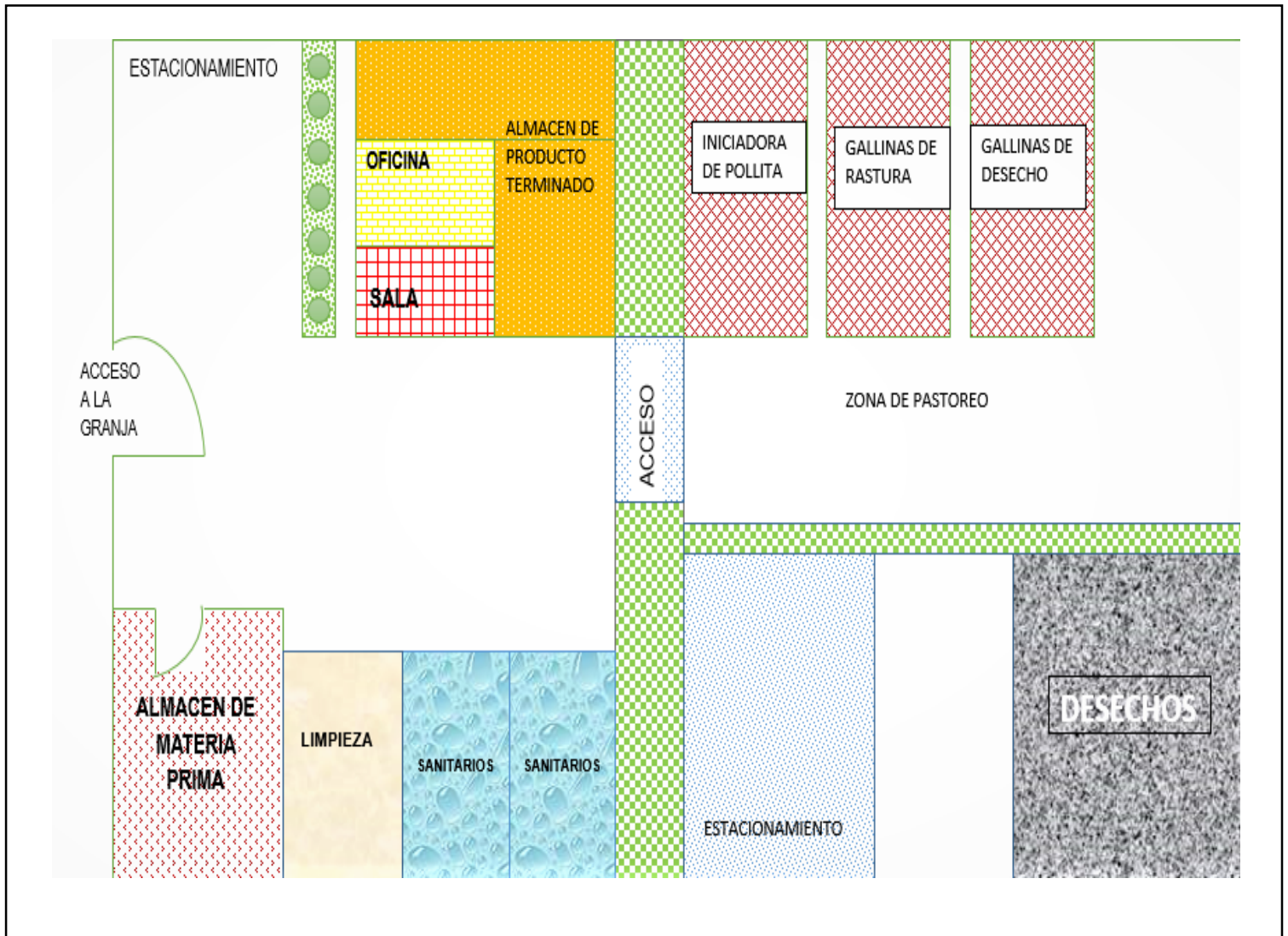
Plumones (Magistral c/3 piezas)	1 paquete	\$76.00
Herramientas	Cantidad	
Contenedor de agua potable.	1	\$2,231.00
Manguera (rollo)	1	\$1,250.00
Bomba de agua eléctrica	1	\$2,359.00
Jaulas para transportar gallinas	40	\$480.00
Carretilla (TRUPER)	1	\$1,043.00
Escobas	4	\$80.00
Palas	2	\$140.00
Mesa de cargas	1	\$1,750.00
Equipo de limpieza y desinfección		
Botas industriales	10 pares	\$1,880.00
Overol industriales	5 pares	\$2,000.00
Guantes	10 pares	\$1,000.00
Mascarillas	10 pares	\$700.00

FUENTE: Elaboración propia

Los servicios necesarios para la producción del huevo son: energía eléctrica, agua potable, teléfono (necesario para realizar compras y atender pedidos).

- **Diseño y distribución de planta y oficina**

Figura 4.4 Imagen del plano de distribución



FUENTE: Elaboración propia

La Granjita contará con las áreas de oficina, sanitario, almacén de materia prima y almacén de producto terminado.

Así mismo tendrá tres gallineros: En el primer gallinero se encontrarán las pollitas del primer día de nacidas hasta las ocho semanas de edad, este gallinero tendrá un área de 100 metros cuadrados, el gallinero contará con 26 comederos de tolva y 8 bebederos de frasco.

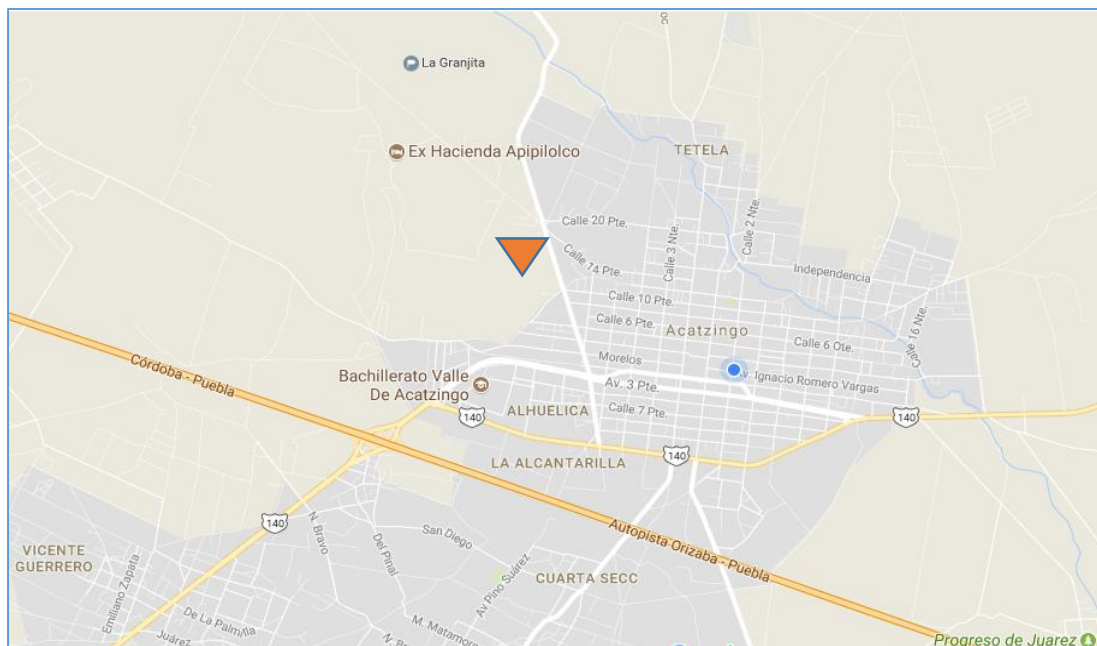
El segundo gallinero se encontrarán las gallinas de ocho semanas de edad hasta le fecha en que dejen de producir este gallinero tendrá 180 metros cuadrados, 46 comederos de tolva y seis bebederos de frasco, además de contar con 100 echaderos.

En el tercer gallinero se encontrarán las gallinas que ya terminaron su tiempo de postura, es decir las gallinas de desecho. Este gallinero tendrá cien metros cuadrados, contará con 46 comederos de tolva y 12 bebederos de frasco. Solamente se usará en caso de retraso para venta de gallina de desecho.

Ubicación de la empresa

La empresa “La Granjita” se ubicará en calle 14 poniente s/n barrio San Diego Apipilolco, municipio de Acatzingo de Hidalgo Puebla (ver figura 4.5)

Figura 4.5 Mapa de Localización del punto de venta.



Fuente: google maps consultado

- **Proveedores**

Los proveedores de “La Granjita” deberán cumplir con la entrega de materia prima en tiempo y forma, y los insumos que se utilizaran para la alimentación de las gallinas deberán cumplir con las Buenas Prácticas de Manufactura que permitan evitar riesgo de contaminación que puedan comprometer el bienestar de las aves, esto con la finalidad de asegurar la inocuidad del producto final durante su producción (huevo para plato) (ver tabla 4.9)

Tabla 4.9 PROVEEDORES			
Proveedores	Descripción	Precio unitario	Ubicación
Jovasa Servicios Agropecuarios	Gallinas	\$12.00 (La pieza)	Dirección: Rio Tepalcatepec 691, Loma Bonita Ejidal. Zapopan Jalisco C.P. 45085 Tel: 01(33)31442145 Tel: 01(33) 2003 5575 CORREO: info@jovasa.com.mx
El NoGal	Alimento	\$ 8.00 (El kilo)	Av. 20 de noviembre N. 934 Ocotlán Jalisco.
Agricultor regional	Maíz	\$4.00 (El kilo)	Barrió San Diego Apipilolco, Acatzingo, Puebla.
Agricultor regional	Alfalfa	\$ 3.00 El rollo	Barrió San Diego Apipilolco, Acatzingo, Puebla.

Envase	1. Envase docenero 2. Envase de 30 pzs.	\$950 p/u 2.50 Caja 849 p/u 2.80 Caja.	Empresa Golvix Empresa Asipropec
Embalaje	Caja de embalaje tamaño 60.0 X 30.0 X 32.0 R-23 ECT.	\$7	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4.10 Vacunación

Vacunacion			
vacuna/medicamento	Momento de aplicación	Costo unitario	Costo total
New Castle	en el primer mes	0.32	160.00
Colera Avial	en el segundo mes	0.88	440.00
Coriza Infecciosa	en el tercer mes	3.30	1,650.00
Marek	en el segundo mes	2.00	1,000.00
Coccidiosis	en el sexto mes	0.85	425.00
Parasitos Internos	en el cuarto mes	0.55	275.00
Viruela Avial	en el cuerto mes	0.40	200.00
Bronquitis B1	en el quinto mes	0.45	225.00
Gumbora	en el sexto mes	0.35	175.00
Bronquitis	en el septimo mes	0.38	190.00
Gumbora	en el octavo mes	0.35	175.00
Total por ciclo			4,915.00
Total por año			4,915.00
Concepto	Cantidad	Costo Unit	Costo total
Costo de jeringas	500.00	3	1,500.00

Fuente: Elaboración propia

4.4 Aspectos Legales

- **Marco legal de la organización**

La constitución de la empresa se realizará como persona física con actividad empresarial.

- **Tramites SECRETARIA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO.**

Requisitos personas físicas

1. Dispositivo magnético (USB o disco compacto) con el archivo de requerimiento (extensión *.req) generado con la aplicación SOL CEDI.
2. Formato FE: Solicitud de certificado de Firma Electrónica Avanzada, lleno e impreso por ambos lados en una sola hoja. Este formato se descarga del portal del SAT y se entrega por duplicado.
3. Copia certificada del acta de nacimiento, carta de naturalización o documento migratorio vigente. (Sólo serán aceptadas las copias certificadas del acta de nacimiento que emita el Registro Civil o las copias simples certificadas ante Notario Público).
4. Original o copia certificada de la identificación oficial (credencial para votar, pasaporte, cédula profesional, cartilla del servicio militar o credencial emitida por los gobiernos federal, estatal o municipal que cuente con la fotografía y firma del titular).

Datos personales recabados durante el trámite:

Con la finalidad de garantizar el vínculo que debe existir entre un certificado digital y su titular, al acudir a tramitar su Fiel, es necesario que en el sistema de registro se ingresen sus siguientes datos personales:

1. Fotografía de frente,
2. Captura del Iris,
3. Huellas dactilares,
4. Firma autógrafa, y

5. Documentos requeridos, según sea el caso (persona física o moral).

Los datos personales antes citados serán incorporados y protegidos en los sistemas del Servicio de Administración Tributaria, de conformidad con los Lineamientos de Protección de Datos Personales y con las diversas disposiciones fiscales y legales sobre la confidencialidad y protección de datos, a fin de ejercer las facultades conferidas a la autoridad fiscal.

- **Registro en IMMS**

En línea con FIEL

1. Comprobante de domicilio del centro de trabajo.
2. En línea con CURP no se requiere ningún tipo de documento

Presencial

1. Registro Federal de Contribuyentes (RFC) del domicilio fiscal y/o Aviso de apertura de establecimiento. Copia.
2. Comprobante del domicilio del centro de trabajo. Original y copia.
3. Croquis de localización del domicilio del centro de trabajo. Original.
4. Identificación oficial vigente del patrón. Original y copia.
5. Clave Única de Registro de Población (CURP). Copia.
6. En caso de contar con representante legal, Poder Notarial para actos de dominio, de administración o poder especial en donde se especifique que puede realizar toda clase de trámites y firmar documentos ante el IMSS. Original y copia.
7. Identificación oficial vigente del representante legal. Original y copia.
8. Registro Federal de Contribuyentes (RFC) del representante legal. Copia.
9. Clave Única de Registro de Población (CURP) del representante legal. Copia.
10. Solo en caso de reanudación de actividades; Aviso de Modificación de las empresas para el Seguro de Riesgos de Trabajo. Original y 2 copias.
11. Solo en caso de inscribir trabajadores, deberá presentar el formato Aviso de Inscripción del trabajador. Original y 2 copias.

12. Nota: Únicamente podrás realizar el trámite en línea con CURP si eres contribuyente del Régimen de Incorporación Fiscal con la adhesión a los beneficios del Decreto por el que se otorgan estímulos para promover la incorporación a la Seguridad Social.

Registro de patentes y marcas

INSTITUTO MEXICANO DE PROPIEDAD INDUSTRIAL (IMPI)

1. Los pasos a seguir para la obtención del registro de marcas y/o patentes es el siguiente:
2. Acudir a la Secretaría de Economía (SE) y pedir una solicitud de registro, ya sea de marcas o de patentes, y su respectiva hoja de pago.
3. Llenar la solicitud y la forma de pago de acuerdo con los datos de la empresa y la cantidad de productos o servicios de una sola clase que se van a registrar bajo una misma marca (vea información en costos de marca).
4. Realizar los pagos.

Esperar la realización de los trámites necesarios.

De acuerdo con los derechos vigentes hasta el 30 de septiembre de 1994, por el estudio de una solicitud de registro de marca, se pagará el derecho de propiedad industrial, en función de la aplicación de la marca.

Para el estudio de la solicitud de registro de marca para aplicarse:

- a) A un solo producto o servicio \$ 96.00
- b) De 2 a 10 productos de una sola clase \$ 192.00
- c) De 10 a 30 productos o servicios de una sola clase \$ 384.00
- d) De más de 30 productos o servicios o para todos los productos o servicios de una sola clase \$ 768.00

Por el informe que se proporcione a personas que soliciten por escrito información sobre si una marca ha sido registrada o por informes semejantes relativos a avisos y nombres comerciales. Por concepto de búsqueda de anterioridades fonéticas \$51.00

Requisitos:

- a. Marca registrada o sus abreviaturas: Marca Reg., M.R. o ®

- b. Ubicación de la fábrica o lugar de producción de los bienes de elaboración nacional y la referencia: Hecho en México.
- c. Los productos de exportación deberán portar la contraseña establecida por la Secretaría de Economía (una cabeza de águila).

Se deberán entregar los siguientes documentos:

1. Solicitud de marca, forma (310-053) en original y tres copias con firmas originales.
2. 12 etiquetas en blanco y negro no mayores de 10x10 cm, ni menores a 4x4 cm.
3. Cuando se trate de una marca mixta, adherir una etiqueta en cada solicitud, si no se reserva color.
4. Si se reserva color, 12 etiquetas, además de 8 etiquetas en blanco y negro de las mismas medidas (adherir una a color en cada solicitud).
5. Si es persona moral: copia del acta constitutiva o poder certificado por notario y dos copias simples.
6. Si es persona física: carta poder simple con dos testigos y con domicilio de los testigos y dos copias simples (solicite formato).
7. Original del pago efectuado en el banco (sello original y 4 copias).

Pago de impuestos del Ayuntamiento

Impuesto	Cantidad
Uso de suelo	\$ 300.00
Licencia de funcionamiento	\$ 1,500.00

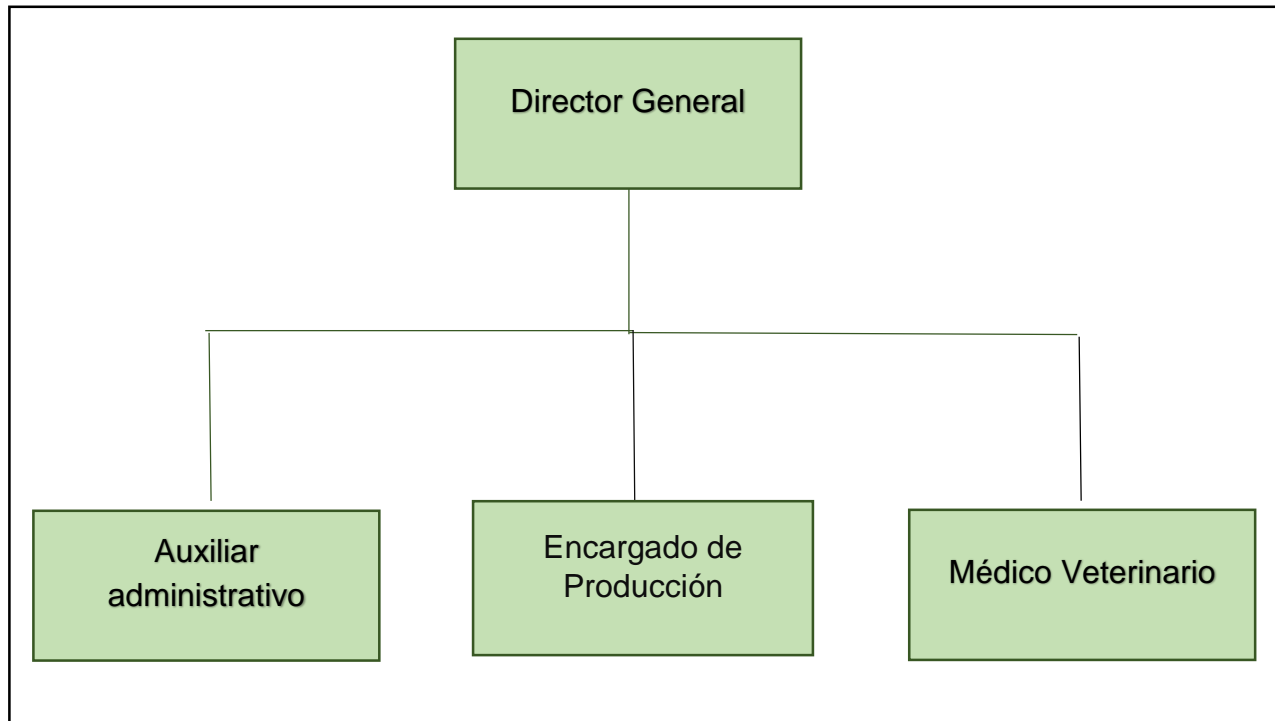
Fuente: elaboración propia

4.5 Estudio Organizacional

Objetivos del área de organización

El objetivo del área de organización es delegar las funciones que deben realizar cada uno de los empleados dependiendo el área que les corresponda, para ser eficientes, de manera que se saque el mejor provecho de ellos y se logren los objetivos deseados.

Figura 7. Estructura organizacional (organigrama)



FUENTE: Elaboración propia

Descripción de puestos

I.- UBICACIÓN:

EMPRESA: “La Granjita”		LE REPORTAN:
NOMBRE DEL PUESTO: Director General		Encargado de Producción.
ÁREA: Administrativa		Staff.
Días laborales: lunes a sábado Horarios laborales: 9 am- 6 pm		Auxiliar Administrativo.

ACTIVIDADES:

II.-DESCRIPCIÓN GENÉRICA: El Director General debe cumplir con responsabilidad, comunicación efectiva, conocimiento integral y general en Administración y contabilidad, conocimiento general de las operaciones que se realizan en la empresa, conocimiento tecnológico y manejo de grupos.

Es responsable: De la administración total de la empresa “La Granjita”

III.- DESCRIPCIÓN ESPECÍFICA:

1. Dirigir a la empresa hacia el logro de objetivos.
2. Supervisar la comercialización del producto y buscar a nuevos clientes.
3. Supervisión del personal que labora en la empresa.
4. Llevar la contabilidad de la empresa.
5. Revisar la información que entrega el personal a su cargo.
6. Llevar en orden los registros en cuanto a producción y ventas.
7. Supervisar las compras necesarias para el funcionamiento de la empresa.
8. Asesoramiento a clientes.

IV. PERFIL DEL PUESTO

1. **Escolaridad:**

1	Bachillerato / Técnico	
2	Profesional parcial	
3	Profesional	x
4	Maestría	
5	Postgrado	

2. Conocimientos (Formación): Licenciatura en Administración de Empresas.

3. Habilidades: Facilidad de palabra, actitud de servicio, responsabilidad, adaptación al cambio, capacidad de liderazgo, trabajo en equipo, rendimiento bajo presión.

V.- RELACIONES INTERNAS:

CON QUIEN:	PARA QUÉ:
Área: Staff	Para supervisar que se lleve a cabo y de manera correcta la vacunación y el cuidado de la salud de las aves.
Área: Producción	Para supervisar que las tareas que deban realizarse en el área, se realicen de la mejor manera posible, así como para el intercambio de información y la supervisión del adecuado llenado de las bitácoras a entregar por el encargado de producción.
Área: Auxiliar Administrativo	Para verificar las compras, las ventas diarias, semanales y mensuales, así como cualquier otra situación que se suscite.

VI.- RELACIONES EXTERNAS:

CON QUIEN:	PARA QUE:
Clientes	Para brindar información y asesoramiento y resolver dudas en cuanto al producto (huevo).

Descripción de puestos

I.- UBICACIÓN:

EMPRESA: “La Granjita”		LE REPORTA A:
NOMBRE DEL PUESTO: Auxiliar Administrativo		Director General
ÁREA: Administrativa		
Días laborales: lunes a sábado Horarios laborales: 9 am- 6 pm		

ACTIVIDADES:

II.-DESCRIPCIÓN GENÉRICA: El Auxiliar Administrativo debe cumplir con responsabilidad, comunicación efectiva, conocimiento integral y general en Administración y contabilidad, compras y ventas, debe tener conocimiento general de las operaciones que se realizan en la empresa, conocimiento tecnológico y manejo de grupos.

Es responsable: De Auxiliar al Director General y encargarse de las Compras y Ventas.

III.- DESCRIPCIÓN ESPECÍFICA:

1. Auxiliar al Director General.
2. Encargado de las compras necesarias para el funcionamiento de la empresa.
3. Encargado de las ventas.
4. Asesoramiento a clientes
5. Llevar en orden los registros en cuanto a compras, producción y ventas.

IV. PERFIL DEL PUESTO

1. Escolaridad:

1	Bachillerato / Técnico	
2	Profesional parcial	
3	Profesional	x
4	Maestría	
5	Postgrado	

4. **Conocimientos (Formación):** Licenciatura en Administración de Empresas.

5. **Habilidades:** Facilidad de palabra, actitud de servicio, responsabilidad, adaptación al cambio, capacidad de liderazgo, trabajo en equipo, rendimiento bajo presión.

V.- RELACIONES INTERNAS:

CON QUIEN:	PARA QUÉ:
Área: Dirección General	Para reportar las compras y ventas que se hayan llevado a cabo, así como para apoyar al Director General en las labores que este le encomiende.
Área: Staff	Para supervisar que se lleve a cabo y de manera correcta la vacunación y el cuidado de la salud de las aves.
Área: Producción	Para supervisar que las tareas que deban realizarse en el área, se realicen de la mejor manera posible, así como para el intercambio de información y la supervisión del adecuado llenado de las bitácoras a entregar por el encargado de producción.

VI.- RELACIONES EXTERNAS:

CON QUIEN:	PARA QUE:
Clientes	Para brindar información y asesoramiento y resolver dudas en cuanto al producto (huevo). Así como para levantar los pedidos y verificar la entrega de los mismos.

I.- UBICACIÓN:

EMPRESA: “La Granjita”		LE REPORTA A:
NOMBRE DEL PUESTO: Médico Veterinario.		Director General Auxiliar Administrativo
ÁREA: Producción.		
Días laborales: indefinidos Horarios laborales: indefinidos Nota: staff, solamente para vacunación de las aves y en caso de enfermedades.		

ACTIVIDADES:

II.-DESCRIPCIÓN GENÉRICA: El Médico Veterinario debe cumplir con responsabilidad, comunicación efectiva, conocimiento integral y general en avicultura.

Es responsable: Del seguimiento de la salud avícola, en el área de producción.

III.- DESCRIPCIÓN ESPECÍFICA:

1. Llevar el control y vacunación de las aves.
2. Supervisar que la alimentación de las aves sea correcta y saludable.
3. Estar al pendiente de la salud de las aves y en caso de enfermedades atenderles inmediatamente.

IV. PERFIL DEL PUESTO

1. Escolaridad:

1	Bachillerato / Técnico	
2	Profesional parcial	
3	Profesional	x
4	Maestría	
5	Postgrado	

6. Conocimientos (Formación): Licenciatura en Médico Veterinario.

7. Habilidades: Facilidad de palabra, actitud de servicio, responsabilidad, adaptación al cambio, trabajo en equipo.

V.- RELACIONES INTERNAS:

CON QUIEN:	PARA QUE:
Área: Dirección General.	Para supervisar e informar, acerca de la vacunación, alimentación y cuidado de las aves.
Área: Auxiliar Administrativo	Para informar en caso de que el Director General lo ordene, acerca de la vacunación y cuidado de las aves, así como de gastos generales y algunas cuestiones diversas.
Área: Producción	Para informar, sobre el cuidado que debe tener el encargado de producción para con las aves.

I.- UBICACIÓN:

EMPRESA: “La Granjita”		LE REPORTA A:
NOMBRE DEL PUESTO: Encargado de Producción.		Director General Auxiliar Administrativo
ÁREA: Producción		
Días laborales: lunes a domingo Horarios laborales: 9 am- 6 pm		

ACTIVIDADES:

II.-DESCRIPCIÓN GENÉRICA: El Encargado de Producción debe cumplir con responsabilidad, comunicación efectiva y conocimiento general de las operaciones que se realizan en la empresa.

Es responsable: Del área de Producción.

III.- DESCRIPCIÓN ESPECÍFICA:

1. Brindar alimento y agua fresca a las aves.
2. Brindar los cuidados necesarios a las aves, desde el momento en que ingresan a la granja.
3. Mantener las instalaciones del área de producción totalmente limpias.
4. Recolectar el huevo de manera manual y posteriormente clasificarlo.
5. Empaquetar el huevo por cono y medio cono.
6. Llevar los registros de producción diaria.
7. Llevar el registro de suministro de alimento.
8. Pasar los registros al Director General.

IV. PERFIL DEL PUESTO

1. Escolaridad:

1	Bachillerato / Técnico	X
2	Profesional parcial	
3	Profesional	
4	Maestría	
5	Postgrado	

8. **Conocimientos (Formación):** Bachillerato.

9. **Habilidades:** Facilidad de palabra, actitud de servicio, responsabilidad, adaptación al cambio, trabajo en equipo, rendimiento bajo presión.

V.- RELACIONES INTERNAS:

CON QUIEN:	PARA QUE:
Área: Staff Médico Veterinario	Para recibir indicaciones y llevarlas a la práctica, con la finalidad de cuidar de manera correcta a las aves.
Área: Dirección General.	Para informar acerca de la falta de alimento o cualquier otra situación, así como para entregar registros de suministro y producción.
	Para verificar las ventas diarias, semanales y mensuales, de acuerdo a la producción obtenida.

Contrato laboral (Ejemplo de contrato laboral individual a utilizar)

CONTRATO

CONTRATO INDIVIDUAL DE TRABAJO QUE CELEBRAN POR UNA PARTE LA **C. ERICA HERNÁNDEZ CAMACHO** Y POR LA OTRA EL C.-----

- AL TENOR DE LOS SIGUIENTES ANTECEDENTES Y CLAUSULAS:

ANTECEDENTES

1.- Declara la **C.ERICA HERNÁNDEZ CAMACHO** ser legítimo representante de la negociación o centro de trabajo "**LA GRANJITA**" ubicada en calle 14 poniente s/n barrio San Diego Apipilolco, municipio de Acatzingo de Hidalgo Puebla.

2.-ELtrabajador el C.----- manifiesta, ser de nacionalidad mexicana, de ----- años de edad, estado civil ----- con domicilio en -----

3.- Declaran las partes que en el centro de trabajo indicado la(s) actividad(es) preponderantes son:-----

4.- EL TRABAJADOR C. ----- manifiesta que tiene la capacidad y aptitudes para desarrollar las actividades indicadas en el antecedente que precede.

5.- **EI PATRÓN C. ERICA HERNÁNDEZ CAMACHO** requiere de los servicios de personal apto para el desarrollo de sus actividades, y de modo especial para el puesto o funciones de encargado de -----.

6.- **EL TRABAJADOR C.**----- está conforme en desempeñar los requerimientos del Patrón y en plasmar las condiciones generales de trabajo sobre las cuales prestará sus servicios personales.

CLAUSULAS.

PRIMERA.- Para efectos de mayor brevedad en el presente contrato se denominará en lo sucesivo a la C. Erica Hernández Camacho como "**EL PATRÓN**"; a él C. ----- "**EL TRABAJADOR**"; a la Ley Federal del Trabajo como "**LA LEY**", al referirse al presente documento como "**EL CONTRATO**", y a los que suscriben como "**LAS PARTES**".

SEGUNDA. - Este "CONTRATO" se celebra por tiempo indeterminado según lo establece el artículo 35 de la Ley".

TERCERA.- La prestación de los servicios de "EL TRABAJADOR" consistirá en: -----

CUARTA. - El lugar de la prestación de los servicios de "EL TRABAJADOR" será domicilio de "EL PATRÓN".

QUINTA. - "**LAS PARTES**" convienen y acepta "**EL TRABAJADOR**" que cuando por razones administrativas o de desarrollo de la actividad o prestación de servicios contratados haya necesidad de removerlo, podrá trasladarse al lugar que "**EL PATRÓN**" le asigne, siempre y cuando no se vea menoscabado su salario.

En este caso "**EL PATRÓN**" le comunicará con anticipación la remoción del lugar de prestación de servicios indicándole el nuevo asignado.

Para el caso que en el nuevo lugar de prestación de servicios que le fuera asignado variara el horario de labores, "**EL TRABAJADOR**" acepta dicha modalidad.

SEXTA. - La duración de la jornada de trabajo será de----- horas semanales, quedando distribuida de acuerdo al siguiente horario de labores: -----

Cuando el horario de labores sea continuo "**EL TRABAJADOR**" tendrá derecho a una hora de descanso para tomar alimentos y le será computado dicho período dentro de su jornada de trabajo; quedando en su caso comprendido el mismo de las ----- horas a las ----- horas.

"**EL TRABAJADOR**" únicamente podrá laborar tiempo extraordinario cuando "**EL PATRÓN**" se lo indique y medie orden por escrito, la que señalará el día o los días y el horario en el cual se desempeñará el mismo. Para el caso de computar el tiempo extraordinario laborado deberá "**EL TRABAJADOR**" recabar y conservar la orden referida a fin de que en su momento quede debidamente pagado el tiempo extra laborado; la falta de presentación de esa orden solo es imputable a "**EL TRABAJADOR**".

SÉPTIMA.- "**EL TRABAJADOR**" percibirá por la prestación de sus servicios como salario semanal la cantidad de -----, con las deducciones correspondientes por la cantidad de ----- por concepto de SAR. Y ----- por concepto de cuota al I.M.S.S., resultando un NETO A PAGAR de ----- (PESOS 00/100 M. N.) Los cuales serán cubiertos en efectivo y en Moneda Nacional.

"EL TRABAJADOR" deberá cada vez que le sea pagado su salario extender a favor de **"EL PATRÓN"** el recibo correspondiente en los documentos que el mismo le presente para tales fines.

OCTAVA. - "EL TRABAJADOR" recibirá el pago de su salario en el domicilio del lugar de la prestación de sus servicios. El pago al trabajador se realizará cada fin de semana en día sábado.

NOVENA. - "EL TRABAJADOR" tendrá derecho por cada seis días de labores a descansar uno con el pago de salario diario correspondiente. Queda establecido preferentemente como día de descanso semanal el día domingo de cada semana, pudiendo ser cambiado el mismo.

DECIMA. - Cuando **"EL TRABAJADOR"** por razones administrativas tenga que laborar el día domingo, **"EL PATRÓN"** le pagará, además de su salario ordinario, un 25% (Veinticinco por Ciento) como prima dominical sobre el salario ordinario devengado. Independientemente del día de descanso semanal, al que tendrá derecho.

DECIMA PRIMERA. - Quedan establecidos como días de descanso obligatorio los señalados en el artículo 74 de **"LA LEY"**.

DECIMA SEGUNDA. - "EL TRABAJADOR" tendrá derecho a disfrutar de un período anual de vacaciones según lo establecido en el artículo 76 de **"LA LEY"** tomando en consideración la antigüedad en el trabajador, así como a disfrutar del salario que le corresponda. De igual modo recibirá la Prima Vacacional respectiva, equivalente al 25 % del importe pagado por concepto de vacaciones.

DECIMA TERCERA. - "EL TRABAJADOR" tendrá derecho a recibir por parte de **"EL PATRÓN"**, antes del día 20 de diciembre de cada año, el importe correspondiente a quince días de salario como pago de aguinaldo a que se refiere el artículo 87 de **"LA LEY"**, o en su parte proporcional por fracción de año.

DECIMA CUARTA. - "EL TRABAJADOR" acepta someterse a los exámenes médicos que periódicamente establezca **"EL PATRÓN"** en los términos del artículo 134 Fracción X de **"LA LEY"**, a fin de mantener en forma óptima sus facultades físicas e intelectuales, para el mejor desempeño de sus funciones. El médico que practique los reconocimientos Será designado y retribuido por **"EL PATRÓN"**.

DECIMA QUINTA. - "EL TRABAJADOR" deberá integrarse a los Planes, Programas y Comisiones Mixtas de Capacitación y Adiestramiento, así como a los de Seguridad e Higiene en el Trabajo que tiene constituidos **"EL PATRÓN"**, tomando parte activa dentro de los mismos según los cursos establecidos y medidas preventivas de riesgos de trabajo.

DECIMA SEXTA. - "EL TRABAJADOR" deberá observar y cumplir todo lo contenido en el Reglamento Interior de Trabajo con que cuenta "EL PATRÓN" y que tiene fijado en las áreas de mayor visibilidad.

DECIMA SÉPTIMA. - "EL TRABAJADOR" acepta y por ende queda establecido que cuando por razones convenientes para "EL PATRÓN" éste modifique el horario de trabajo, podrá desempeñar su jornada en el que quede establecido ya que sus actividades al servicio de "EL PATRÓN" son prioritarias y no se contraponen a otras que Pudiera llegar a desarrollar.

DECIMA OCTAVA.- "EL TRABAJADOR" deberá dar fiel cumplimiento a las disposiciones contenidas en el artículo 134 de "LA LEY" y que corresponden a las obligaciones de los trabajadores en el desempeño de sus labores al servicio de "EL PATRÓN".

DECIMA NOVENA.- EL TRABAJADOR" deberá presentarse puntualmente a sus labores en el horario de trabajo establecido y firmar las listas de asistencia acostumbradas o checar su tarjeta de asistencia en el reloj-cheCADOR diariamente. En caso de retraso o falta de asistencia injustificada podrá "EL PATRÓN" imponerle cualquier corrección disciplinaria de las que contenía el Reglamento Interior de Trabajo.

DECIMA VIGÉSIMA. - Para todo lo no previsto en el presente "CONTRATO" se estará a lo contenido en el Contrato Colectivo de Trabajo con que cuenta el "PATRÓN" o bien lo prescrito por "LA LEY" o el Contrato Ley respectivo en su caso, así como el reglamento Interior de Trabajo.

Leído el que fue el presente contrato por quienes en el intervienen, ratifican lo impuesto de su contenido, lo firman de conformidad, quedando las copias una vez registradas en poder de cada parte.

En la ciudad de **ACATZINGO DE HIDALGO, PUEBLA** a los días ----- del mes de ----- del año-----.

"EL TRABAJADOR"

C. -----

"EL PATRÓN"

C. Erica Hernández Camacho

4.6 Estudio Financiero

Es importante determinar de manera cuantitativa y monetaria el costo de la operación del plan de negocio y su aceleración, lo cual permite evaluar la rentabilidad del proyecto de esta forma permitirá visualizar su rentabilidad y recuperación del mismo. Se pretende encontrar la factibilidad del proyecto a través de los datos arrojados de la información de ingresos y costos.

Resultados de la aplicación de indicadores financieros (punto de equilibrio, TIR, VAN, etc., con la interpretación correspondiente).

TMAR

La tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR) es un porcentaje que por lo regular determina la persona que va a invertir en tu proyecto. Esta tasa se usa como referencia para determinar si el proyecto le puede generar ganancias o no. Si el proyecto no tiene una tasa de rendimiento superior a la TMAR, NO será aprobado por el inversor.

La Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento es de 34 %

Valor Actual Neto (VAN)

El valor actual neto (VAN) es un indicador financiero que sirve para determinar la viabilidad de un proyecto. Si tras medir los flujos de los futuros ingresos y egresos y descontar la inversión inicial queda alguna ganancia, el proyecto es viable.

Se acepta la VAN cuando hay una ganancia extra después de ganar la TMAR a lo largo del periodo considerado

Tasa Interna de Retorno (TIR)

La Tasa Interna de Retorno (TIR) es la tasa de interés o rentabilidad que ofrece una inversión. Es decir, es el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá una inversión para las cantidades que no se han retirado del proyecto.

Se acepta la TIR cuando se tiene una ganancia por arriba de la TMAR.

Estructura Financiera y Fuentes de Aportación

Estructura Financiera y Fuentes de Aportación						
Concepto	Unidad	Cantidad	P. Unitario	Costo Total	Aportaciones	
					Productor	Programa
Inversión Fija						
Nave avícola	obra	2.00	220,000.00	440,000.00		440,000.00
Herramientas y utensilios	lote	1.00	25,000.00	25,000.00	25,000.00	
Pollas de 9 semanas de edad	ave	5,000.00	45.00	225,000.00		225,000.00
Jaula piramidal	pieza	180.00	430.00	77,400.00		77,400.00
Sistema de comedero lineal pvc	lote	1.00	25,018.00	25,018.00		25,018.00
Sistema de bebedero automático	lote	1.00	16,720.00	16,720.00		16,720.00
Tinaco de 1,100 litros	pieza	2.00	1,750.00	3,500.00		3,500.00
Manguera	metro	250.00	35.00	8,750.00		8,750.00
Bomba de agua eléctrica de 3 hp	equipo	1.00	5,723.00	5,723.00		5,723.00
				-		-
Subtotal				827,111.00	25,000.00	802,111.00
Inversión Diferida						
Elaboración de proyecto	documento	1.00	12,000.00	12,000.00	12,000.00	
				-		
Subtotal				12,000.00	12,000.00	-
Capital de Trabajo						
Capital de Trabajo primeros dos meses	presupuesto	1.00	142,052.48	142,052.48	142,052.48	
Subtotal				142,052.48	142,052.48	-
Gran Total				981,163.48	179,052.48	802,111.00
		Porcentaje de participación		100%	18%	82%

Fuente: Elaboración propia

Desarrollo del Ciclo de Producción de Huevo

Ciclo 1

Etapa	Edad	Mortalidad	Total de aves	Producción Huevo/Ave/Día	Producción Total Huevo/Semana	Productividad Efectiva (%)	Producción Semanal Neto	
Iniciación	Semana 1	0.3%	0	0	0.00	0.00	0.00	
	Semana 2	0.3%	0	0	0.00	0.00	0.00	
	Semana 3	0.3%	0	0	0.00	0.00	0.00	
	Semana 4	0.3%	0	0	0.00	0.00	0.00	
	Semana 5	0.2%	0	0	0.00	0.00	0.00	
	Semana 6	0.2%	0	0	0.00	0.00	0.00	
	Semana 7	0.2%	0	0	0.00	0.00	0.00	
	Semana 8	0.2%	0	0	0.00	0.00	0.00	
Desarrollo	Semana 9	0.2%	5,000	0	0.00	0.00	0.00	
	Semana 10	0.2%	4,990	0	0.00	0.00	0.00	
	Semana 11	0.2%	4,980	0	0.00	0.00	0.00	
	Semana 12	0.2%	4,970	0	0.00	0.00	0.00	Mes 1
	Semana 13	0.2%	4,960	0	0.00	0.00	0.00	
	Semana 14	0.2%	4,950	0	0.00	0.00	0.00	
	Semana 15	0.2%	4,940	0	0.00	0.00	0.00	
	Semana 16	0.2%	4,930	0	0.00	0.00	0.00	Mes 2
	Semana 17	0.2%	4,921	0	0.00	0.00	0.00	
	Semana 18	0.2%	4,911	0	0.00	0.00	0.00	
Producción	Semana 19	0.2%	4,901	1	34,306.27	80%	27,445.01	
	Semana 20	0.2%	4,891	1	34,237.65	80%	27,390.12	Mes 3
	Semana 21	0.2%	4,881	1	34,169.18	80%	27,335.34	
	Semana 22	0.2%	4,872	1	34,100.84	80%	27,280.67	
	Semana 23	0.2%	4,862	1	34,032.64	90%	30,629.37	Mes 4

Semana 24	0.2%	4,852	1	33,964.57	90%	30,568.12	
Semana 25	0.2%	4,842	1	33,896.64	90%	30,506.98	Mes 5
Semana 26	0.2%	4,835	1	33,845.80	90%	30,461.22	
Semana 27	0.2%	4,828	1	33,795.03	90%	30,415.53	
Semana 28	0.2%	4,821	1	33,744.34	90%	30,369.90	
Semana 29	0.2%	4,813	1	33,693.72	90%	30,324.35	
Semana 30	0.2%	4,806	1	33,643.18	90%	30,278.86	Mes 6
Semana 31	0.2%	4,799	1	33,592.72	90%	30,233.44	
Semana 32	0.2%	4,792	1	33,542.33	90%	30,188.09	
Semana 33	0.2%	4,785	1	33,492.01	90%	30,142.81	
Semana 34	0.2%	4,777	1	33,441.78	90%	30,097.60	
Semana 35	0.2%	4,770	1	33,391.61	90%	30,052.45	Mes 7
Semana 36	0.2%	4,763	1	33,341.53	90%	30,007.37	
Semana 37	0.2%	4,756	1	33,291.51	90%	29,962.36	
Semana 38	0.2%	4,749	1	33,241.58	90%	29,917.42	
Semana 39	0.2%	4,742	1	33,191.71	90%	29,872.54	
Semana 40	0.2%	4,735	1	33,141.93	90%	29,827.73	Mes 8
Semana 41	0.2%	4,727	1	33,092.21	80%	26,473.77	Mes 9
Semana 42	0.2%	4,720	1	33,042.57	80%	26,434.06	
Semana 43	0.2%	4,713	1	32,993.01	80%	26,394.41	
Semana 44	0.2%	4,706	1	32,943.52	80%	26,354.82	
Semana 45	0.2%	4,699	1	32,894.11	80%	26,315.28	
Semana 46	0.2%	4,692	1	32,844.76	80%	26,275.81	Mes 10
Semana 47	0.2%	4,685	1	32,795.50	80%	26,236.40	
Semana 48	0.2%	4,678	1	32,746.30	80%	26,197.04	
Semana 49	0.2%	4,671	1	32,697.19	80%	26,157.75	
Semana 50	0.2%	4,664	1	32,648.14	80%	26,118.51	
Semana 51	0.2%	4,657	1	32,599.17	70%	22,819.42	Mes 11

	Semana 52	0.2%	4,650	1	32,550.27	70%	22,785.19	
	Semana 53	0.2%	4,643	1	32,501.44	70%	22,751.01	Mes 12
	Semana 54	0.2%	4,636	1	32,452.69	70%	22,716.88	
	Semana 55	0.2%	4,629	1	32,404.01	70%	22,682.81	
	Semana 56	0.2%	4,622	1	32,355.41	70%	22,648.78	
	Semana 57	0.2%	4,615	1	32,306.87	70%	22,614.81	Mes 13
	Semana 58	0.2%	4,608	1	32,258.41	70%	22,580.89	
	Semana 59	0.2%	4,601	1	32,210.02	70%	22,547.02	
	Semana 60	0.2%	4,595	1	32,161.71	70%	22,513.20	

1,142,925.17

Fuente: Elaboración propia

Programa de Alimentación								
Etapa	Edad	Consumo de Alimento		Total de Aves	Consumo Alimento/Semana (kg)	Costo Unitario Alimento	Costo total alimento	Mensual
		Gr/Ave/Día	Kg/Ave/Día					
Iniciación	Semana 1	13.80	0.01	-	-	3.4	-	
	Semana 2	18.40	0.02	-	-	3.4	-	
	Semana 3	23.00	0.02	-	-	3.4	-	
	Semana 4	27.60	0.03	-	-	3.4	-	
	Semana 5	32.20	0.03	-	-	3.4	-	
	Semana 6	36.80	0.04	-	-	3.4	-	
	Semana 7	41.40	0.04	-	-	3.4	-	
	Semana 8	46.00	0.05	-	-	3.4	-	
Desarrollo	Semana 9	50.60	0.05	5,000	1,771.00	3.4	6,021.40	
	Semana 10	55.20	0.06	4,990	1,928.14	3.4	6,555.66	
	Semana 11	59.80	0.06	4,980	2,084.64	3.4	7,087.76	
	Semana 12	64.40	0.06	4,970	2,240.50	3.4	7,617.71	27,282.54
	Semana 13	69.00	0.07	4,960	2,395.74	3.4	8,145.51	
	Semana 14	73.60	0.07	4,950	2,550.34	3.4	8,671.17	
	Semana 15	78.20	0.08	4,940	2,704.32	3.4	9,194.69	
	Semana 16	82.80	0.08	4,930	2,857.67	3.4	9,716.08	35,727.44
	Semana 17	87.40	0.09	4,921	3,010.40	3.4	10,235.35	
	Semana 18	92.00	0.09	4,911	3,162.50	3.4	10,752.51	
Producción	Semana 19	96.60	0.10	4,901	3,313.99	3.4	11,267.55	
	Semana 20	101.20	0.10	4,891	3,464.85	3.4	11,780.49	44,035.90
	Semana 21	105.80	0.11	4,881	3,615.10	3.4	12,291.34	
	Semana 22	110.40	0.11	4,872	3,764.73	3.4	12,800.09	
	Semana 23	115.00	0.12	4,862	3,913.75	3.4	13,306.76	52,209.54

Semana 24	119.60	0.12	4,852	4,062.16	3.4	13,811.35	
Semana 25	124.20	0.12	4,842	4,209.96	3.4	14,313.87	
Semana 26	128.80	0.13	4,835	4,359.34	3.4	14,821.75	
Semana 27	133.40	0.13	4,828	4,508.26	3.4	15,328.07	
Semana 28	133.40	0.13	4,821	4,501.49	3.4	15,305.08	59,768.78
Semana 29	133.40	0.13	4,813	4,494.74	3.4	15,282.12	
Semana 30	133.40	0.13	4,806	4,488.00	3.4	15,259.20	
Semana 31	133.40	0.13	4,799	4,481.27	3.4	15,236.31	
Semana 32	133.40	0.13	4,792	4,474.55	3.4	15,213.46	60,991.10
Semana 33	133.40	0.13	4,785	4,467.83	3.4	15,190.64	
Semana 34	133.40	0.13	4,777	4,461.13	3.4	15,167.85	
Semana 35	133.40	0.13	4,770	4,454.44	3.4	15,145.10	
Semana 36	133.40	0.13	4,763	4,447.76	3.4	15,122.38	60,625.97
Semana 37	133.40	0.13	4,756	4,441.09	3.4	15,099.70	
Semana 38	133.40	0.13	4,749	4,434.43	3.4	15,077.05	
Semana 39	133.40	0.13	4,742	4,427.77	3.4	15,054.43	
Semana 40	133.40	0.13	4,735	4,421.13	3.4	15,031.85	60,263.03
Semana 41	133.40	0.13	4,727	4,414.50	3.4	15,009.30	
Semana 42	133.40	0.13	4,720	4,407.88	3.4	14,986.79	
Semana 43	133.40	0.13	4,713	4,401.27	3.4	14,964.31	
Semana 44	133.40	0.13	4,706	4,394.67	3.4	14,941.86	59,902.27
Semana 45	133.40	0.13	4,699	4,388.07	3.4	14,919.45	
Semana 46	133.40	0.13	4,692	4,381.49	3.4	14,897.07	
Semana 47	133.40	0.13	4,685	4,374.92	3.4	14,874.73	
Semana 48	133.40	0.13	4,678	4,368.36	3.4	14,852.41	59,543.66
Semana 49	133.40	0.13	4,671	4,361.80	3.4	14,830.14	
Semana 50	133.40	0.13	4,664	4,355.26	3.4	14,807.89	
Semana 51	133.40	0.13	4,657	4,348.73	3.4	14,785.68	59,187.20

Semana 52	133.40	0.13	4,650	4,342.21	3.4	14,763.50	
Semana 53	133.40	0.13	4,643	4,335.69	3.4	14,741.35	
Semana 54	133.40	0.13	4,636	4,329.19	3.4	14,719.24	
Semana 55	133.40	0.13	4,629	4,322.70	3.4	14,697.16	
Semana 56	133.40	0.13	4,622	4,316.21	3.4	14,675.12	58,832.88
Semana 57	133.40	0.13	4,615	4,309.74	3.4	14,653.11	
Semana 58	133.40	0.13	4,608	4,303.27	3.4	14,631.13	
Semana 59	133.40	0.13	4,601	4,296.82	3.4	14,609.18	
Semana 60	133.40	0.13	4,595	4,290.37	3.4	14,587.27	58,480.67
			0				
Total						696,850.99	

Fuente: Elaboración propia

PROGRAMA DE VACUNACIÓN POR CICLO

	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7
Total de aves en un ciclo	19,940.08	19,781.04	19,623.26	19,466.75	19,325.97	19,210.28	19,095.28

Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
18,980.96	18,867.33	18,754.38	18,642.11	36,950.08

Fuente: Elaboración propia

Dosis aplicada

Vacuna/Medicamento	Dosis vacuna	Momento de aplicación	
New Castle	19,940.08	en el primer mes	
Cólera Aviar	19,781.04	en el segundo mes	
Coriza infeccioso	19,623.26	en el tercer mes	
Marek	19,781.04	en el segundo mes	
Coccidiosis	19,210.28	en el sexto mes	
Parásitos internos	19,466.75	en el cuarto mes	
Viruela aviar	19,466.75	en el cuarto mes	
Broquitis B1	19,325.97	en el quinto mes	
Gumboro	19,210.28	en el sexto mes	
Bronquitis	19,095.28	en el séptimo mes	
Gumboro	18,980.96	en el octavo mes	

Fuente: Elaboración

Costo total por vacunas

Vacuna/Medicamento	Costo unitario	Costo total
New Castle	0.32	6,380.83
Cólera Aviar	0.88	17,407.31
Coriza infeccioso	3.30	64,756.77

Marek	2.00	39,562.07
Coccidiosis	0.85	16,328.74
Parásitos internos	0.55	10,706.71
Viruela aviar	0.40	7,786.70
Broquitis B1	0.45	8,696.69
Gumboro	0.35	6,723.60
Bronquitis	0.38	7,256.20
Gumboro	0.35	6,643.34
Total por ciclo		192,248.95
Total por año		192,248.95

Fuente: Elaboración propia

Otros costos por ciclo

Concepto	Cantidad	Costo Unit	Costo total
Costo de jeringas	997.00	3	2,991.01
Aplicación (jornal)	5.00	120	600.00

Fuente: Elaboración propia

Memoria de costos de operación

Proyecto de gallinas
ponedoras

COSTOS MENSUALES DE OPERACIÓN DEL PROYECTO

CONCEPTO/MES	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
COSTOS VARIABLES													
Cuidados y mano de obra	6,240.00	6,240.00	6,240.00	6,240.00	6,240.00	6,240.00	6,240.00	6,240.00	6,240.00	6,240.00	6,240.00	6,240.00	74,880.00
Alimento desarrollo	27,282.54	35,727.44	44,035.90	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	107,045.88
Alimento producción	0.00	0.00	0.00	52,209.54	59,768.78	60,991.10	60,625.97	60,263.03	59,902.27	59,543.66	59,187.20	117,313.55	589,805.11
Vacunas	16,020.75	16,020.75	16,020.75	16,020.75	16,020.75	16,020.75	16,020.75	16,020.75	16,020.75	16,020.75	16,020.75	16,020.75	192,248.95
Publicidad	350.00	350.00	350.00	350.00	350.00	350.00	350.00	350.00	350.00	350.00	350.00		3,850.00
Energía eléctrica	475.00	475.00	475.00	475.00	475.00	475.00	475.00	475.00	475.00	475.00	475.00	475.00	5,700.00
MVZ	700.00	700.00	700.00	700.00	700.00	700.00	700.00	700.00	700.00	700.00	700.00	700.00	8,400.00
Aplicación vacunas	3,591.01	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	3,591.01
Imprevistos	650.00	650.00	650.00	650.00	650.00	650.00	650.00	650.00	650.00	650.00	650.00		7,150.00
Subtotal	55,309.29	60,163.19	68,471.64	76,645.29	84,204.53	85,426.84	85,061.72	84,698.78	84,338.01	83,979.41	83,622.95	140,749.30	992,670.96
COSTOS FIJOS													
Administrador General	3,600.00	3,600.00	3,600.00	3,600.00	3,600.00	3,600.00	3,600.00	3,600.00	3,600.00	3,600.00	3,600.00	3,600.00	43,200.00
Ventas	3,120.00	3,120.00	3,120.00	3,120.00	3,120.00	3,120.00	3,120.00	3,120.00	3,120.00	3,120.00	3,120.00	3,120.00	37,440.00
Velador	3,600.00	3,600.00	3,600.00	3,600.00	3,600.00	3,600.00	3,600.00	3,600.00	3,600.00	3,600.00	3,600.00	3,600.00	43,200.00
Agua	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	1,080.00
Telefonía	2,880.00	2,880.00	2,880.00	2,880.00	2,880.00	2,880.00	2,880.00	2,880.00	2,880.00	2,880.00	2,880.00	2,880.00	34,560.00
													0.00
Subtotal	13,290.00	13,290.00	13,290.00	13,290.00	13,290.00	13,290.00	13,290.00	13,290.00	13,290.00	13,290.00	13,290.00	13,290.00	159,480.00
Costo Total	68,599.29	73,453.19	81,761.64	89,935.29	97,494.53	98,716.84	98,351.72	97,988.78	97,628.01	97,269.41	96,912.95	154,039.30	1,152,150.96

CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNIT	FRECUENCIA	COSTO MENSUAL
Administrador	1.00	150.00	24.00	3,600.00
Velador	1.00	120.00	30.00	3,600.00
Agua	1.00	90.00	1.00	90.00
Telefonía	1.00	120.00	24.00	2,880.00
Energía eléctrica	1.00	950.00	0.50	475.00
Cuidados y mano de obra	2.00	130.00	24.00	6,240.00
Ventas	1.00	130.00	24.00	3,120.00
MVZ	1.00	350.00	2.00	700.00
Publicidad	1.00	350.00	1.00	350.00
Imprevistos	1.00	650.00	1.00	650.00

Fuente: Elaboración propia

Proyección de Ingresos

Ingresos Mensuales

Producto	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
Huevo (kg)	-	-	4,569.59	9,651.13	10,146.14	10,085.40	10,025.02	9,965.00	8,804.75	8,752.04	8,156.74	15,087.95	95,243.76
Precio/kg	\$ 18.00	\$ 18.00	\$ 18.00	\$ 18.00	\$ 18.00	\$ 18.00	\$ 18.00	\$ 18.00	\$ 18.00	\$ 18.00	\$ 18.00	\$ 18.00	
Ingresos por ventas	\$ -	\$ -	\$ 82,252.70	\$ 173,720.26	\$ 182,630.45	\$ 181,537.13	\$ 180,450.35	\$ 179,370.08	\$ 158,485.58	\$ 157,536.81	\$ 146,821.30	\$ 271,583.10	\$ 1,714,387.76

Fuente: Elaboración propia

Proyección de Ingresos Anuales

Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Huevo	1,714,387.76	1,731,531.64	1,748,846.95	1,766,335.42	1,783,998.78
Ingresos totales	\$ 1,714,387.76	\$ 1,731,531.64	\$ 1,748,846.95	\$ 1,766,335.42	\$ 1,783,998.78

Fuente: Elaboración propia

ESTADO DE RESULTADOS CONSOLIDADO PROYECTADO

(PESOS)

CONCEPTO/PERIODO	Proyectados				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS POR VENTAS	1,714,387.76	1,731,531.64	1,748,846.95	1,766,335.42	1,783,998.78
COSTOS DE PRODUCCIÓN	992,670.96	1,002,597.67	1,012,623.64	1,022,749.88	1,032,977.38
UTILIDAD BRUTA	721,716.80	728,933.97	736,223.31	743,585.55	751,021.40
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS	159,480.00	161,074.80	162,685.55	164,312.40	165,955.53
UTILIDAD DE OPERACIÓN	562,236.80	567,859.17	573,537.76	579,273.14	585,065.87
Reintegros	160,422.20	160,422.20	160,422.20	160,422.20	160,422.20
Intereses	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
UTILIDADES ANTES DE IMPUESTOS	401,814.60	407,436.97	413,115.56	418,850.94	424,643.67
I.S.R. (30%)	120,544.38	122,231.09	123,934.67	125,655.28	127,393.10
P.T.U. (10%)	40,181.46	40,743.70	41,311.56	41,885.09	42,464.37
UTILIDAD NETA	241,088.76	244,462.18	247,869.34	251,310.56	254,786.20
Egresos Totales	1,473,299.00	1,487,069.45	1,500,977.62	1,515,024.86	1,529,212.57

Fuente: Elaboración propia

TABLA AMORTIZACIÓN					
AÑO	SALDO INICIAL	ÍTERES 0%	PAGO	SALDO FINAL	PAGO TOTAL
0	802,111.00			802,111.00	-
1	802,111.00	-	160,422.20	641,688.80	160,422.20
2	641,688.80	-	160,422.20	481,266.60	160,422.20
3	481,266.60	-	160,422.20	320,844.40	160,422.20
4	320,844.40	-	160,422.20	160,422.20	160,422.20
5	160,422.20	-	160,422.20	-	160,422.20

		-	802,111.00		802,111.00
--	--	---	------------	--	------------

Fuente: Elaboración propia

EVALUACIÓN FINANCIERA

INDICADORES FINANCIEROS

FLUJO NETO DE EFECTIVO

Año de Operación	Ingresos totales*	Inversiones para el proyecto			Valor de Rescate	Recup. De cap. De Trab.	Flujo Neto de Efectivo	
		Egresos totales	Inversión fija, diferida y capital de trabajo		Valor			
			Fija	Diferida	Capital de trabajo			Residual
0	-	0	827,111.00	12,000.00	142,052.48		-981,163.48	
1	1,714,387.76	1,473,299.00					241,088.76	
2	1,731,531.64	1,487,069.45					244,462.18	
3	1,748,846.95	1,500,977.62					247,869.34	
4	1,766,335.42	1,515,024.86					251,310.56	
5	1,783,998.78	1,529,212.57				278,156	142,052	674,995.02

Fuente: Elaboración propia

CALCULO DEL VAN, R B/C Y TIR CON UNA TASA DE DESCUENTO DEL 10%

Año de operación	Costos totales (\$)	Beneficios totales (\$)	Factor de actualización 10.0%	Costos actualizados (\$)	Beneficios actualizados (\$)	Flujo neto de efectivo act. (\$)
0	981,163	0	1.000	981,163.48	0.00	-981,163.48
1	1,473,299	1,714,388	0.909	1,339,362.73	1,558,534.33	219,171.60
2	1,487,069	1,731,532	0.826	1,228,983.02	1,431,017.88	202,034.86
3	1,500,978	1,748,847	0.751	1,127,706.70	1,313,934.60	186,227.90
4	1,515,025	1,766,335	0.683	1,034,782.36	1,206,430.86	171,648.50
5	1,529,213	2,204,208	0.621	949,520.69	1,368,639.50	419,118.80
Total	6,957,534	9,165,309		6,661,518.99	6,878,557.17	217,038.18

Los indicadores financieros que arroja el proyecto son:

VAN=	217,038.18	Se acepta
TIR =	17.01%	Se acepta
B/C =	1.03	Se acepta

Fuente: Elaboración propia

PUNTO DE EQUILIBRIO

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	1,714,388	1,731,532	1,748,847	1,766,335	1,783,999
Costos Fijos	159,480	161,075	162,686	164,312	165,956
Costos Variables	992,671	1,002,598	1,012,624	1,022,750	1,032,977
Punto de Equilibrio en valor (\$)	378,834	382,622	386,448	390,313	394,216
Punto de Equilibrio en porcentaje	22%	22%	22%	22%	22%

Fuente: Elaboración propia

Indica el % de ventas para cubrir los costos y no tener perdidas

CONCLUSIÓN

El objetivo fundamental de esta tesis es la implementación de un plan de negocios que sirva como herramienta y al mismo tiempo corrobore la viabilidad de la creación de una empresa productora de huevo proveniente de gallina de libre pastoreo en el municipio de Acatzingo, Puebla.

Por lo anterior mencionado se llevó a cabo un trabajo de investigación que engloba cuatro aspectos; Marco metodológico, La empresa como generadora de desarrollo económico, Plan de negocios una guía para crear empresas Y Plan de negocios para la creación de una empresa productora de huevo proveniente de gallina de libre pastoreo en la región de Acatzingo de Hidalgo Puebla. Los cuales fueron determinantes para el logro de objetivos de esta investigación.

Para la presente tesis se emplearon tres formas de investigación, las cuales fueron; documental, hemerográficas e investigación de campo. Mismas que determinaron la información y datos necesarios para la realización del presente Plan de Trabajo.

Finalmente esta tesis demuestra de acuerdo a la investigación, la recolección de datos y los resultados obtenidos que la creación de la empresa “La Granjita” en el municipio de Acatzingo, Puebla, si es viable, puesto que a la población le interesa el cuidado de su salud y por ese motivo prefieren el huevo proveniente de gallina de pastoreo, puesto que conocen los beneficios que este aporta, de acuerdo a los resultados que se obtuvieron en la encuesta antes mencionada, se llega a la conclusión de que el 78 % de los encuestados consumen un kilo de huevo a la semana teniendo en cuenta que en el municipio de Acatzingo hay 10 497 hogares, el consumo de huevo semanal es de 8187kg. Y anual es de 425 724 kg; de esta cantidad la UNION NACIONAL DE AVICULTORES CUBRE EL 63% de la demanda, esto nos da

como resultado que el 70% de los encuestados están dispuestos a comprar el producto y un 27 % en determinado momento podrían adquirirlo, además de no haber competencia directa en el municipio, de alguna otra empresa que se dedique a vender huevo con las características del huevo que ofrece “La Granjita”.

Por lo anterior mencionado, se deduce que el Plan de Negocios realizado en la presente Tesis, da como resultado la viabilidad de la Empresa Productora de Huevo Proveniente de Gallina de Libre Pastoreo.

REFERENCIAS

- (2008)., M. C. (2008). "Plan de Negocios para la creacion de un restaurante de comida tradicional Italiana". 173. Bogota. Obtenido de <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis91.pdf>
- Alcaraz Rodríguez, R. (2010). *El emprendedor de éxito*. México: Mc Graw Hill.
- Alcaraz Rodríguez, R. (2011). *El emprendedor de éxito*. México: Mc Graw Hill.
- Andia Valencia, W., & Paucara Pinto, E. (2013). Los planes de negocios y los proyectos de inversion:similitudes y diferencias . *Industrial Data Revista de Investigacion*, 80-84.
- Andian Valencia, W., & Paucara Pinto, E. (s.f.). Los planes de negocios y los proyectos de inversion;
- Chiavenato, I. (2007). *Introduccion a la teoria general de la administracion* . Tlalnepantla,Edo. de Mexico: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- GEOGRAFIA, I. N. (2008). *INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA Y GEOGRAFIA*. Obtenido de INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA Y GEOGRAFIA: <http://www.beta.inegi.org.mx/app/areasgeograficas/?ag=00#>
- <http://www.una.org.mx/index.php/component/content/article/15-panorama/3-avicultura>. (2014). *union nacional de avicultores*. Obtenido de union nacional de avicultores.
- Hugo Kantis, P. A. (2004). *DESARROLLO EMPRENDEDOR America Latina y experiencia internacional* . 1300 New york Avenue,NW Washington,DC 20577 Estados Unidos de America: Cataloging-in-Publication data provided by the Inter-American Development Bank Felipe Herrera Library.
- MEXICANOS, C. G. (07 de 02 de 2006). *LEY DE PRODUCTOS ORGANICOS*. Obtenido de <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LPO.pdf>

- Rodriguez, R. A. (2011). *El Emprendedor de Exito*. Mexico: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. de C.V.
- RODRIGUEZ, R. A. (2011). *EL EMPRENDEDOR DE EXITO*. MEXICO: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. de C.V.
- RODRIGUEZ, R. A. (2011). *EL EMPRENDEDOR DE EXITO* . Mexico: Mc Graw-Hill Interamericana Editores S.A de C.V.
- Rodriguez, S. H. (2006). *INTRODUCCION A LA Administracion Teoria general administrativa: origen, evolucion y vanguardia*. Mexico: McGrawHill.
- Vilma Quitral, M. L. (Abril-Junio 2009). Comparacion Fisico-Quimico y Sensorial de Huevos de Campo, Organicos y Comerciales. *Salud Publica y Nutricion*.