

1. PROYECTO Y OBJETIVOS

A. La idea

Xathe Natura se proyecta como una compañía de productos especializada en la producir jugos artesanales para las personas.

B. ¿Por qué?

Después de los jugos comerciales que hay en el mercado, Xathe Natura se está enfocando en producir jugos concentrados con sabores distintos a los que existen en el mercado los cuales cuentan con ciertas características nutraceuticas que proporcionan beneficios para la salud, incluyendo el tratamiento de enfermedades.

Hoy en día, los jugos comerciales contienen gran cantidad de azúcares, colorantes y conservadores los cuales son dañinos para la salud por lo tanto no se obtienen beneficios nutricionales. De este modo Xathe Natura se convierte en un producto con alta calidad nutricional aportando una proporción alta densidad calórica, vitamina C y moderada proporción de minerales como potasio y calcio (Koziol y Macía, 1998), así como compuestos antioxidantes como fenoles (Beserra *et al.*, 2011) y carotenoides.

Por lo anterior Xathe Natura se convertirá a corto plazo en un referente en jugo natural concentrado en México, así como comercializado en la mayor parte del país.

La gran cuestión es que este producto es desconocido para la mayoría de las personas ya que solo prestan la atención en los jugos que se encuentran en el mercado es por ello que se implementara persuasión al consumidor para dar a conocer nuestro producto.

Estos jugos naturales concentrados, poco tienen que ver con los de hace algunos años, ya que se está mejorando e innovando la forma de producir los jugos que aportan beneficios a la salud.

C. Los Promotores

Las nueve promotoras de este proyecto estudiamos en la escuela instituto tecnológico superior de Huichapan.

- **Karla Cecilia Salvador Cruz:** Estudiante de instituto tecnológico superior de huichapan actualmente cursa el 5^{to} semestre de la carrera de ing. en administración.
- **Karina Cecilia Salvador Cruz:** Estudiante de instituto tecnológico superior de huichapan actualmente cursa el 5^{to} semestre de la carrera de ing. en administración.
- **Corín Evelin Aguilar Norberto:** Estudiante de instituto tecnológico superior de huichapan actualmente cursa el 5^{to} semestre de la carrera de ing. en administración.
- **Lidia Norberto Reyes:** Estudiante de instituto tecnológico superior de huichapan actualmente cursa el 5^{to} semestre de la carrera de ing. en administración.
- **Greisi Rodríguez Espinoza:** Estudiante de instituto tecnológico superior de huichapan actualmente cursa el 5^{to} semestre de la carrera de ing. en administración.
- **Paulina Torres Miranda:** Estudiante de instituto tecnológico superior de huichapan actualmente cursa el 5^{to} semestre de la carrera de ing. en administración.
- **María Guadalupe Jiménez Falcón:** Estudiante de instituto tecnológico superior de huichapan actualmente cursa el 5^{to} semestre de la carrera de ing. en administración.
- **Sandra Trejo Chavero:** Estudiante de instituto tecnológico superior de huichapan actualmente cursa el 5^{to} semestre de la carrera de ing. en Innovación Agrícola.
- **Alondra Aranzolo:** Estudiante de instituto tecnológico superior de huichapan actualmente cursa el 5^{to} semestre de la carrera de ing. Industrial.

d. Misión

Ser la primera empresa productora del mejor jugo concentrado de ciruela en México, proporcionando oportunidades de crecimiento y enriquecimiento a nuestros empleados y a las comunidades donde se desarrolla nuestra operación.

e. Visión

Ser una empresa líder en el mercado a nivel nacional e internacional que ofrezca un producto de calidad que satisfagan los deseos y necesidades de los consumidores.

f. Objetivos

- Dar valor agregado a la producción regional de ciruelas, granada y garambullo.
- Reactivación de huertas de traspatio con enfoque a manejo orgánico.
- Comercialización de jugos concentrados que son productos saludables.
- Impulso de la economía de la región Valle del Mezquital.
- Activación de la producción regional de vidrio soplado para el envasado.

2.

A. perspectivas del sector

Los jugos nutraceuticos artesanales nacen después de los jugos artificiales. Después de que el mercado se ha enfocado en comercializar los jugos que contienen una cantidad impresionante de químicos los cuales han ganado mercado en las bebidas de México podemos observar que solo han comenzado un gran mercado de líquidos a la venta de diferentes sabores colores y texturas.

Lo de hoy son los jugos naturales los cuales cuidan tu salud y además son ricos en vitaminas, minerales y otros nutrientes además de que para la elaboración de estos se utilizaran frutos que la región brinda gracias a su tierra y propiedades el principal mercado lo conformaran los frutos rojos como o es la ciruela y la granada ya que se ha detectado que en el valle del mezquital estos frutos podrán tener un mayor aprovechamiento.

B. La oportunidad real de internet

Ahora mismo ya no existe ninguna duda de que internet, entre otras cosas, es y será mucho más en los años inmediatos.

- La herramienta publicitaria y de contacto con los clientes por excelencia para las empresas.
- El medio publicitario hacia el cual se dirigirá el mayor esfuerzo inversor de las empresas.
- Un medio incomparable para la creación de nuevos proyectos comerciales.

C. El crecimiento de consumidores de jugos naturales concentrados

El crecimiento de los consumidores de los jugos concentrados naturales es la clave que estimulara el desarrollo de nuestra empresa **demanda de jugos** (personas que necesitan o desean el producto).

D. Nuestro producto y servicio: visión general

- Comercializar el producto en tiendas de autoservicio para la obtención de este a nuestro mercado meta.
- Dar a nuestro cliente una mejor calidad en el producto

E. Puntos fuertes y ventajas

Las ventajas diferenciales de Xathe Natura son:

- Somos especialistas, en la elaboración de jugos concentrados de frutos rojos y amarillos en Huichapan Hidalgo.
- Nuestro producto incluirá alto valor añadido y significará grandes beneficios para nuestros clientes.
- Impulsará el turismo, por medio de la etiqueta del envase ya que este contiene lugares (), monumentos () y acontecimientos históricos del Huichapan Pueblo Mágico y a largo plazo contendrá de los diferentes Pueblos Mágicos que hay en país.
- Podemos ser altamente competitivos por los diversos beneficios que ofrece nuestros jugos naturales.
- Por misma razón podemos ofrecer servicios a un amplio espectro de clientes lo que limita los riesgos y magnifica nuestra posibilidad de crecimiento.

F. El cliente

Nuestros potenciales clientes son:

1. **Mercado meta nacional** (Mujeres de 35 – 45 años)
2. **Mercado potencial en Hidalgo** (Todas las personas con el poder adquisitivo para comprarlo) **descripción literal del cliente**

G. Targets

Los targets a los que nos dirigimos son, esencialmente: **descripción específica del cliente**

Clientes – objetivo a corto plazo:

- 1° empresas que venden productos al consumidor
- 2° cualquier empresa que desee contratar este producto
- 3° agencias de publicidad medianas y pequeñas
- 4° turistas con el deseo de conocer el producto distintivo de la región

Estos son los targets a los que vamos a dirigir nuestros esfuerzos preferentes, debido a las dificultades de segmentación detallada dirigiremos nuestro esfuerzo publicitario al conjunto de empresas de la comunidad y, naturalmente, no rechazaremos ni perderemos ninguna oportunidad interesante.

H. El Mercado Potencial

El mercado potencial, son todas aquellas personas de la región con el poder adquisitivo para comprar el producto al precio establecido, no obstante también se incluyen las empresas grandes que sean proveedoras de nuestro producto.

I. Claves en el futuro

Las claves en el desarrollo del mercado y nuestro crecimiento como empresa residen en:

1. El tiempo de reacción del mercado para asumir la tendencia de un nuevo producto.
2. Capacidad de adaptación a los cambios, como hábitos de los consumidores, que nos permitirá aprovecharlos para permanecer en el mercado mediante la mejora de estrategias que nos permitan liderar.
3. La evolución de la comunicación, ya que en la era del posicionamiento aparecen nuevos paradigmas en el manejo de la publicidad en el que es importante que nuestros consumidores definan nuestro producto a partir de nuestros atributos importantes, es decir, el lugar que ocupamos en la mente de los clientes en relación de los productos de la competencia.

4. Tener en cuenta la flexibilidad operativa, adaptándonos a las exigencias que impone la flexibilidad económica.

Cliente potencial:

1° Tiendas comerciales grandes

2° población promedio que adquiere un ingreso

3.

A. Competencia


La competencia en nuestro sector se puede definir en dos grandes grupos:

1° Una multitud de grandes empresas desarrolladoras individuales que con mayor acierto intervienen en el mercado.

2° Una minoría de empresas supervivientes productoras de jugos que prestan sus servicios a grandes empresas y son subsidiarias de las mismas.

Por lo que respecta a Xathe Natura, podemos decir que hay muchos que prometen los beneficios que nosotros ofrecemos pero no existen aquellas empresas que verdaderamente los proporcionen.

B. Principales competidores

Nombre	Imagen	Descripción	Costo	Capacidad
Acai Roots jugo de Acait agua de coco		La bebida de açai es totalmente natural, deliciosa, refrescante y saludable para los consumidores que buscan disfrutar de una bebida auténtica y nutritiva de la súper fruta	\$300	546ml

Jugo de Frutillas Orgánico Las Brisas		El Jugo de Frutillas Orgánico Las Brisas posee todo el sabor de esta deliciosa fruta roja y mantiene intactas sus propiedades y nutrientes por ser un producto Orgánico	\$39.90	1L
---------------------------------------	---	---	---------	----

C. Análisis de la competencia

Se realizó una investigación en la cual se descubrió que se tiene bastante competencia tanto directa como indirecta de la cual se mostrara una tabla a continuación.

Nombre	Imagen	Características
Del valle		Es la compañía de bebidas no carbonatadas más grande de México y Latinoamérica. Desde 2007, Coca-Cola FEMSA posee el 25.61% de las acciones de Jugos del Valle.

Jumex		<p>Jumex tiene una extensa y deliciosa variedad de jugos y néctares elaborados con las frutas más selectas, de mejor calidad y frescura, con los siguientes beneficios:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jugos elaborados a base de frutas • Proporcionan energía • No contienen conservadores ni colorantes artificiales • Permitidos para expendio en planteles escolares • Prácticos envases que puedes llevar a donde quieras
Ades		<p>El alimento de soya líquido de AdeS se obtiene a través de la molienda de los granos de soya con agua, un proceso en el cual se conservan: proteínas, parte de los hidratos de carbono solubles, grasas insaturadas, vitaminas y minerales presentes en la soya.</p>
Boing		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Néctar de fruta 100% mexicana.

Bida		Bebida refrescante con jugo de fruta natural, sin conservadores ni colorantes artificiales, enriquecida con vitaminas A, C, B1 y B2. Presentación: Tetrapak Cantidad: 200ml, 500ml, 1L Sabores: Tamarindo, uva, fresa, guayaba, mango, manzana, naranja, piña
LALA		

Participación de mercado
(Principales empresas de jugos y otras bebidas suaves en México, datos de 2012)

Tipo de jugo	Porcentaje en el mercado
Jugos del Valle	28.90%
Jumex	27.20%
Lala	15.80%
Otros	28.10%

D.

4. plan de Marketing

A. DAFO

D.A.F.O	
DEBILIDADES	FORTALEZAS
<ul style="list-style-type: none">♣ Empresa nueva♣ Presencia de la competencia indirecta	<ul style="list-style-type: none">♣ Vende variedad de sabores en sus jugos♣ La empresa se ubica en un buen sitio♣ Primera empresa dedica a un diferente ramo
AMENAZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">♣ Variedad de productos de la competencia♣ Escasos conocimientos de la empresa	<ul style="list-style-type: none">♣ Vender jugos nutraceuticos artesanales♣ Prepara varios tipos de jugos

b) Política de producto y servicio

Tal como lo hemos indicado, nuestra línea de productos tiene un desarrollo e implantación de campañas de marketing como lo son

Diseño: el envase tiene una etiqueta donde se plasman imágenes representativas del pueblo mágico Huichapan.

Envase:

Marca: todo producto debe de llevar Xathe natura para su comercialización.

C. Política de Precios

La comercialización de nuestro producto se enfoca principalmente a 1 línea de productos.

Jugo de diferentes sabores de acuerdo a la temporada, en botella de vidrio con un contenido de 355ml. Y un coste por unidad en efectivo al momento.

Ejemplo Xhate natura (jugo natural de frutas)

De 1 A 50 piezas \$25.00

De 51 a 100 piezas \$24.00

De 51 en adelante \$23.00

D. Política de servicio y Atención al cliente

- ❖ Damos información completa y precisa a nuestros clientes de todos nuestros productos.
- ❖ Entablar un diálogo amable y cortés con el cliente para así ofrecer un mejor servicio
- ❖ Ofrecemos productos a precios competitivos y con Calidad

Atención al cliente

- ❖ Preguntas frecuentes
- ❖ Contáctanos
- ❖ Reclamos
- ❖ Solicitar información adicional

E.

F. Estrategia de Comunicación

XHATE NATURA debe posicionarse en torno a los siguientes principios estratégicos:

1° Especialistas:

No somos como los demás, somos los especialistas en jugos naturales. Tenemos las claves que necesitas para estar saludable y además conocer más sobre Huichapan.

2° experiencia y éxito:

Somos una empresa joven, pero reunimos en nuestro equipo la mayor y mejor experiencia real y demostrable del sector.

3° Compromiso de calidad y servicio: garantía de satisfacción

No nos limitamos a las promesas, ofrecemos nuestro compromiso por escrito con el cliente: “garantía de total satisfacción”.

4° El mejor equipo de profesionales:

Somos un potente equipo de profesionales expertos y altamente cualificados que le ofrecerán el mejor producto.

G. Estrategia de penetración en el mercado

Los objetivos del marketing:

Durante los tres primeros años y muy especialmente en el primero realizaremos un importante esfuerzo publicitario e iniciar un poderoso posicionamiento de marca en el mercado.

Los objetivos del marketing:

Durante los primeros años y muy especialmente en el primero, realizaremos un importante esfuerzo publicitario al efecto de alcanzar el objetivo de nuevos clientes e iniciar un poderoso posicionamiento con la marca en el mercado.

Es importante resaltar que para conseguir nuestros objetivos, deberemos lograr tres variables en proporciones que aún desconocemos:

H. Publicidad y Promoción (medios)

Para lograr una correcta venta de nuestro producto, se emplearán una serie de técnicas integradas en el plan de marketing, para alcanzar los objetivos dirigidos a nuestro target:

1) Publicidad y promoción con medios tradicionales:

- Publicidad en prensa y revistas específicas.
- Marketing Directo

2) Internet:

Internet es un medio, por el que nuestra web (medios sociales) debe ser una página que llame la atención del mercado (diseño, información y datos necesarios para saber sobre el producto), en el cual esta será nuestra área de trabajo.

3) Relaciones Públicas:

Desarrollaremos una amplia variedad de relaciones públicas con el objetivo de ampliar nuestro mercado, apareciendo con frecuencia en revistas (anuncios de publicidad en revistas de salud), medios electrónicos (publicidad en redes sociales).

I. Resumen del plan de acciones de marketing

Volantes: por cada mes que se realicen volantes tendrá un costo de 380 por mes.

Radio: por este tiempo que se tarde: 15:30 o :60 tendrá un costo de \$200.

Revistas: Por $\frac{1}{4}$ de página tiene un costo de \$22.00.

Página web: por cada mes tendrá un costo de \$400.00.

Resumen PLAN DE ACCIONES DE MARKETING Primer Año													
Concepto	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
VOLANTES													
COSTO		380	380	380					380	380	380		2280
RADIO													
COSTO	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	24000
REVISTAS													
COSTO	22		22		22		22		22		22		132
WED													
COSTO	400				400				400				1200

5

A. Estrategias de ventas

La estrategia de ventas se basará en:

- Fidelización de los clientes:

Esta será una tarea decisiva de la fuerza de ventas, cada establecimiento contara con un anaquel o refrigerador exclusivo de la marca en el cual se exhibirán los productos a la vista del público tratando de abastecer dichos locales los mas seguido posible.

- Estrategia de captación de nuevos clientes:

El producto sera un sabor diferente en el cual se plasmaran las historias y edificios mas representativos de Huichapan y además de los diferentes pueblos mágicos que rodean a México se tendrán promociones regalos y sorpresas dentro del jugo.

- Accesibilidad al público en general:

Xhate natura se comercializara principalmente en tiendas de autoservicio para que de esta manera el público en general tenga a su alcance el jugo, además dichas tiendas son con

acceso a todas las personas de esta manera lo puede consumir tanto turistas como residents.

B. Fuerza de ventas

Nuestra fuerza de ventas estará formada inicialmente por 2 vendedores (asesores) estructurados del siguiente modo:

2 asesores encargados de la administración.

2 asesores para relaciones públicas, mercadotecnia, alianzas comerciales y proveedores.

3 asesores de productores de jugo

Todos ellos serán dirigidos por un jefe de ventas que a su vez, dependerá del Director de Marketing y ventas.

El segundo año y habiendo cumplido los objetivos globales, se creara un segundo equipo y se reorganizaran las tareas en función de los objetivos globales, se creara un segundo equipo y se reorganizara las tareas en función de los objetivos anuales. Con esa ampliación se nombrara un Director de Ventas que se ocupara específicamente de la gestión de esta área.

C. Plan de ventas anual

PROYECCIÓN MENSUAL DE INGRESOS														
CONCEPTO/MES	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	TOTAL
Producción total de pulseras		12000	12000	12000	12000	12000	12000	12000	12000	12000	12000	12000	12000	144000
Precio por pulsera	\$	24.00	\$ 24.00	\$ 24.00	\$ 24.00	\$ 24.00	\$ 24.00	\$ 24.00	\$ 24.00	\$ 24.00	\$ 24.00	\$ 24.00	\$ 24.00	
Ingreso por venta de pulsera	\$	288,000.00	\$ 288,000.00	\$ 288,000.00	\$ 288,000.00	\$ 288,000.00	\$ 288,000.00	\$ 288,000.00	\$ 288,000.00	\$ 288,000.00	\$ 288,000.00	\$ 288,000.00	\$ 288,000.00	
Aportación de los socios	\$	430,820.58												
Préstamo	\$	-												
Total de ingresos	\$	430,820.58	\$ 288,000.00	\$ 288,000.00	\$ 288,000.00	\$ 288,000.00	\$ 288,000.00	\$ 288,000.00	\$ 288,000.00	\$ 288,000.00	\$ 288,000.00	\$ 288,000.00	\$ 288,000.00	\$ 3,456,000.00
PROYECCIÓN MENSUAL DE EGRESOS														
CONCEPTO/MES	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	TOTAL
Materia prima	\$	153,960.00	\$ 153,960.00	\$ 153,960.00	\$ 153,960.00	\$ 153,960.00	\$ 153,960.00	\$ 153,960.00	\$ 153,960.00	\$ 153,960.00	\$ 153,960.00	\$ 153,960.00	\$ 153,960.00	\$ 1,847,520.00
Licencias y permisos	\$	1,916.67												\$ 1,916.67
Propaganda (Boletines)	\$	1,000.00												\$ 1,000.00
comercial de radio	\$	700.00												\$ 700.00
Teléfono	\$	800.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 5,600.00
Mano de obra	\$		\$ 1,195.83	\$ 1,195.83	\$ 1,195.83	\$ 1,195.83	\$ 1,195.83	\$ 1,195.83	\$ 1,195.83	\$ 1,195.83	\$ 1,195.83	\$ 1,195.83	\$ 1,195.83	\$ 14,350.00
Renta local	\$		\$ 1,000.00	\$ 466.67	\$ 466.67	\$ 466.67	\$ 466.67	\$ 466.67	\$ 466.67	\$ 466.67	\$ 466.67	\$ 466.67	\$ 466.67	\$ 6,133.33
Mantenimiento del equipo	\$		\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 6,000.00
Insumos	\$		\$ 1,480.00	\$ 1,480.00	\$ 1,480.00	\$ 1,480.00	\$ 1,480.00	\$ 1,480.00	\$ 1,480.00	\$ 1,480.00	\$ 1,480.00	\$ 1,480.00	\$ 1,480.00	\$ 17,760.00
Total de egresos	\$	4,416.67	\$ 158,535.83	\$ 158,002.50	\$ 158,002.50	\$ 158,002.50	\$ 158,002.50	\$ 158,002.50	\$ 158,002.50	\$ 158,002.50	\$ 158,002.50	\$ 158,002.50	\$ 158,002.50	\$ 1,900,980.00
Saldo mensual		\$ 129,464.17	\$ 129,997.50	\$ 129,997.50	\$ 129,997.50	\$ 129,997.50	\$ 129,997.50	\$ 129,997.50	\$ 129,997.50	\$ 129,997.50	\$ 129,997.50	\$ 129,997.50	\$ 129,997.50	\$ 1,559,436.67
Saldo acumulado		\$ 129,464.17	\$ 259,461.67	\$ 389,459.17	\$ 519,456.67	\$ 649,454.17	\$ 779,451.67	\$ 909,449.17	\$ 1,039,446.67	\$ 1,169,444.17	\$ 1,299,441.67	\$ 1,429,439.17	\$ 1,559,436.67	

6.

A. Dirección de la empresa

La empresa está dirigida por los distintos integrantes del proyecto los cuales desarrollaran las siguientes actividades:

Actividad	Integrante
Directora General	• Karina Cecilia Salvador Cruz.
Director de Finanzas	• Karla Cecilia Salvador Cruz.
Gerente de Producción	• Rodríguez Espinosa Greisi
Sub Gerente de Producción	• Jiménez Falcón María Guadalupe.
Gerente en Relaciones Publicas	• Norberto Reyes Lidia
Gerente de Mercadotecnia	• Aguilar Norberto Corín Evelyn.
Gerente de ventas	• Lessly Paulina Torres Miranda
Gerente de Control de Calidad de los frutos.	• Sandra Aranzolo Callejas
Gerente de Control de Calidad de Proceso.	• Alondra Olvera Ramírez

C. Organización funcional de la empresa

La empresa inicialmente se organiza en los siguientes departamentos:

Área	Actividad
Dirección General	Administración de la empresa.
Departamento de Finanzas	<ul style="list-style-type: none">• Realización de Presupuestos.• Administración del Financiera.• Búsqueda de Financiamiento.• Aspectos Contables.
Departamento de Compras	<ul style="list-style-type: none">• Relación con los proveedores.• Transporte de materia prima.
Departamento de Producción	<ul style="list-style-type: none">• Recepción del fruto.• Pesado del fruto.• Lavado del fruto.• Pelado del fruto.• Despulpado del fruto• Almacenamiento de la pulpa.• Endulzado del jugo.• Mezclado.• Elaboración del Jugo.• Envasado del Producto.• Empacado del Producto.• Almacenamiento Final.
Departamento Relaciones Publicas	<ul style="list-style-type: none">• Alianzas comerciales y proveedores.
Departamento de Mercadotecnia	<ul style="list-style-type: none">• Estudio de mercado.• Análisis de las cuatro Ps.• Promociones.• Diseño de la etiqueta del envase.• Publicidad.• Imagen de la empresa.
Departamento de ventas	<ul style="list-style-type: none">• Atención al cliente.• Ventas al cliente.• Distribución del producto.
Departamento de Control de Calidad de los frutos.	<ul style="list-style-type: none">• Control de calidad del fruto.
Departamento de Control de Calidad de Proceso.	<ul style="list-style-type: none">• Control de calidad de producción.

D. Condiciones de trabajo.

Principios Generales

Creemos firmemente que las empresas las rigen las ideas pero que las construyen las personas, en este sentido consideramos de vital importancia que nuestra organización se fundamenta en:

- La selección y la incorporación de los mejores, competentes y competitivos profesionales en cada una de las áreas.
- Nuestra empresa está en el siglo XXI y, en consecuencia, será dirigida bajo criterios de liderazgo, modernidad, motivación, respeto, espíritu de equipo, fidelidad y competencia interna.
- Toda la actividad de las personas que conformaran la empresa sin excepción deberá estar orientada a los resultados, el servicio al cliente y la calidad integral.

En general nuestra empresa ofrecerá grandes compensaciones complementarias, somos de la opinión de que la recompensa por el trabajo bien hecho es una excelente remuneración. Por lo tanto nuestra concepción general es:

- Todos los colaboradores de la empresa deben percibir un salario digno (pero nunca espectacular) en función de sus responsabilidades en la compañía y el mercado.
- Todos los colaboradores de la empresa y muy especialmente el equipo directivo y los que tienen responsabilidades operativas, deben tener la oportunidad de obtener excelentes remuneraciones de acuerdo a la ley, vinculadas a sus resultados y a los propios de empresa.
- La empresa no tendrá prestaciones de ningún otro tipo que las obligatorias por la ley.

E. Plan de Recursos Humanos

Actividad	Integrante	Salario SEMANAL
Directora General	• Karina Cecilia Salvador Cruz.	• \$1000
Director de Finanzas	• Karla Cecilia Salvador Cruz.	• \$900
Gerente de Producción	• Rodríguez Espinosa Greisi	• \$700
Sub Gerente de Producción	• Jiménez Falcón María Guadalupe.	• \$650
Gerente en Relaciones	• Norberto Reyes Lidia	• \$800

Publicas		
Gerente de Mercadotecnia	• Aguilar Norberto Corín Evelyn.	• \$850
Gerente de ventas	• Lessly Paulina Torres Miranda	• \$700
Gerente de Control de Calidad de los frutos.	• Sandra Aranzolo Callejas	• \$800
Gerente de Control de Calidad de Proceso.	• Alondra Olvera Ramírez	• \$750
TOTAL SEMANAL EN SUELDOS		• \$6300

F. Previsión de Recursos Humanos

Para la primera etapa prevemos:

Personal directivo: 5

7.

A. La sociedad y Sede social/operativa

Xathe Natura es una Sociedad de Producción Rural de Responsabilidad Limitada constituida el con un capital social de 45000.

- Sede social y cooperativa

En la actualidad la sede social se halla ubicada en San José Atlán, para desarrollar el proyecto será necesario contar con un local de 64m² (primera fase), espacio que se considera suficiente para iniciar operaciones.

B. Licencias y derechos

La actual sociedad aún no cuenta con ninguna marca registrada pero está en proceso de elaboración

D. Obligaciones legales

Norma que nos ampara

Ley agraria

Cuáles son mis obligaciones

E. Permisos y limitaciones

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

- **Notario Público/Registro Público de Comercio**

Para constitución de la sociedad se debe formalizar mediante un contrato social (acta constitutiva), para determinar las reglas y requisitos por la cual ha de funcionar nuestra sociedad.

- **Secretaría de Salud**

Las actividades relacionadas con la salud humana requieren obtener, en un plazo no mayor de 30 días, de la Secretaría de Salud o de los gobiernos estatales, una autorización que podrá tener la forma de: Licencia Sanitaria, Permiso Sanitario, Registro Sanitario, Tarjetas de Control Sanitario.

- **Instituto Mexicano del Seguro Social**

La empresa tanto como los trabajadores deberá estar inscritos al IMSS para tener servicios básicos de salud y ciertos seguros, de los que cada individuo de la empresa tiene derecho.

- **Institución Bancaria**

Para realizar operaciones, se necesita contar con un intermediario financiero para realizar los pagos, retiros o transferencias que incurran en las operaciones de la empresa.

- **Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática**

Al iniciar operaciones se debe dar aviso de la constitución de la sociedad, para que este lleve a cabo el registro y control de las actividades económicas del país.

- **Secretaría de Economía**

Registrarse en la secretaria de economía, para el control de nuestra marca, nombres comerciales, patentes entre otros.

- **Comisión Nacional del Agua**

Se debe presentar un contrato de servicio en CAPOSA (Comisión de Agua Potable, Alcantarillado y Saneamiento), para el suministro de agua potable, que se utilizarán en las operaciones.

- **Suministro de Energía Eléctrica**

La Comisión Federal de Electricidad será la institución que nos suministre la energía eléctrica.

- **Servicios de Administración Tributaria**

La Comisión Federal de Electricidad será la institución que nos suministre la energía eléctrica.

- **Secretaría de trabajo y Previsión Social**

Cumplir

- **Patente**

Las modalidades de propiedad industrial existentes en México efectúan su protección por medio de: otorgamiento de patentes de invención; registro de modelos de utilidad; registro de modelos industriales; registro de marcas; registro de avisos comerciales; publicación de nombres comerciales; y declaración de protección de denominaciones de origen.

La patente es un privilegio de exclusividad, que otorga el Estado a un inventor o a su causahabiente (titular secundario), para que por un período determinado, explote su invento en su provecho, por sí, o por otros con su consentimiento.

En nuestro país la vigencia de una patente es de 20 años improrrogables contados a partir de la fecha de presentación de la solicitud de patente, siempre y cuando el titular cumpla con el pago de las tasas de mantenimiento anuales. Teniendo está un costo de \$7,000.00.

En México, la entidad del Gobierno Federal encargada del registro de patentes y marcas es el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI).

8. Establecimiento, lanzamiento e inversiones

A. Plan de Establecimiento

1° Desarrollo del producto

Partimos de la elaboración del producto artesanal. Prevemos un desarrollo de 4 meses. Este desarrollo será realizado por el equipo actual de trabajo.

2° Desarrollo web propia

Prevemos un desarrollo de 4 meses. El desarrollo lo realizará una persona contratada para la elaboración de esta página.

3° Selección y formación del personal inicial

La selección correrá a cargo de una persona especializada en el área. Se prevé de un mes de proceso de selección.

El personal contratado recibirá un curso de formación de acuerdo a su puesto de trabajo. Los cursos de formación se desarrollarán en el primer mes de actividad.

4° Infraestructuras

Los pedidos se realizarán 2 semanas anteriores para que puedan estar disponibles en el inicio del periodo de la actividad.

B. Plan de lanzamiento

El objetivo de nuestro plan especial de lanzamiento es obtener notoriedad desde el primer minuto. No somos una empresa más, queremos hacernos notar en todos los Ámbitos y para ello desarrollaremos una suma de acciones y mini-campañas que pretenden generar un efecto novedad positivo para nuestros intereses.

Nuestros objetivos son:

- 1.- hacernos notar: que las empresas de nuestro entorno nos conozcan a la mayor brevedad.
- 2.-posicionarnos desde el primer momento como una compañía muy relevante que aporta calidad y valor añadido.

9. Resultados previstos

Punto de equilibrio				
1	2	3	4	5
2,344,720.00	967,280.00	2,344,720.00	967,280.00	2,344,720.00
-2,060,020.00	-1,092,740.00	1,251,980.00	2,219,260.00	4,563,980.00

C Resultados a 50 años

CONCEPTO / AÑO	1	2	3	4	5
INGRESO POR VENTAS	3,312,000.00	3,312,000.00	3,312,000.00	3,312,000.00	3,312,000.00
I.E.P.S. 20%	662,400.00	662,400.00	662,400.00	662,400.00	662,400.00
PRODUCTOS FINANCIEROS		284,700.00	1,570,569.00	2,406,383.85	2,949,663.50
INGRESO NETO	2,649,600.00	2,934,300.00	4,220,169.00	5,055,983.85	5,599,263.50
RECURSOS HUMANOS	172,200.00	172,200.00	172,200.00	172,200.00	172,200.00
COSTO DE MATERIA PRIMA	1,847,520.00	153,960.00	153,960.00	153,960.00	153,960.00
DEPRECIACION DEL EQUIPO	75,000.00	75,000.00	75,000.00	75,000.00	
TOTAL DE COSTO DE PROD.	2,094,720.00	401,160.00	401,160.00	401,160.00	326,160.00
UTILIDAD BRUTA	554,880.00	2,533,140.00	3,819,009.00	4,654,823.85	5,273,103.50
GASTOS DE ADMINISTRACION	28,560.00	28,560.00	28,560.00	28,560.00	28,560.00
GASTOS DE VENTA	88,320.00	88,320.00	88,320.00	88,320.00	88,320.00
TOTAL DE GASTOS DE OP.	116,880.00	116,880.00	116,880.00	116,880.00	116,880.00
UTILIDAD ANT. DE IMP.	438,000.00	2,416,260.00	3,702,129.00	4,537,943.85	5,156,223.50
IMPUESTOS I.S.R. 35%	153,300.00	845,691.00	1,295,745.15	1,588,280.35	1,804,678.23
UTILIDAD	284,700.00	1,570,569.00	2,406,383.85	2,949,663.50	3,351,545.28

11.

A. Oportunidad

Sin lugar a dudas, Xathe Natura es y será – sobre todo en el futuro cercano, los primeros jugos concentrados comercializados en todo el país, ya que actualmente los jugos comerciales contienen gran cantidad de azúcares, colorantes y conservadores los cuales son dañinos para la salud por lo tanto no se obtienen beneficios nutricionales. Por ello Xathe Natura se convierte en un producto con alta calidad nutricional aportando beneficios en la salud a falta de estos en el mercado.

Conocemos perfectamente el sector y la falta de productos que ofrezcan a la población alternativas serias de beneficios en la salud. El producto será distintivo de Huichapan impulsando el turismo a través de la diseño de los lugares, monumentos, y acontecimientos históricos, ya que en la región no cuenta con un producto con tales características

Ahora es el momento de invertir en nosotros mismos y tomar posiciones de liderazgo.

C. Puntos Fuertes.

- Los frutos a utilizar se dan en la región y tienen alto grado de producción y son desaprovechados hasta el punto de ser desperdiciados en gran medida.
- Se tiene alianza con la población para la venta del fruto de sus traspatios.
- Los frutos brindan grandes beneficios a la salud del consumidor por sus altos contenidos de vitaminas.
- En la región de San José Atlán cuenta con manantiales es por ello que contamos con agua abundante y a bajo costo.
- Se cuenta con maquinaria básica.
- Se cuenta con la motivación, la energía y el entusiasmo necesario.

Departamento	Actividad
Dirección General	Administración de la empresa.
Productores del Jugo.	<ul style="list-style-type: none"> • Rodríguez Espinosa Greisi • Jiménez Falcón María Guadalupe.
Relaciones Públicas: alianzas comerciales y proveedores, así como el diseño de la etiqueta del envase, publicidad, estudio de mercado etc.	<ul style="list-style-type: none"> • Aguilar Norberto Corín Evelyn • Norberto Reyes Lidia
Directora de Mercadotecnia	<ul style="list-style-type: none"> • Aguilar Norberto Corín Evelyn.
Ventas: Relación con los clientes	<ul style="list-style-type: none"> • Lessly Paulina Torres Miranda
Control de calidad de los frutos.	<ul style="list-style-type: none"> • Sandra Aranzolo Callejas
Control de calidad de Proceso.	<ul style="list-style-type: none"> • Alondra Olvera Ramírez

E. Seguridad

Es una inversión razonable segura porque, además de la visiblemente necesidad creciente de mercado, tenemos:

1º Equipo y liderazgo totalmente implicado: Capital social aportado por los promotores del negocio.

2º Apoyo de profesionales del sector.

3º Criterios de planificación y gestión: de éxito contrastado, prudente y razonable en sus expectativas.

4º Amplísimo margen.

Una combinación que aleja riesgos y multiplica las posibilidades de éxito.

Un éxito en el que creemos fervientemente y por el que hemos apostado con todos los recursos.

ANEXOS:

(1) presupuestos