



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA SUR

ÁREA DE CONOCIMIENTO DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

DEPARTAMENTO ACADEMICO DE ECONOMIA

LICENCIATURA EN COMERCIO EXTERIOR

TESIS DE LICENCIATURA

Título

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA
COMERCIALIZACIÓN DEL DÁTIL DE LOS OASIS DE
SAN MIGUEL Y SAN JOSÉ DE COMONDU.**

Presenta:

BRENDA BERENICE VEGA CARBALLO

Para obtener el título de:

LICENCIADO EN COMERCIO EXTERIOR

Director:

Dr. PLACIDO ROBERTO CRUZ CHÁVEZ

ÍNDICE

CAPITULO I

1. INTRODUCCION.....	7
1.1. ANTECEDENTES.....	8
1.2. DEFINICION DEL PROBLEMA.....	9
1.3. JUSTIFICACIÓN.....	12
1.4. OBJETIVOS	
1.4.1. Objetivo General.....	12
1.4.2. Objetivos Particulares.....	13
1.5. METODOLOGÍA.....	13

CAPITULO II

2. MARCO TEORICO

CONCEPTOS.....	15
----------------	----

CAPITULO III

3. PERFIL DEL PROYECTO

3.1. NOMBRE DEL PROYECTO.....	21
3.2. IMAGEN DEL PROYECTO.....	21
3.3. VISIÓN.....	22
3.4. MISIÓN.....	22

CAPITULO IV

4. ESTUDIO DE MERCADO

4.1. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO.....	23
4.2. ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	25
4.3. OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	26
4.4. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	27
4.5. ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....	31
4.6. ANÁLISIS DE LA OFERTA.....	35
4.7. ANÁLISIS DEL DÁTIL A NIVEL NACIONAL Y ESTATAL.....	36
4.8. ANÁLISIS DE PRECIOS.....	38
4.9. ANÁLISIS Y DISEÑO DE LOS CANALES	

DE COMERCIALIZACIÓN.....	40
4.10. POLÍTICAS DE VENTA.....	42
4.11. PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD.....	42

CAPITULO V

5. ESTUDIO TÉCNICO

5.1. MACRO LOCALIZACIÓN.....	44
5.2. MICRO LOCALIZACIÓN.....	47
5.3. INGENIERÍA DEL PROYECTO	
5.3.1. TECNOLOGÍA.....	49
5.3.2. PROCESOS PRODUCTIVOS.....	50
5.3.3. ESTUDIO DE LAS MATERIAS PRIMAS.....	52
5.3.4. PLAGAS.....	52
5.3.5. INSTALACIONES REQUERIDAS.....	54
5.3.6. MATERIAL Y EQUIPO REQUERIDO.....	56

CAPITULO VI

6. ESTUDIO ORGANIZACIONAL

6.1. ORGANIGRAMA.....	58
6.2. DESCRIPCIÓN DE PUESTOS.....	59
6.3. PERFIL DE LAS PERSONAS.....	59
6.4. SUELDOS Y SALARIOS.....	60

CAPITULO VII

7. ESTUDIO Y EVALUACIÓN FINANCIERA

7.1. PRESUPUESTO DE INVERSIONES.....	61
7.2. PRESUPUESTO DE INGRESOS.....	62
7.3. PRESUPUESTO ANUAL DE COSTOS Y GASTOS VARIABLES Y FIJOS.....	63
7.4. DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN.....	64
7.5. ESTADO FINANCIERO PRO FORMA.....	64
7.6. FLUJO DE EFECTIVO.....	65
7.7. MEDIDAS DE RENTABILIDAD.....	67

8. CONCLUSIÓN.....	69
9. REFERENCIAS.....	73
9.1 REFERENCIAS DE INTERNET.....	74
10. ANEXOS.....	77

CAPITULO I

1. INTRODUCCION

El Estado de Baja California Sur, cuenta con una gran variedad de riquezas naturales, y también en otros rubros, que son desaprovechadas, las cuales en su mayoría pueden explotarse en sus diversos aspectos o áreas. Sin embargo no todas son apreciables y aprovechadas al máximo, un ejemplo de ello, son los oasis ubicados en cada uno de los municipios del estado.

Es por ello que a través de una de investigación se pretende buscar la manera de impulsar el aprovechamiento y desarrollo del oasis, localizado en el poblado de San Miguel y San José de Comondú. Esto a través del impulso de un producto de dicha región, "Dátil" ya que se da en abundancia y es fácil de producir.

A través de un análisis se estudiarán diversos factores que participan y afectan todo lo que engloba dicho fruto, desde sus antecedentes, la razón del porque llevarlo a cabo, las bases de algunos autores y los problemas a los que se puede enfrentar, entre otros que serán analizados más adelante, como; el proceso productivo, proveedores, clientes, puntos de venta, precio, la participación de los productores y creación de un centro de acopio y almacenamiento donde se capture todo el dátil que se genera en ambas comunidades y ahí mismo seguir un proceso por igual.

Permitiendo maximizar la producción y poder venderlo en un mercado local, haciendo que la economía del estado fluya y a la vez obtienen un ingreso extra cada uno de los productores que participan. Al mismo tiempo se benefician los habitantes, porque será un lugar más difundido, atrayendo al turismo.

De esta forma promocionar este modelo en las diversas regiones para lograr ser más competitivos y fomentar el desarrollo de la región

1.1. ANTECEDENTES

Los dátiles son frutos de las palmeras datileras, originarias de África. A México los trajeron los misioneros españoles en el siglo XVII. Se cultivan con bastante éxito en Sonora, Coahuila, Baja California Norte y sur.

Nutricionalmente hablando, los dátiles tienen hidratos de carbono y azúcares lo que los convierte en un alimento muy energético, (ideales para reponer fuerzas) aportan energía tanto a los músculos como al cerebro. Incrementan la capacidad así como la agilidad mental (Calderón, 2007).

El dátil proviene a la familia de frutas secas y su venta en el mercado se ha venido dando desde que surgió el comercio, el primer tipo de dátil que se dio en la región de San Miguel y San José de Comondú, fue de tipo criollo, ósea misional, el que trajeron los españoles. Pero debido al desagradable acontecimiento del incendio que se dio en las huertas y este se expandió acabando con una proporción considerable de las palmeras. Después se buscó reparar el daño y se sembraron nuevas palmas de mejor calidad, de las cuales surgió el dátil mejorado.

Su venta al público, siempre ha sido de forma local o compradores directos (pedidos) y de manera reducida, con una competencia interna en dicha localidad.

El empaque era una especie de bote elaborado con cuero, bien sellado y después fue en papel celofán, pero este tomaba un peso de un kilogramo, que se medía a través de una caja, que dentro de ella se colocaba el dátil bien prensado y por último se utilizó la bolsa de plástico.

Dicha fruta formaban parte, ya en la Edad Media, de la cocina tradicional de numerosos países. Propio de la Europa de aquella época era degustar platos de carnes o pescados acompañados con salsa de dátiles. Sin embargo en el estado solo es utilizado para comerse de forma deshidratada, preparar dulces y pan.

1.2. DEFINICION DEL PROBLEMA

El dátil es una fruta que se encuentra en la clasificación de las frutas secas, derivada de la palmera datilera (*Phoenix dactylifera*). Se encuentra clasificada entre los principales frutos que ayudan al rendimiento físico y sirve como tranquilizante. Cuenta con diversas características y propiedades, que en general es oblongo-ovoide, liso, con mesocarpo carnoso y endocarpo membranoso. Aproximadamente de 3 a 9 cm de largo y 2.5 cm de diámetro con una sola semilla, larga profundamente ranurada. La carne y la cáscara están coloreadas en forma variada, de amarillo, amarillo verdoso, anaranjado o rojo. Los racimos de fruta madura frecuentemente llegan a pesar 25 kg, la porción carnosa del fruto contiene un 58% de azúcares y un 2% de grasas y aceites, proteínas y sales minerales (SIAP, 2010).

Los principales minerales y propiedades del dátil son el potasio, vitamina B5, magnesio, proteínas, mucilagos, calcio, que ayudan a tranquilizar, dormir, mejorar estados de fatiga, debilidad física y problemas de estreñimiento. También han sido probados los beneficios que aporta en el tratamiento de males como el asma, la bronquitis, los catarros y otros problemas de las vías respiratorias (INNATIA, 2007).

Básicamente se produce para consumo humano y que es muy nutritivo. También se puede consumir fresco, deshidratado, cocinado, en mermeladas y pasteles. Este fruto es producido a nivel nacional en cuatro estados; Sonora, Coahuila, Baja California Sur y Baja California Norte.

En Baja California Sur el dátil es producido en los Municipios de Mulege y Comondú, Con una producción de 1530.19 toneladas, siendo el municipio de Mulege el más importante (SIAP, 2011).

El tipo de dátil que prevalece en el Estado es de tipo criollo y mejorado.

En el municipio de Comondú existe una gran abundancia de dicho producto (dátil) pero de tipo "criollo". Su ubicación geográfica está en la parte central del Estado, entre los meridianos 110° 52' 07" y 112° 47' 11" al oeste del meridiano de Greenwich y entre los paralelos 23°35'25" y 26° 24' 16" de latitud norte. Tiene como cabecera municipal a Cd. Constitución, Colindando al norte con el municipio de Mulegé, al este con el municipio de Loreto y Golfo de California, al Oeste con el Océano Pacífico y al Sur con el municipio de La Paz.

Este Municipio tienen una superficie que comprende 12,547.3 km²., y representa el 17.03% de la superficie total del Estado con un total de 565 km. de litorales que incluye islas, estuarios y lagunas. Por su dimensión ocupa el segundo lugar en extensión respecto a los demás municipios y, de acuerdo al Censo de Población y Vivienda 2010 (INEGI), tiene una población total de 70,816, hombres 36,436 y mujeres 34,380. El municipio cuenta con dos Oasis denominados, San Miguel y San José de Comondú. En ellos podemos encontrar diversas riquezas naturales que son aprovechadas por el humano, entre ellas el fruto de dátil.

La localidad de San Miguel de Comondú se localiza a 133 Km. de Ciudad Constitución que se recorren 95 Km. por la carretera Cd. Insurgentes- La Purísima hasta llegar al ejido CCO. Antes de llegar a San Miguel está la localidad de Villa se localiza una carretera de 38 Km. donde se recorre un cañón que a medida que avanza va cerrándose de tal forma, que al llegar a San Miguel. y luego a San José de Comondú, las paredes montañosas se acercan entre si hasta 2 Km., donde se han fincado estos dos poblados, San Miguel en la Margen derecha y San José en

la izquierda. San José Comondú se localiza a 137 Km. De Cd. Constitución. Otra forma de llegar a estos hermosos poblados es a través de la brecha que los conecta a San Javier cuya distancia es de 48 Km, (Enciclopedia de los municipios y Delegaciones).

Entre las dos se hace un total de habitantes de 217 personas. Siendo que la zona cuenta con las características óptimas para dicha producción.

También hay otra diversidad de productos; uva, mango, aguacate, caña y aceite de olivo. Pero uno de los que abundan es el dátil; por ello se convierte en una oportunidad en el mercado, a nivel estado y nacional.

En este sentido, por el desperdicio abundante de dátil de tipo criollo en las localidades antes comentadas, las familias tienen una oportunidad de realizar negocio. Más aun por la situación económica de que carecen la mayoría de las personas, siendo que son de una clase baja y en su mayoría, cuentan con una edad promedio de cincuenta años, convirtiéndose un obstáculo.

Las personas que ahí habitan, tienen una situación económica carente y limitada. Las actividades laborales que realizan son originarias de la zona, quedándose muy arraigados, sin verse en la necesidad buscar o generar dinero extra, y lo poco que ganan es para cubrir necesidades básicas. Por ello, al contar con riquezas naturales que pueden ser utilizados como bienes comerciales con manejo sustentable, se convierte en una oportunidad para realizar negocio. De tal manera que con esta oportunidad de negocio, puedan beneficiarse los habitantes de San Miguel y san José de Comondú.

1.3. JUSTIFICACIÓN

La comercialización del dátil deshidratado, es importante porque ofrece una gama de ventajas, principalmente sociales, como son para la comunidad y pobladores, generando nuevas fuentes de empleo, dar a conocer y difundir la localidad.

Además puede provocar un impacto turístico y cultural, por la gran diversidad de riquezas naturales con las que cuenta, son variadas, entre ellas: pinturas rupestres, manantiales, la misión, en San Miguel de Comondú, entre otros. También en el ámbito ecológico se ve favorecido, debido a que las áreas de los palmares se pueden mantener más limpias, dando una mejor apreciación del paisaje y con menos desperdicio del fruto.

Todo conlleva a un beneficio mutuo entre las dos localidades, para que puedan desarrollarse y tener un ingreso económico, a base de lo que ya existe, con un mínimo esfuerzo y aprovechando al máximo lo ya existente en la región.

1.4. OBJETIVOS

1.4.1. Objetivo General

Evaluar la comercialización del dátil criollo a nivel estatal y nacional, en los Oasis de San Miguel y San José de Comondú, verificando la rentabilidad y su sustentabilidad en la región.

1.4.2. Objetivos particulares:

- Determinar los principales centros de distribución para la venta del dátil.
- Hacer que la población muestre interés en la producción y comercialización de dátil.
- Determinar las posibles alianzas de comercialización del dátil
- Determinar la producción anual promedio de dátil en el municipio de Comondu, específicamente en los poblados de San Miguel y San José.
- Identificar la demanda potencial anual del dátil en el Estado de Baja California Sur.
- Determinar el interés para la comercialización en el Estado de Baja California Sur.

1.5. METODOLOGÍA

Existen diferentes formas de analizar y organizar un proceso de investigación, todo a través de una metodología para obtener respuestas, soluciones a dichos problemas estudiados y así tomar las decisiones adecuadas.

Se utilizara la Investigación de campo, implementada con visitas a la localidad, de donde se piensa extraer la materia prima, en este caso el dátil. Sirve para poder explicar la problemática y formular nuevos planteamientos, de esta manera se profundiza más en el tema, teniendo contacto más directo con la realidad, haciendo uso de la observación.

Ayudando a examinar y elaborar técnicas de recolección de datos, de una manera más exacta, con la finalidad de analizar los datos obtenidos y tomar decisiones.

Habrá aplicación de encuestas, que permite estudiar una muestra representativa de los compradores del dátil nivel nacional, donde se toma en cuenta, los principales centros de distribución del país: supermercados, central de abastos y mayoristas. Con el fin de recabar información y saber a qué mercado se va a dirigir.

Las entrevistas, serán aplicadas a los productores de dátil que existan en la región de San Miguel y San José de Comondu, para conocer sus procesos productivos, derivados del fruto, como lo comercializan y en a que escala.

También se apoyara con la Revisión y análisis de los aspectos teóricos que involucren al fruto dátil, con apoyo de diversos autores de la web, buscando conceptos, ejemplos que ayuden a profundizar, conocer y desarrollar la investigación, debido a que su búsqueda en fuentes bibliográficas (libros), es difícil de recopilar, es muy escasa.

CAPITULO II

2. MARCO TEORICO

2.1. CONCEPTOS

Los proyectos tienen diferentes orígenes y razón de ser, todos encaminados a satisfacer una necesidad individual o colectiva, a nivel micro o macro según sea el caso.

Actualmente es muy común escuchar esta palabra, debido a que llevar a cabo una inversión con éxito no se logra únicamente con el capital y la idea fácilmente, si no que conlleva muchos puntos a través de un método, lo que da como resultado un proyecto de inversión.

Según diversos autores lo definen de las siguientes formas.

El proyecto de inversión se puede describir como un plan que, si se le asigna determinado monto de capital, y se le proporcionas insumos de varios tipos, podrá producir un bien o servicio, útil al ser humano o a la sociedad en general (Baca,2007).

Es un conjunto de planes detallados, que se presentan con el fin de aumentar la productividad de la empresa para incrementar las utilidades o la prestación de servicios, mediante el uso óptimo de fondos en un plazo razonable (Hernandez, 2001).

Se puede entender como proyecto de inversión, a una serie de planes que se piensan poner en marcha, para dar eficacia a alguna actividad u operación económica o financiera, con el fin de obtener un bien o servicio en las mejores condiciones y obtener una retribución.

Para que esto sea posible, se necesita conocer las etapas principales según el autor Hernandez y a continuación se describen algunos puntos cada que retribuye la metodología utilizada, a través de un marco general.

Estudios preliminares, aquellos que sirven para investigarlo, buscando conceptualizar la idea y limitar los rangos de la inversión.

Anteproyecto o estudio previo de factibilidad, consiste en comprobar mediante información detallada, a través de estadística, la magnitud de la competencia y mostrar la viabilidad.

Estudio de Factibilidad, se presentan alternativas de solución a los problemas del proyecto, el documento integrado por el análisis de mercado y se establecen los elementos cuantificables y no cuantificables.

Montaje y ejecución, se elabora un programa de actividades, fijación de tiempos para realizar las operaciones, utilizando diversas técnicas y procedimientos para su realización.

Funcionamiento normal, implantación del proyecto y capacitación del personal, mantenimiento y venta del bien.

Limitación de los proyectos, obstáculos de diferente índole a los cuales se puede enfrentar (Hernandez, 2001).

Particularmente se abordan las características específicas del dátil, por ejemplo sus cuidados, usos, variedades, medios de reproducción, entre otros. Por otra parte, abarcara temas como el análisis de la oferta, demanda, precio, canales de distribución, etc. Simultáneamente el estudio económico brinda herramientas para conseguir un nivel de financiación necesaria. Además se trataran aspectos para la creación de una empresa y su óptima administración.

Finalmente se estudia la posible rentabilidad de este proyecto por medio de una evaluación económica.

Hablando de manera general, son cuatro partes las que componen a un proyecto:

Estudio de **Mercado** de un proyecto, es uno de los más importantes y complejos análisis que debe de realizar el investigador. Centra la atención sobre el consumidor y la cantidad del producto que este demandara, analizar los mercados, proveedores, competidores y distribuidores.

Debe ser la base sólida para realizar un estudio completo y proporcionar datos básicos para las demás partes de la investigación (Hernandez, 2001).

Siempre es recomendable que la investigación sea principalmente de las fuentes primarias, porque es directa, actualizada y más confiable. El objetivo general es verificar la posibilidad real de penetración del producto en un mercado determinado. “Se entiende por mercado el área en que concluyen las fuerzas de la oferta y demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados”.

Por otro lado, también es útil para proveer una política adecuada de precios, estudiar la mejor forma de comercializar el producto (Baca, 2007). Ubicación de la empresa, utilización de maquinaria

Proporciona información relevante, que bien analizada sirve de base, para las otras etapas en el documento.

El Estudio **Técnico** se compone de diversas partes:

- Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto.
- Análisis y determinación del tamaño óptimo del proyecto.
- Análisis de la disponibilidad y el costo de los suministros e insumos

- Identificación y descripción del proceso.
- Determinación de la organización humana y jurídica que se requiere para la correcta operación del proyecto.

Su objetivo es verificar la posibilidad técnica de la fabricación del producto que se pretende, analizar, determinar el tamaño óptimo, la localización, equipos, instalaciones y la organización requerida para realizar la producción.

En resumen se pretende resolver las preguntas referentes a donde, cuanto, cuando, como y con que producir lo que se desea, por lo que comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto (Baca, 2007).

El estudio **Organizacional**, depende de criterios y principios administrativos los cuales no son generalizables a todos los proyectos.

Los principios administrativos de la división del trabajo, la departamentalización, y la delegación de funciones deben aplicarse al momento de definir la estructura; además se deben tener en cuenta factores particulares de cada proyecto, como:

- las relaciones con Clientes y Proveedores
- Cuantificaciones de las operaciones
- El tipo de tecnología administrativa que se quiere adoptar
- La logística necesaria particular de cada proyecto;
- La externalización de algunas tareas (Contabilidad, cartera, ventas, etc.) y la complejidad de las tareas administrativas propias del negocio.

Específicamente, el objetivo es determinar la Estructura Organizacional Administrativa óptima y los planes de trabajo con la cual operara el proyecto una vez este se ponga en funcionamiento.

Del estudio anterior, se deben determinar los requerimientos de recursos humanos, de locación, muebles y enseres, equipos, tecnología y financieros para atender los procesos administrativos (Morales, 2008).

Toda empresa debe seleccionar la forma de organización que requiere, con base en sus necesidades funcionales y presupuestales, cualquiera es necesario especifique claramente cómo va a funcionar la autoridad y en forma adecuada a la persona idónea para ocupar el puesto.

El estudio **Financiero** permite determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, el costo total de las operaciones (función de producción, administración y ventas, así como otra serie de indicadores que servirán como base para la parte final y definitiva del proyecto.

Apoyándose de presupuestos; es el cálculo anticipado de los gastos, costos, ventas o cualquier otro evento que ocurra en un periodo determinado. Inversiones; es una erogación de la cual, se espera obtener un beneficio económico. Financiamiento; aporta los recursos necesarios para la realización de un objetivo.

Corresponde a la etapa final del proyecto, y es que en la actualidad, toda inversión que se realiza debe estar sustentada en estudios profundos, que permitan conocer el medio ambiente en donde la empresa llevara a cabo sus actividades económicas, permitiendo tomar decisiones racionales, basada en los resultados.

Considerando algunos aspectos, como el análisis de la demanda, oferta, fuentes de financiamiento, tecnología, aspectos legales, política de desarrollo, localización, situación económica, social, política, sociedad mercantil y estados financieros.

Con la realización de esto, se procederá a la evaluación, donde la determinación del costo de capital tiene gran trascendencia e interés, para conocer las utilidades futuras (Hernandez, 2001).

Es por ello que se elaboraron diferentes tipos de presupuestos y se aplicaron algunas medidas de rentabilidad, como son:

- Valor Actual Neto (VAN): valor neto que obtendrá la empresa.
- Valor Actual (VA): Es el valor que expresa las cantidades futuras a valor presente.
- Tasa Interna de Rendimiento (TIR).
- Periodo de Recuperación de la Inversión (PRIN): Muestra el periodo o tiempo en el cual se estará recuperando la inversión.
- Tasa Interna de Retorno Modificada (TIRM).
- Razón Costo Beneficio (RCB): Indica cuanto se está ganando por cada peso invertido.

CAPITULO III

3. PERFIL DEL PROYECTO

3.1. NOMBRE DEL PROYECTO

“PRODUCCIÓN DE DÁTIL EN SAN JOSÉ Y SAN MIGUEL DE COMONDU”

3.2. IMAGEN DEL PROYECTO

Imagen #1. Logo del Proyecto



3.3. VISIÓN

“Somos reconocidos a nivel estatal como los mejores productores de dátil, contando con la capacidad y calidad para satisfacer el mercado regional y contribuir al desarrollo sustentable de los oasis”.

3.4. MISIÓN

Producir y comercializar dátil de alta calidad, a bajos costos y bajo una rigurosa selección, trabajando siempre con honestidad, higiene y responsabilidad con la sociedad y el medio ambiente promoviendo, al mismo tiempo, una mejora continua que permite contribuir a la sana alimentación del consumidor.

CAPITULO IV

4. ESTUDIO DE MERCADO

4.1. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

El producto que se pretende incursionar al mercado es el dátil deshidratado, es una fruta que se somete a una operación, destinada a reducir al máximo el contenido de agua en la constitución de la fruta, con el fin de paralizar la acción de los gérmenes que necesitan humedad para vivir. Para lograr este propósito, se recurre al calor natural (exposición al sol), y da excelentes resultados, conservando todo el sabor las cualidades de la fruta, (Eroski consumer,).

Imagen #2. Dátil deshidratado



FUENTE: <http://www.elplatoarabe.net/images/datiles.jpg>

Tiene diversos beneficios, principalmente para la salud, algunos de ellos son:

- Curan el estreñimiento
- Son ricos en potasio y cloro y tienen un efecto alcalino en el cuerpo.
- Proporcionan mucha energía.
- Son emolientes y calmantes.
- Es una de las frutas más ricas en hidratos de carbono.
- Como resisten bien el paso del tiempo, se aconsejan para viajes largos y excursiones.
- Es un medicamento natural para enfermos de las vías respiratorias.
- Los dátiles son una fruta que aumentan la energía sexual.
- Estimulante muscular por excelencia.
- Laxantes.
- En invierno proporciona mucho calor al organismo.
- El contenido de agua es bajo, mientras que el de hidratos de carbono, en forma de azúcar natural, es aproximadamente de 70 por ciento.
- Hervidos y tomándose el agua son marcadamente pectorales.
- El emplasto de dátiles madura abscesos y erupciones de la piel.
- El dátil es un buen relevo de los dulces (BIONATURAL, 2011).

Se pretende vender en su presentación deshidratada y con un empaque a través de una bolsa de plástico bien sellada, para que mantengan su frescura y textura, dando la oportunidad de que las porciones sean deseadas y aceptadas por la población y que lo conserven en el mejor estado para su consumo.

Siendo que cualquier persona lo puede consumir, siempre y cuando le gusten los alimentos dulces, se sugiere a personas que tengan mucha actividad física en el día, porque genera mucha energía, o incluso puede ser parte de una dieta balanceada, excepto los que padezcan de diabetes o con estómagos delicados.

Aclarando que es un producto alto en azúcares y por ende debe ser con moderación, aplicándose principalmente para los niños.

Imagen #3. Dátil Empacado



FUENTE: www.alimentacionviviente.com

Imagen #4. Dátil deshidratado



FUENTE: www.articulosgratis.com.mx

4.2. Análisis de la investigación de mercado

El análisis se realizó con la intención de saber más a detalle sobre el producto del dátil, y poder explotar el tipo, “criollo” que se produce en la localidad de San José y San Miguel de Comondu, para conocer sus usos, aceptación y posición en el mercado, a través de la opinión de los empresarios, consumidores y entrevistas a personas expertas.

Su estudio fue de lo general a lo particular, analizando diversos factores y variables, como son los diversos sectores; demanda, oferta, producción, entre otros.

Para conocer más la demanda y oferta en el mercado del dátil de tipo criollo, fue necesario enlistar una serie de variables para ser incluidas en las entrevistas y encuestas de estudio. Las variables de interés son:

- a) Producción por temporada del dátil
- b) Número de productores en la comunidad de Oasis
- c) La forma de comercialización
- d) El precio que estipula el vendedor
- e) Características de la demanda
- f) Principales usos en el consumo del dátil
- g) Producción de la competencia
- h) Otras formas de diversificar el producto
- i) Factores externos a la producción del dátil

4.3. Objetivo de la investigación de mercado

Conocer las principales variables en la oferta y demanda de la comercialización del dátil de tipo criollo, en los poblados de San José y San Miguel de Comondu

4.4. Diseño de la investigación

- I. Definir las variables de interés y su importancia
- II. Trabajo de campo en las comunidades de Oasis
- III. Revisión documental de la producción y comercialización del dátil
- IV. Selección del tipo de muestreo
- V. Tamaño de muestra
- VI. Elaboración de los instrumentos

El análisis es para dar respuesta a las incógnitas de la oferta y demanda, a través de entrevistas de los expertos que son los productores de dátil y de esta manera se conoce el proceso de producción que le dan, y su comercialización. Buscando determinar el auge y aceptación por la población nacional y al mismo tiempo identificando las ciudades y principales puntos de distribución y venta.

Al igual hay que elaborar un muestreo, que será determinado en base a las principales puntos de venta (supermercados, central de abastos y mayoristas), a través de un proceso de encuestas a nivel Municipio (La Paz B.C.S.) en las principales tiendas y utilizando un muestreo aleatorio simple con dichas instituciones, con una visita personal, donde se busque al encargado de las compras de dicho producto a investigar para poder aplicarle las encuestas y así asegurarse que las respuestas puedan ser confiables.

También se buscara en páginas de gobierno, con la finalidad de encontrar datos estadísticos que ayuden a su mejor distribución.

Por ultimo las variables que se investigaron, fueron la cantidad de producto que adquieren los compradores y consumidores, el precio, la procedencia de los proveedores, el tamaño y tipo del empaque, y disposición de comprar dátil de la región. Todo esto a través de la siguiente encuesta.

FORMATO DEL MODELO DE ENCUESTA QUE SE OCUPÓ PARA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO EN LAS TIENDAS.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA SUR

Objetivo: Conocer los principales productos que compran y venden, los distribuidores que manejan y el tamaño de su escala.

Empresa: _____ Fecha: _____

Domicilio: _____ Localidad: _____

Municipio: _____

1. ¿Venden productos orgánicos?

a) Si b) No

2. ¿Venden productos deshidratados en el establecimiento?

a) Si b) No ¿por qué? _____

3. ¿Estaría dispuesto a comprar un fruto orgánico deshidratado, para su venta?

a) Si b) No (Termina la encuesta)

4. (Si la respuesta fue si de la pregunta 2) ¿Qué tipo de productos deshidratado venden?

a)Fruta b) Carnes c) Otros_____

5. ¿Estarían dispuestos a vender el dátil deshidratado?

a) Si b) No ¿Por qué?_____

6. ¿Cuánto estaría dispuesto a comprar para su venta?

a) De 1 a 30 kg b) De 31 a 60 kg c) De 61 a 100 kg d) Otro_____

7. ¿Hasta Cuánto estaría dispuesto pagar por cada kg de dátil? (Especificar y ¿porque?)

8. ¿Qué tipo de trato o negociación estaría dispuesto hacer con los productores de dátil?

a) Convenio a consignación b) Contrato c) Otro_____

9. ¿En qué presentación de empaque le gustaría venderlos?

a) Caja b) Bolsas de plástico c) otro_____

10. ¿Qué Cantidad considera que debe tener cada empaque para que sea Vendido?

a) Menos de 1 kg b) De 1 kg c) De 1kg a 2kg

11. ¿De dónde provienen los productos que compran para su venta?

a) Locales o regionales (Especificar Donde)

b) b) importados c) otros_____

12. ¿conque frecuencia estaría dispuesto a comprar el dátil?

a) Semanalmente b) Cada 15 días c) Cada mes

c) Otro_____

4.5. Análisis de la demanda

La demanda actual se caracteriza por ser un conjunto de tiendas de autoservicios del mismo giro e índole social, que vende todo tipo de productos.

Existe una ventaja y desventaja, siendo que la cantidad producida en dicha región no es suficiente para abastecer completamente el mercado nacional, por la baja producción, una alternativa sería generar un bien sustituto, o derivado de dicho fruto, por ejemplo una pasta, mermelada o dulce.

Su ventaja, sería que si se hace en su presentación original, deshidratado, sería cien por ciento orgánico, algo que actualmente quiere la población en general, buscando cuidar al máximo su salud.

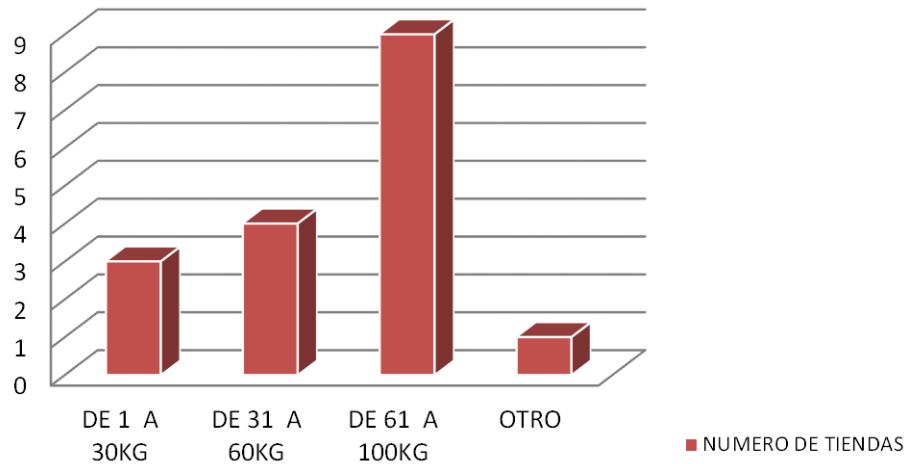
De acuerdo a los resultados obtenidos con las encuestas aplicadas en la ciudad de La Paz B.C.S., se puede determinar que el dátil deshidratado es demandado por tiendas de autoservicio, centrales de abasto y mercados, en total son 17 y de las cuales todas sugirieron la venta de dicho fruto a granel, por la fuerte aceptación del cliente en cantidades menores a un kilogramo.

Tabla # 1. Lugares que demandan el dátil.

NUMERO DE TIENDAS	NOMBRE
3	SORIANA
4	LEY
2	ARAMBURO
2	CHEDRAUI
1	MEGA
3	MERCADOS
2	TIENDAS DE ABASTO

FUENTE: Elaboración propia

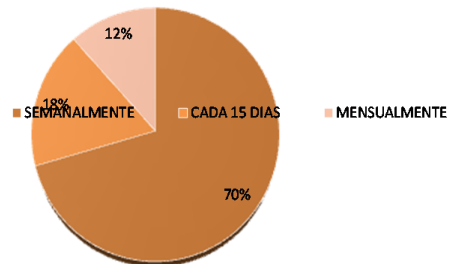
Grafica # 1. CANTIDAD DEMANDADA DE DATIL DESHIDRATADO EN KG, EN LA CD. DE LA PAZ, B.C.S.



FUENTE: Elaboración propia

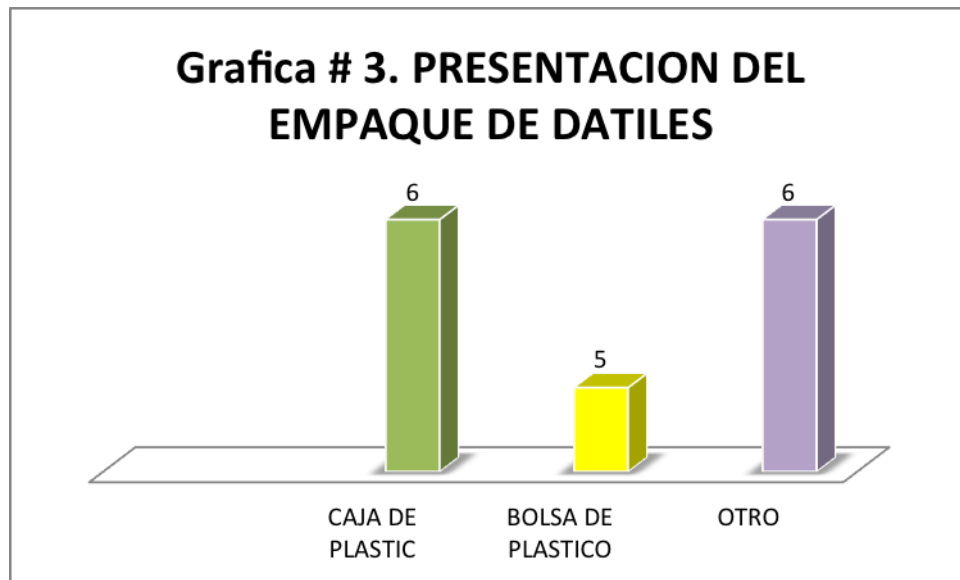
En su mayoría la demanda se da en 9 tiendas de autoservicio y existe solamente una que sobrepasa, es la “Mega” y al igual los que tienen menos demanda se refiere a los mercados.

Grafica # 2. FRECUENCIA DE COMPRA DEL DATIL DESHIDRATADO



FUENTE: Elaboración propia

Cada uno de los demandantes por ser un producto comestible y que se venda fresco y en buen estado, o simplemente estrategia, la mayoría realiza sus pedidos semanalmente, lo que es igual a 12 de las encuestadas.



FUENTE: Elaboración propia

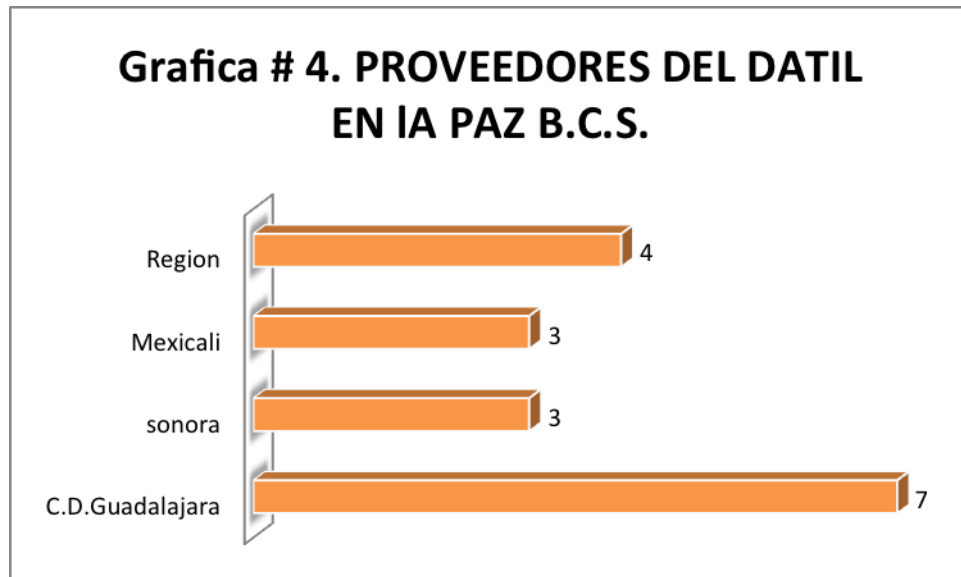
Con respecto al empaque en su mayoría, usan su propio logo con una etiqueta colocada en la parte superior de dicho empaque, dos opciones salieron por igual, con lo que respecta a la opción “otro” se refiere a un plato de unicel empleado, porque de esta manera es más fácil retirarlos cuando sufran algún daño y se puede proporcionar la cantidad deseada por parte del comprador.

Debido a que es una fruta poco conocida, apenas y tiene fieles consumidores y de esta manera se puede garantizar una venta directa, o para personas que busquen a gran escala, o pretenda hacer un derivado.

4.6. Análisis de la oferta

Es importante buscar un buen segmento de mercado, como en este caso se considera conveniente incursionarse en tiendas de autoservicio, centrales de abasto y mercados, ofertando dátil de tipo mejorado para su venta.

Actualmente el fruto que se trae al estado, proviene del interior; Guadalajara, Sonora, Mexicali y la excepción de la región, en Mulege (san Ignacio).



FUENTE: Elaboración propia

Se hace notar que el proveedor líder en el mercado, es proveniente de la C.D. de Guadalajara de nombre SAGA, empresa “Aribosa”.

Con lo que respecta a la región se aprecia que son 4 tiendas, pero dentro de ellas se encuentran las 2 tiendas Aramburo y 2 Mercados.

4.7. Análisis del dátil a nivel nacional y estatal

El dátil se encuentra en sector agropecuario, dentro de las frutas, donde comprende todas las unidades de explotación dedicadas al cultivo de ciclo corto y Cultivos perennes o de ciclo largo, en tierras de riego o de temporal. Así como también los servicios proporcionados mediante el pago de honorarios a técnicos o profesionistas que prestan sus servicios en actividades agrícolas.

Incluye el beneficio (actividades complementarias para mejorar las características físicas de los productos como: limpieza, corte, selección, etc.) de los productos agrícolas, siempre y cuando sea realizado en la misma unidad productora.

Su trascendencia a nivel nacional con respecto a datos estadísticos en la producción del 2011, es de 6810.96 toneladas, con un valor en miles de pesos de 181,021.19. Cabe destacar que solamente se consideran cuatro estados porque son los únicos dedicados a producir el dátil: Sonora, Baja California Norte, Baja California Sur y Coahuila, en este orden es su nivel de producción.

El Estado de interés, de donde parte llevar a cabo el análisis, se encuentra ubicado en la tercera posición, con una producción de 210.70 toneladas y un valor de 7349.27. Al subdividir dicha región por municipios y así identificar la localidad, ubicada en Comondu, los resultados son favorables, ya que se encuentra dentro de los dos únicos distritos donde se genera el dátil, ubicado en segundo lugar, después de Mulege. Con una producción de 142.60 toneladas y con un valor de 4991.

Tabla # 2. PRODUCCION AGRICOLA Ciclo: Cíclicos y Perennes 2011
Modalidad: Riego + Temporal
DATIL

Ubicación	Sup. Sembrada (Ha)	Sup. Cosechada (Ha)	Producción (Ton)	Rendimiento (Ton/Ha)	PMR (\$/Ton)	Valor Producción (Miles de Pesos)
BAJA CALIFORNIA	339.25	226.25	1,246.76	5.51	31,385.29	39,129.92
BAJA CALIFORNIA SUR	362.00	160.00	210.70	1.32	34,880.25	7,349.27
COAHUILA	25.00	5.00	5.00	1.00	35,000.00	175.00
SONORA	597.00	597.00	5,348.50	8.96	25,122.37	134,367.00
	1,323.25	988.25	6,810.96	6.89	26,577.93	181,021.19

FUENTE: SIAP, 2011.

Con lo que se refiere a la competencia es un factor determinante, porque hay pocos estados donde se da el fruto. En este caso las empresas existentes, una de ellas solo se dedica a producir y exportar a nivel internacional, las otras lo exportan al interior de la república, pero no alcanzan abastecer un mercado nacional, y es una ventaja que debe aprovecharse para penetrarse en nuevos lugares (mercados) del país.

4.8. Análisis de precios

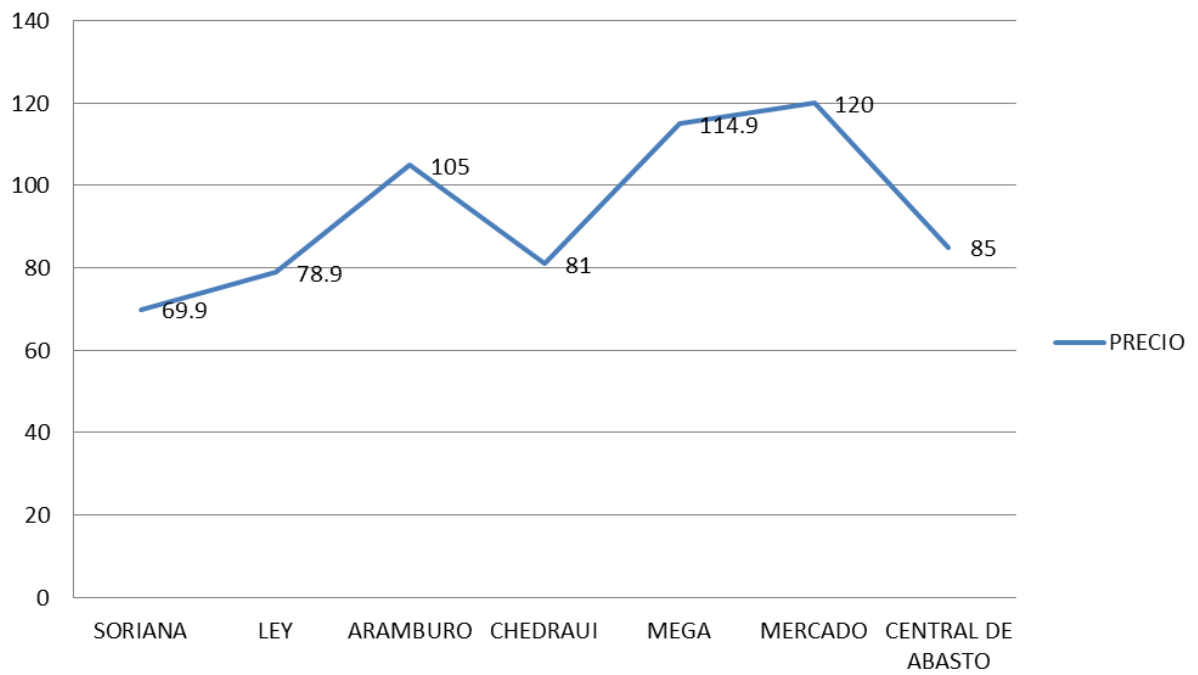
Su precio es sumamente accesible, se sugiere de clase media en adelante. Dicho producto es por temporada, sin embargo con un cuidado y almacenamiento adecuado se conserva hasta por un año.

En un ámbito general, la competencia solo se puede dar por cuatro estados que son Coahuila, sonora, Baja California Norte y Sur, ya que son los únicos productores a nivel nacional y dentro de ellos la principal empresas competidora está ubicada en Mexicali, Baja California Norte, con un precio al mercado entre los 85 y 120 pesos, por ende es más barato para los mayorista. Pero también existe un líder en el mercado, un proveedor proveniente del estado de Guadalajara y es el que principalmente abastece la C.D. de La Paz B.C.S.

A nivel local solo compite con el municipio de Mulege y maneja un precio promedio de 60 pesos, cuando es directamente al consumidor. En cambio cuando son para su venta mayoritaria, puede variar de acuerdo a la calidad del dátil.

Después del análisis y sacar un promedio general del año 2012, el precio determinado a ofrecer para los consumidores potenciales, es de 93 pesos.

Grafica # 5. ANALISIS DE PRECIOS EN LOS PUNTOS DE VENTA, EN LA C.D. DE LA PAZ B.C.S.



4.9. Análisis y diseño de los canales de comercialización.

El producto que se maneja para vender es comestible y a un precio accesible, por lo tanto lo más conveniente, es que sea de contado y también tomando en cuenta a los puntos de venta, estas tiendas no manejan a crédito.

Los lugares donde se vende el dátil, en su mayoría no son establecimientos preparados para esta labor, pues muchos de ellos son tiendas donde no se tiene el producto como fuente principal sino como un producto más que se exhibe en una vitrina y que tiene la misma posibilidad de venderse que otros dulces.

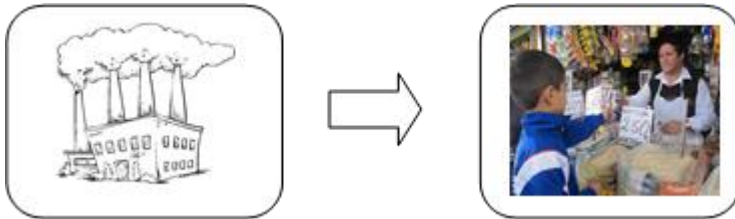
Algunos de ellos ni siquiera tienen tienda ni nombre propio sino que en la misma casa donde se producen se pone un aviso de “venta de dátiles” para que las personas interesadas en adquirirlo, toquen a la puerta y lo lleven, pero no les interesa tener un contacto directo con los consumidores y mucho menos tener una empresa formal.

Al llegar a este punto, también podría resaltarse que ellos realizan ventas al por menor, por tal razón su negociación es inmediata. Las negociaciones a crédito ni siquiera se la exigen a sus proveedores pues pagan al contado con el dinero de ventas anteriores. No practican ninguna estrategia publicitaria, solo exhiben su producto en un único punto de venta para lograr la venta directa y en el que muchas veces no hay ningún aviso publicitario.

La forma que se piensa manejar, considerando su rentabilidad, con respecto al canal de distribución, la intención no es eliminar el existente que es de productor a consumidor directamente, sino que se pretende manejar otro más a futuro, debido a las distancias y al tipo de producto. Sería de productor a proveedor y finalmente consumidor.

Para la distribución del producto, se manejan diferentes estrategias con el fin de que lleguen al objetivo, el consumidor.

a)



b)



La comercialización del producto Se entiende como “la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar”. La comercialización no es simplemente la transferencia de productos hasta las manos del consumidor; esta actividad debe conferirle al producto los beneficios de tiempo y lugar; es decir, una buena comercialización es la que coloca al producto en un sitio y momento adecuados, para dar al consumidor la satisfacción que él espera con la compra, por ende existen diferentes canales de distribución.

4.10. Políticas de venta

Primero se realizara un análisis del alcance que va a poder tenerse en producción, obteniendo un promedio y es así como se va a manejar sobre pedido con los demandantes, respaldándose en un contrato fijo o de consignación y se hará entrega de dicho producto respecto a los acuerdos ya pactados.

Recabando la producción en un centro de acopio, que será un punto de venta en donde habrá un vendedor, siendo el puente de comunicación entre la empresa y el cliente, y quien transmita las necesidades que tengan.

Habrà una serie de estantes donde se exhiba el producto, vallas publicitarias y carteles que muestren las bondades y la formalidad de la empresa.

Una estrategia será una buena atención para que sean los mismos clientes los que ayuden a atraer nuevos.

También estará en capacidad de distribuir al por mayor a supermercados de la región, ya que contara con un Nombre y una marca que puede ser exhibida. Brindará descuentos generados por mayor volumen de compra y acordaran plazos de pago que brinden beneficios mutuos.

Prosiguiendo a trasladar la mercancía del centro de acopio a cada centro de distribución.

4.11. Promoción y publicidad

Una propuesta es dándole auge como producto regional, con una marca propia.

Difundiéndose a través de los medios de comunicación más escuchados por el estado, canales locales, radiodifusoras y en exposiciones.

En base a los puntos de venta, se pueden manejar algunas estrategias, como:

Descuentos: Reducir el precio regular del producto; por lo cual, los consumidores logran un ahorro con respecto al precio normal.

Muestras gratuitas: Ofrecer una cantidad pequeña de un producto para probarlo.

Volantes: Repartir una cantidad determinada de volantes por toda la región incluyendo los 5 municipios, para dar a conocer la empresa, el producto, y puntos de venta.

En cuanto a publicidad se muestra el logo, está compuesto por una imagen de fondo que representa el sol y está acompañado de los colores verde y amarillo que representan la productividad de la tierra y la región.

La imagen que lo representa, fue diseñada de forma general, para un proyecto dirigido al gobierno del estado.

Los empaques en los que se envasará estará en la parte superior una etiqueta con el logo y en su parte posterior una etiqueta compuesta por una tabla con los valores nutricionales, por porción de 100gr, el contenido neto al empacar, el nombre de la empresa y la dirección.

De acuerdo a las características, este no necesitará de refrigeración; la presentación que se manejará será en plástico.

El producto estrella inicialmente será la de 500gr, de acuerdo a los resultados que arrojó una de las preguntas de la encuesta realizada, en donde los encuestados manifestaron el gusto por una nueva presentación que contenga una cantidad diferente a las que ya se manejan en el mercado.

CAPITULO V

5. ESTUDIO TÉCNICO

Este capítulo va de lo general a lo particular, donde se engloban diversos aspectos a considerar de la región y los poblados donde se llevó a cabo la investigación, considerando; la ubicación, ventajas y desventajas del lugar, su proceso productivo, el lugar y material utilizado para llevarse a cabo.

5.1. Macro localización



➤ **Ubicación geográfica**

Colinda al norte con el municipio de Mulegé, el Golfo de California y el municipio de Loreto; al este con el municipio Loreto, Golfo de California y el municipio de la Paz; al sur con el municipio de la Paz y el Océano Pacífico; al oeste con el Océano Pacífico y el Municipio de Mulegé.

Ocupa el 23.75% de la superficie del estado. Cuenta con 1347 localidades y una población total de 63 830 habitantes.

➤ **Fisiografía**

Provincia Península de Baja California (100%)

Subprovincia Sierra La Giganta (50.26%), Llanos de Magdalena (49.60%),
Desierto de San Sebastián Vizcaíno (0.14%).

➤ **Clima**

Rango de temperatura 16 – 22°C

Rango de precipitación Menos de 100 - 400 mm

Clima Muy seco muy cálido y cálido (38.13%), muy seco semicálido (61.73%) y
seco Templado (0.14%)

➤ **Uso del suelo y vegetación**

Uso del suelo Agricultura (7.88%), zonas urbanas (0.16%), Vegetación Matorral
(87.91%) y No aplicable (4.02%), (INEGI, 2009).

➤ **Hidrografía**

Las corrientes de agua de superficie son escasas. Solo en la zona de San Isidro y la Purísima existen arroyos que tienen caudal gran parte del año; otros arroyos llevan agua únicamente en épocas de lluvia, como es el caso de los arroyos de las bramonas, Santo Domingo, la Purísima, Comondú y San Andrés. Las lluvias que se presentan eventualmente son torrenciales pero breves, haciendo posible la formación de importantes mantos acuíferos subterráneos en el municipio.

➤ **Flora**

La vegetación predominante es de dos tipos: matorral crasicaule (cardones, nopaleras, viznagas, choyas, palo adán, pitahaya, gobernadora y garambullo) y selva baja caducifolia (lomboy, torote, palo blanco, etc.). Este tipo de vegetación está determinada por árboles de no más de 15 metros de altura.

➤ **Fauna**

La fauna predominante, en llanuras desérticas: la chacuaca, codorniz, conejo, liebre y coyote. En regiones con mayor vegetación: mapache, zorra y gato montés. En la parte alta de la sierra de la gigante, venado, borrego cimarrón y puma, los cuales, antiguamente abundaban en la región, pero debido a la cacería furtiva e intensa, se ha depredado a estas especies. Actualmente están bajo preservación y protección (INEGI, 2011).

5.2. Micro localización



En una escondida y fértil cañada de aproximadamente 16 Km. de largo y unos 800m. De ancho promedio, se asientan los pintorescos y antiguos poblados de San Miguel y San José de Comondú. Los tres kilómetros de distancia entre uno y otro, se transitan bajo la sombra de los altos palmares y acantilados.

Durante mucho tiempo los Comondú fueron pueblos prósperos y casi autosuficientes, sus huertas producían toda clase de frutos, legumbres y hortalizas. Los viejos trapiches se desperezaban durante la época de la molienda cada año, y elaboraban diversos productos derivados de la caña se fabricaban excelente vino en alambiques caseros así como aceite de oliva.

La ganadería proveía de carne, queso, mantequilla, requesón y pieles que permitían manufacturar diversos artículos, especialmente los sacos (zurrone) en los que se empacaba dátil, higo, uva, etc. Productos que eran enviados al interior de país. El camino real que venía desde norte pasaba por los Comondus, fue

cabecera municipal a partir de la decadencia económica y política de Loreto desencadenada por diversos fenómenos naturales que lo que lo devastaron. Cuando se construyó la carretera Transpeninsular, los Comondus fueron eludidos, quedando prácticamente incomunicados. La progresiva emigración de sus familias y jóvenes, entre otras circunstancias, fueron factores determinantes para decadencia

En estos misteriosos lugares se localizan los secretos mejor guardados de B.C.S. ideales para el visitante con interés científico, histórico-cultural y para los ecoturista. El turista puede encontrar lo siguiente:

- La misión de San José de Comondú.
- Casas antiguas en ambos poblados consideradas monumentos históricos naturales.
- La frescura de sus aguas en las huertas con sus ojos de aguas, donde se puede disfrutar de la sombra de las palmeras y palapas.
- Pinturas rupestres.
- Gran diversidad de flora y fauna.
- Hermosas artesanías elaboradas por sus habitantes como canastas, bolsas, sombreros, etc. a base de palma de dátil oleada; impresionantes figuras realizadas con piedra y madera de la región utilizando instrumentos rústicos.
- El vendedor de sus huertas donde se cosechan ricas frutas como ciruela, mango, dátil, higo, aguacate.
- La amabilidad y hospitalidad de sus habitantes. Maravillosos escenarios de Oasis en medio del desierto. (Ayuntamiento de Comondu, 2012).

5.3. Ingeniería del proyecto

5.3.1. Tecnología

La utilización de tecnología en este caso no es necesaria, debido a que su proceso se da por sí solo, solo hay que disponer del material y la materia prima, de igual manera se busca cuidar y respetar el lado rustico que emplea la población.

Una opción alternativa puede ser una deshidratadora que ayude en temporadas de lluvia, agilizando los procesos y evitando el desperdicio.

Es una alternativa, debido a que la temporada del proceso de maduración es muy cercano a la temporada de huracanes, ciclones y es la principal razón de la pérdida del producto. Consideran que sería una oportunidad de aprovechar el dátil, sin importar el clima.

5.3.2. Procesos productivos

1. Contando con lo que es la materia prima “la palma”, se procede a pisca el dátil, siempre y cuando esté en condiciones, o sea maduro.

Imagen #5. Dátil



FUENTE: http://www.eldatilero.com/images/palmerero_70.jpg

2. Se coloca el Dátil en un petate para que se exponga al sol y ahí mismo hay que estar dándole vueltas y por las noches debe cubrirse. Así consecutivamente por días, hasta que logre estar totalmente caramelizado (deshidratado).

Imagen #6. Dátil expuesto al sol, para su deshidratación.



FUENTE: Foto tomada en visita de campo.

3. Después de algunos días el dátil logra estar deshidratado y se hace su selección para empacarse.

Imagen #7. Dátil deshidratado



FUENTE:http://frutossecospecino.es/WebRoot/Google3/Shops/con1566450/508E/84CC/6394/9CA1/BD39/52DF/D034/083B/datiles_naturales.jpg

5.3.3. Estudio de las materias primas

En este caso de acuerdo al producto que se trata es una fruta que se da por sí sola, con un mínimo de cuidado, principalmente debe protegerse de factores externos (pájaros, plagas).

Su proceso consiste en deshidratación y para ello solo se basa en el sol, sin necesidad de recurrir a cualquier otro tipo de materia prima, solamente sería el dátil.

Los dátiles se adquirirán a través de proveedores previamente contactados. Cada uno de ellos cuenta con una finca donde cultivan palmas de dátiles y los venden. De acuerdo a que cada uno de ellos debe movilizarse de manera constante cuentan con vehículos de carga que facilitan el transporte.

5.3.4. Plagas

Actualmente existe una diversidad de plagas que afectan a la palma de dátil y el fruto, en base a dicha investigación con los productores de la región, únicamente son dos las que se propaga.

-Cochinilla roja de la palmera (*Phonicoccus marlatti*).

Esta plaga se localiza en la base de las hojas tanto tiernas como adultas, siempre en zonas profundas al resguardo de la luz. También se sitúan en la base de la hoja rodeadas de una densa secreción algodonosa blanca que con el tiempo se decolora, que al cortarla permanece en el tronco.

Comienzan con la aparición de hojas amarillas que más adelante se vuelven blancas. Esta decoloración comienza por los extremos, reducción en la producción de dátiles y si el ataque es severo se forma una melaza pegajosa sobre la hoja que atrae hongos. Ataca principalmente en primavera. Puede llegar a provocar la muerte de la planta con ataques fuertes.

Los ambientes secos, follaje denso y brotes tiernos son causas suficientes para la aparición de esta plaga, (Gobierno de canarias, 2012).

Imagen #8. Animal Cochinilla roja de la palmera



FUENTE:www.picudorojocanarias.es/.../384-cochinilla-roja-de-la-palmera.html

-Picudo de la palmera (*Diocalandra frumentii*).

Ataca taladrando a las palmeras. Los huevos son depositados en las grietas de las raíces adventicias de la base del tallo. La larva se alimenta realizando galerías en hojas y fuste que serán el lugar de formación de las pupas. Los adultos tienen una longitud de 6 a 8 mm., oscuros casi negros con cuatro manchas más claras en los élitros. El tiempo desde la puesta de huevos hasta adulto es de 2,5 a 3 meses.

Ocasiona la seca de las hojas inferiores y la formación de pequeñas galerías en el raquis que pueden afectar a los haces vasculares, provocando graves daños a la palmera. Cuando se realizan cortes por podas se puede observar los orificios de las galerías. En seis u ocho meses, una palmera infectada se seca y muere, (Gobierno de canarias, 2012).

Imagen #9. Animal picudo de palmera.



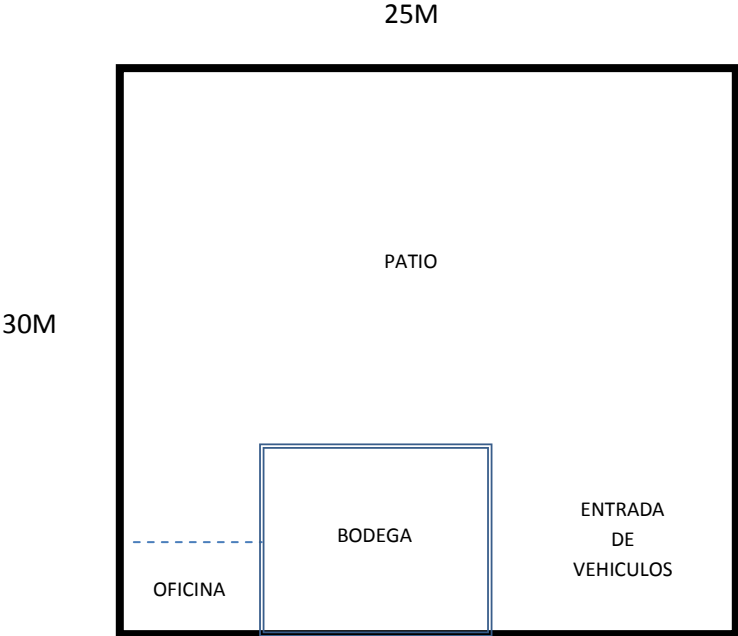
FUENTE:<http://www.picudorojocanarias.es/index.php/plagas-y-enfermedades-mainmenu-61/plagas-mainmenu-64/39.html>

5.3.5. Instalaciones requeridas

La intención es realizar una alianza entre todos los productores de dátil, de dicha región, llevando a cabo un centro de acopio donde se recopile todo el producto recién cortado de la palma, para que lleve un proceso por igual y sea de mejor calidad.

Es indispensable contar con un terreno de 30m por 25m que este cercado, para que permita expandir el dátil y ponerse a secar, y dentro de él, una infraestructura de dos cuartos, el primero debe medir 5 por 5 que será utilizado como oficina y venta de producto para turistas o misma gente de la localidad. El otro debe tener una dimensión mayor, de 10 por 10 donde se almacene el dátil deshidratado y se empaque.

Imagen #10. Dimensiones de terreno.



FUENTE: Elaboración Propia.

5.3.6. Material y equipo requerido

Tradicionalmente su elaboración es una labor prácticamente casera, en donde los procesos tecnológicos hasta la fecha han sido mínimos. Inicialmente nuestra empresa tendrá procesos medianamente especializados pero altamente de calidad.

La idea es descubrir nuevos mercados y nuevas formas de utilizar el dátil en diferentes y novedosos productos. El punto de partida será el dátil deshidratado y para esto se necesita:

Tabla # 3. Material Utilizado para producir dátil deshidratado.

MATERIAL	CANTIDAD
Petates	20 (6 POR 2 m)
Canastas	20
Mecates	200m
Machetes	10
Mesas	5 (3m por 1m)
Cajas de plástico	131,900
Cajas de cartón	2,638
Guantes de cuero	10 pares
Cubre Boca	15
Guantes de plástico	15
Carro (pick up)	1
Etiquetas	131,900

FUENTE: Elaboración propia

Imagen #11. Material requerido para la pesca del Dátil.



Los muebles y enseres serán los equipos y herramientas para dotar las instalaciones administrativas, el punto de venta y los elementos mínimos necesarios para hacer más cómoda.

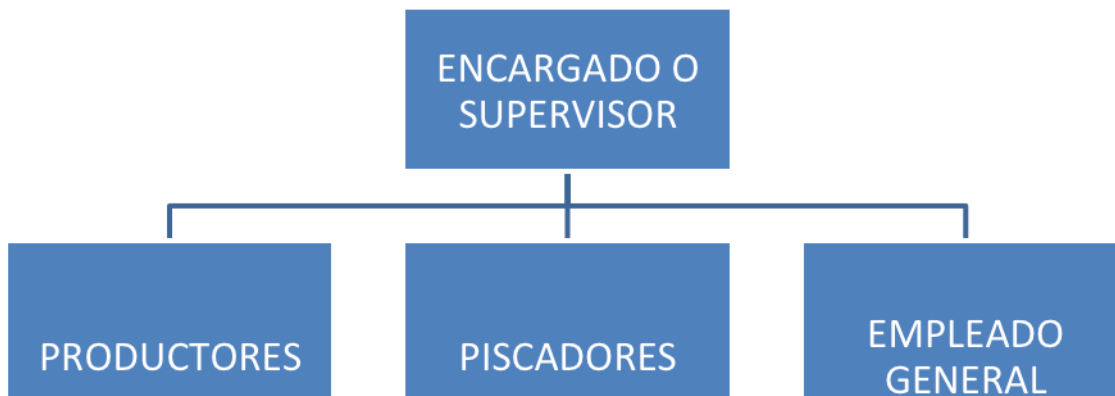
CAPITULO VI

6. ESTUDIO ORGANIZACIONAL

6.1. Organigrama

El modelo ideal que puede tener la empresa es un organigrama en donde todo gire en torno al desarrollo del negocio y sus integrantes aporten al desarrollo de la misma.

Tendrá como eje un encargado del centro de acopio y supervisión de la empresa, Además un departamento de producción y empaque, conformado por personas expertas que conozcan y tengan experiencia en el producto, terminando con un departamento de ventas (empleado general), que se encargara de tener contacto directo con el cliente y el responsable del servicio posventa que genere posteriormente la recompra.



6.2. Descripción de puestos

Encargado o Supervisor: Será la persona encargada de controlar e inspeccionar a los trabajadores que se encuentren laborando en el centro de acopio y llevara parte de la administración.

Empleado General: se encargara de mantener el dátil en buen estado, supervisándolo y seleccionando para luego empacarlo. También ayudara en las labores de limpieza, siendo estos los mismos propietarios del dátil y que viven en la zona, sin un salario fijo ya que se cubrirá con las ganancias de las ventas.

Piscador: Cortara el dátil que este maduro y trasladara al centro de acopio.

6.3. Perfil de las personas

Supervisor: Debe contar con una licenciatura terminada, en administración de empresa, contabilidad o algo a fin, que sepa manejar el personal y las finanzas y con disponibilidad de horario y que pueda viajar.

Empleado general y Piscardo: Deben de ser personas responsables, comprometidas con su trabajo y tener conocimiento acerca del fruto y lo que conlleva su proceso, tener experiencia y con disponibilidad de horario, sexo indistinto.

6.4. Sueldos y salarios

Solamente se contratara al personal indispensable, para lo que implica el proceso de producción y empaque, los pagos se araran quincenalmente.

Dichos empleados serán los propios productores, y a la vez ellos mismos se encargaran de la pisca.

Tabla # 4 Puesto y Salarios ofrecidos al personal para la producción.

NUMERO DE EMPLEADOS	PUESTO	MONTO
1	Supervisor o Encargado	\$ 2000 Quincenal
10	Empleado General y Piscardo	\$ 2000 Quincenal

FUENTE: Elaboración propia.

CAPITULO VII

7. ESTUDIO Y EVALUACIÓN FINANCIERA

7.1. PRESUPUESTO DE INVERSIONES

Para desarrollar dicho proyecto, es necesario realizar un análisis considerando los diferentes rubros; material, transporte, costos, así como la inversión fija, diferida, capital de trabajo que son indispensables para ejecutarlo y hacer las respectivas proyecciones, tomando un periodo de seis años. Considerando un sueldo de \$4,000.00 mensuales, siendo que la temporada se representa con 3 meses, y son 11 empleados, lo que da un total de \$44,000 por mes.

Dando como resultado un monto total de inversión inicial de \$719,144.¹

¹ Ver tabla No. 1,2 Y 3 de presupuestos de inversión en anexos.

7.2. PRESUPUESTO DE INGRESOS

Las ventas observadas anualmente, proceden a ir en incremento y solo se consideran tres meses, debido a que es un producto por temporada (de septiembre a noviembre). Para calcular dichos resultados, se determinó un monto total de demanda en kg y un precio en base a la previa investigación de mercado en las tiendas de autoservicio de la ciudad de la Paz B.C.S. y referente a todos los precios obtenidos, se tomó el de menor valor y se le descontó el 10%, dándole un margen de ganancia al comprador.

Tabla 5. Presupuesto de ingresos

Presupuesto de ingresos					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	12,960	12,960	12,960	12,960	12,960
Precio	62.91	65.4264	68.043456	70.76519424	73.59580201
Importe	\$815,313.60	\$847,926.14	\$881,843.19	\$917,116.92	\$953,801.59

FUENTE: Elaboración propia.

Dichas ventas por años están estimadas con la cosecha que se puede obtener en base a diez productores voluntarios de ambas regiones, sumando una extensión aproximada de 10 hectáreas y 432 palmas plantadas, de las cuales en promedio se obtienen 30kg por cada una.

7.3. PRESUPUESTO ANUAL DE COSTOS Y GASTOS VARIABLES Y FIJOS

En las tablas se muestran los montos totales por año de los gastos fijos y variables, en cinco años, siendo que a partir del segundo año se le incrementa un 4% anual de inflación.

Tabla 6. Presupuesto anual de costos y gastos variables y fijos.

CONCEPTO	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO 5
VARIABLES					
Gasolina	15,000.0	15,600.0	16,224.0	16,873.0	17,547.9
Viaticos	15,000.0	15,000.0	15,000.0	15,000.0	15,000.0
Sueldos	132,000.0	137,280.0	142,771.2	148,482.0	154,421.3
Insumos	183,144.0	190,469.8	198,088.6	206,012.1	214,252.6
Luz	300.0	312.0	324.5	337.5	351.0
Subtotal	345,444.0	358,661.8	373,008.2	387,928.6	403,445.7
FIJOS					
Sueldo Administrativo	12,000.0	12,480.0	12,979.2	13,498.4	14,038.3
Prestaciones (IMSS)	49,500.0	51,480.0	53,539.2	55,680.8	57,908.0
SUBTOTAL	61,500.0	63,960.0	66,518.4	69,179.1	71,946.3
TOTAL	\$406,944.00	\$422,621.76	\$439,526.63	\$457,107.70	\$475,392.00

FUENTE: Elaboración propia.

7.4. DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN

Depreciación del 25% en un equipo de transporte, según la ley de Impuestos Sobre la Renta.

Se encuentra en el Artículo 34, fracción **VI**. 25% para automóviles, autobuses, camiones de carga, tracto camiones, montacargas y remolques.

7.5. ESTADO FINANCIERO PRO FORMA

Se muestra el total de utilidad neta que tiene la venta de dicho producto detalladamente, en cada uno de los 5 años.²

Esto es en función al presupuesto mensual y lo que abarca la temporada que son 3 meses, va creciendo por la venta en el mercado y su precio que va en aumento por la inflación promedio del 4% anual.

Considerando el precio más bajo obtenido en el mercado y colocándolo por debajo de un 10%.

² Ver tabla No.8 Estado financiero proforma en anexos.

7.6. FLUJO DE EFECTIVO

Expresa los flujos de ingresos egresos de efectivo reales, del proyecto que pretende llevarse a cabo, mostrar los saldos netos, que ayudan aplicar las medidas de rentabilidad.

El porcentaje de ventas se hizo en base a la cantidad de producto demandado por las tiendas en la temporada que es de tres meses, manejando la misma cantidad de 12,960kg en cada año.

Aproximadamente la mitad de los ingresos, son costos variables y fijos, y en los impuestos se maneja un 20% que va en aumento anualmente.

Se solicitó un préstamo de gobierno por \$180,000.00, en el cual se maneja una tasa de 17.26%, considerando un 13.5% que ofrecen el banco BANORTE y el 3.76% en cetes con fecha del 14 de octubre del 2013.

Tabla 7. Flujo de efectivo Neto.

FLUJO DE EFECTIVO NETO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS		12,960	12,960	12,960	12,960	12,960
PRECIO		62.91	65.4264	68.043456	70.76519424	73.59580201
INGRESO DE VENTAS		\$ 815,313.60	\$ 847,926.14	\$ 881,843.19	\$ 917,116.92	\$ 953,801.59
COSTOS FIJOS		\$ 61,500.00	\$ 63,960.00	\$ 66,518.40	\$ 69,179.14	\$ 71,946.30
COSTOS VARIABLES		\$ 345,444.00	\$ 358,661.76	\$ 373,008.23	\$ 387,928.56	\$ 403,445.70
DEPRECIACIÓN		\$ 12,500.00	\$ 12,500.00	\$ 12,500.00	\$ 12,500.00	
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO		\$ 395,869.60	\$ 412,804.38	\$ 429,816.56	\$ 447,509.22	\$ 478,409.59
IMPUESTO		\$ 79,173.92	\$ 82,560.88	\$ 85,963.31	\$ 89,501.84	\$ 95,681.92
UTILIDAD DESPUÉS DE IMPUESTO		\$ 316,695.68	\$ 412,804.38	\$ 429,816.56	\$ 447,509.22	\$ 478,409.59
AJUSTE		\$ 12,500.00	\$ 12,500.00	\$ 12,500.00	\$ 12,500.00	\$ -
PRÉSTAMOS	\$ 180,000.00					
INVERSIÓN INICIAL	-\$719,144					
ABONO A CAPITAL		\$ -				
FLUJO DE EFECTIVO NETO	-\$ 539,144.00	\$ 329,195.68	\$ 425,304.38	\$ 442,316.56	\$ 460,009.22	\$ 478,409.59

FUENTE: Elaboración propia.

7.7. MEDIDAS DE RENTABILIDAD

Valor Actual Neto (VAN): Es el ingreso o valor neto que obtendrá la empresa, arroja un resultado mayor que cero, por lo cual es positivo y puede ser aceptado.

$$VAN = -A + \sum_{n=1}^N \frac{Q_n}{(1+i)^n}$$

Valor Actual (VA): Es el valor que expresa las cantidades futuras a valor presente, y al compararlas con la inversión inicial esta es mayor, por lo que puede ser aceptado. Maneja una tasa de interés del 17.26%.

$$VA = VF_n / (1+k)^n$$

Tasa Interna de Rendimiento (TIR): El resultado es mayor al costo de capital 40% y sería viable emprender el proyecto.

$$VPN = \frac{\sum R_t}{(1+i)^t} = 0$$

Periodo de Recuperación de la Inversión (PRIN): Muestra el periodo o tiempo en el cual se estará recuperando la inversión, dando como resultado 2 años.

Tasa Interna de Retorno Modificada (TIRM): La TIRM es mayor al costo de capital y se aprueba el proyecto.

Razón Costo Beneficio (RCB): Indica cuanto se está ganando por cada peso invertido, siendo \$2.45, considerándose rentable.

Los productores consideran que es viable, y en 3 años se recupera la inversión.

Tabla 8. Medidas de rentabilidad.

INDICADORES DE RENTABILIDAD	INDICADOR	CRITERIO	DECISIÓN
VA	\$1,323,504.21	VA > Inv. Inicial	ACEPTA
VAN	\$604,360.21	VAN > ó = 0	ACEPTA
TIR	67%	TIR > ó = K (Costo de capital, tasa de interés)	ACEPTA
PRIN	2.04	PRIN < t(inversionistas)	
TIRM	40%	TIRM > ó = K (Costo de capital, tasa de interés)	ACEPTA
RAZÓN COSTO BENEFICIO	2.45	Razón > ó = 1	ACEPTA

FUENTE: Elaboración propia.

8. CONCLUSIÓN

Con base en lo analizado y plasmado en la presente investigación, se determinó que la planificación para la realización de un proyecto de una magnitud así, lleva todo un proceso, va más allá de una idea, detrás de ello intervienen diversos factores y entre ellos algunos no son controlables, ni se pueden modificar. Por eso es importante contar con una planeación que conlleve a un sinnúmero de acciones.

En realidad no es tan fácil decidir acerca de las diversas tomas que componen una organización, aunque este en su fase inicial y pueda no ser lo más viable para la misma. Además no siempre se obtiene al máximo resultado esperado de las ideas que se aportaron y plasmaron, ya que siempre hay diversas circunstancias a las que se debe adaptar y adversidades que se tienen que afrontar para salir adelante.

En general después del análisis a profundidad que se realizó, como resultado se obtuvo un producto viable, donde se obtienen utilidades y se puede abastecer un mercado local.

De ponerse en marcha y aplicar todo lo propuesto anteriormente, se obtendría un beneficio social, económico y hasta ecológico. Siempre y cuando se cuente con apoyos externos, en este caso del Gobierno del Estado, solamente así será fácil llegar al objetivo.

El objetivo primordial de la investigación fue elaborar una propuesta para la creación de una empresa comercializadora de Dátiles. Para ello se realizó una serie de estudios que permitieron identificar principales fortalezas y debilidades, las cuales diagnosticaron la viabilidad.

Al respecto y de acuerdo con los efectos encontrados se pudo llegar a las siguientes conclusiones:

El Dátil, a pesar de no ser muy conocido en el mercado nacional, está previsto de Algunos estudios, pues es considerado un alimento con bases nutricionales muy altas, que contribuyen notoriamente en la conservación de la buena salud del ser humano. Sin embargo, en la actualidad no existen muchas empresas cuyo objeto social sea la comercialización de este producto, sino más bien en su mayoría es utilizado por personas campesinas, quienes lo preparan de una forma tradicional. Por otra parte es notorio que el dátil gracias a los beneficios nutricionales, es demasiado apetecido en el nuevo mercado que se abre a nivel mundial, un mercado que busca salud, nutrición de una manera sana y natural.

El hecho que no exista en la región, una empresa legalmente constituida que se dedique a la Explotación del dátil, mortifica a muchos de los habitantes, cuando se les pregunto si les gustaría que existiera una, la gran mayoría contesto que sí. La Experiencia de haber preguntado de forma personal permite reconocer el gran Interés, el gusto arraigado que tienen los habitantes por el dátil, pueden ser un buen comienzo para el proyecto, se tiene la certeza que se producirá un producto que demandara la gente, y aunque no se sabe la cantidad exacta, por los resultados se observa que puede ser alta.

El dátil a nivel comercial no es muy conocido lo que generará ventajas ya que no existe mucha competencia y al cliente potencial le va a generar expectativa los beneficios que obtiene al consumir el producto.

Teniendo en cuenta las leyes y normas del gobierno que rigen la creación de una Empresa de alimentos, de acuerdo a las diferentes disposiciones, puede cumplir todos los procedimientos para constituirse de manera formal, y lograr un óptimo

funcionamiento para alcanzar los objetivos propuestos y en procura de ofrecerles a los clientes un producto de óptima calidad para ser consumido.

Con el estudio financiero realizado se puede determinar que el proyecto es viable, pues a pesar de no poder cubrir el mercado en su totalidad, la muestra tomada arroja resultados positivos en los estudios.

De las conclusiones anteriormente planteadas, se desprenden las siguientes recomendaciones:

Incentivar la creación de empresas de este tipo, para generar mayores oportunidades de empleo a las personas que habitan regiones con un nivel menor de desarrollo.

Con la realización del estudio de mercado se observa que las empresas no tienen una visión comercial definida para el crecimiento de su estructura productiva con el fin de satisfacer el nivel de demanda que se presenta en el mercado, lo cual hace que no generen un nivel de rentabilidad alto y se vean como un ingreso extra y no como una entrada de dinero estable.

Con el desarrollo del proyecto se demuestra la viabilidad para la creación de una Empresa productora y comercializadora de Dátiles, ya que existe la oportunidad a futuro de llegar al mercado potencial y abrirse a nuevos nichos de mercado a nivel nacional.

Sin dejar a un lado, es indispensable la interacción de los elementos del proceso administrativo (Planeación, organización, dirección y control), para que se cumplan las metas, los objetivos trazados y el desempeño de la organización.

Además que son diferentes los motivos y ventajas que esto traería a la comunidad, una posibilidad de empleo, la divulgación del producto en otras zonas o el crecimiento regional que a muchos importa, serian algunos de los ejemplos a citar.

Con la encuesta se observó la importancia que tiene el precio en los productos, y esto no es solo de esta comunidad o de este producto, pues cada cual busca su economía. Por tal razón deben tener en cuenta los costos, en base a ellos se define el precio de venta final.

No obstante los precios que se han manejado son accesibles y si se introduce al mercado con innovación, calidad y diferenciación, logra que los futuros clientes lo reconozcan.

Por parte del análisis se considera la posibilidad de aumentar los cultivos de la palma de dátil; existe bastante terreno que podría ser óptimo para este fin, la cuestión es intentarlo, aumentaría la posibilidad de ingresar a otros mercados. Reuniendo cada uno de estos aspectos, a primera vista se ve que es un buen proyecto que puede otorgar grandes beneficios, primeramente a los productores y también a la comunidad.

Por ende se agradece al Gobierno del estado de Baja California sur, por las facilidades y recursos que proporciono, y así poder continuar desarrollando dicho proyecto de inversión, para que esta comunidad tan aislada, pueda desarrollarse y salir adelante.

9. REFERENCIAS

- Nacional Financiera, “Guia para la formulación y evaluación de proyectos de inversión”, Subdirección de Información Técnica y publicaciones, México D.F., 1995.
- Hernández Hernández, Abraham, Hernández Villalobos, Abraham, “Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión, Thomson Learning, México D.F., 2001.
- Baca Urbina, Gabriel, “Evaluación de Proyectos”, Mc Graw Hill, México D.F., 2007.

9.1. REFERENCIAS EN INTERNET

- Secretaria de agricultura, Ganadería, Desarrollo rural, Pesca y Alimentación, “Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera”, 2010, [http://www.siap.gob.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=4&Itemid=20] (25/10/12).
- Calderón Beatriz, “CONSULTORIO GOURMET dátiles, delicia del desierto”, 2007, [http://www.mejoresarticulos.com.mx/es/p355_00_DATILES._DEL_DESIERTO.html], (14/11/12).
- Eroski Consumer, “El origen de los dátiles”, 2007, [http://www.consumer.es/web/es/alimentacion/aprender_a_comer_bien/curiosidades/2004/12/07/113145.php], (14/11/12).
- Online Botánica, “Propiedades Alimentarias de los Dátiles”, 2013, [<http://www.botanical-online.com/datilespropiedadesalimentarias.htm>], (14/11/12).
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía, “Comondu, Baja California Sur”, 2010, [<http://www3.inegi.org.mx/sistemas/mexicocifras/default.aspx?e=3>], (14/11/12).
- Calderón Beatriz, “Consultorio Gourmet dátiles”, Delicia del desierto, 2007, http://www.mejoresarticulos.com.mx/es/p355_00_DATILES._DEL_DESIERTO.html, (14/11/12).

- Ayuntamiento de Comondu, “enciclopedia de los municipios y delegaciones de México”, 2002, <http://www.inafed.gob.mx/work/enciclopedia/EMM03bajacaliforniasur/municipios/03001a.html>, (13/03/2014).
- Carlos Mario Morales, Gerencia de Proyectos”, 2008, <http://fyedeproyectos.files.wordpress.com/2008/07/unidad-4-notas-de-clase.pdf>, ((13/03/2014).
- Sabelotodo.org, “Enfermedades y Plagas”, http://www.sabelotodo.org/agricultura/palmas/datil.html#Enfermedades_y_plagas_ (2/07/2014).
- S. Gomez Vives, “Evolución e importancia del ataque y biología de *Coccotrypes dactyliperda* (Curculionidae: Scolytinae) perforador del fruto de la palmera datilera, 2004, http://www.magrama.gob.es/ministerio/pags/Biblioteca/Revistas/pdf_plagas%2FBSVP-30-03-497-506.pdf, (2/07/2014).
- Gobierno de canarias, “Picudo Rojo en Canarias”, 2012, <http://www.picudorojocanarias.es/index.php/plan-de-erradicacion-prevencion-inmenu-35/acciones-consejerde-medio-ambiente-y-ordenacierritorial-mainmenu-37/esquema-de-monitoreo-mainmenu-91.html>, (15/08/2014).

- Oscar Maca G., “Seminario de Agro negocios”, Universidad del Pacifico, 2000,http://www.up.edu.pe/carrera/administracion/SiteAssets/Lists/JER_Jerarquia/EditForm/7datil.pdf, (15/08/2014).
- Martha Liliana Archila Lopez, “Estudio para la creación de una empresa”, universidad de la salle, 2007, <http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/10185/3148/1/11012010.pdf>, (18/08/2014).
- Infoagro, “El cultivo del Dátil”, fruticultura subtropical, 2010, http://www.infoagro.com/frutas/frutas_tropicales/datil2.htm, (18/08/2014).

ANEXOS

Tabla 1. Presupuesto de inversión desglosado

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	COSTO TOTAL
Terreno	1	\$35,000	\$ 35,000.00
Remodelacion	1	\$55,000	\$ 55,000.00
Petates de palma	20	\$150.00	\$ 3,000.00
Canastas de palma	20	\$110.00	\$ 2,200.00
Mecate de cuero	200m	\$250.00	\$ 50,000.00
Machetes de acero	10	\$220.00	\$ 2,200.00
Mesas de plastico	5	\$1,500.00	\$ 7,500.00
Caja de plastico	25920	\$1.50	\$ 38,880.00
Caja de Carton	2638	\$3.00	\$ 7,914.00
Etiquetas	131900	\$0.50	\$ 65,950.00
Guantes de cuero	10 pares	\$200.00	\$ 4,000.00
Guantes de Plastico	15	\$100.00	\$ 1,500.00
Transporte (pick-up,tc	1	\$50,000.00	\$ 50,000.00
Sueldos	3 meses	\$132,000.00	\$ 396,000.00
TOTAL			\$ 719,144.00

FUENTE: Elaboración propia.

Tabla 2. Presupuesto de inversiones por su clasificación

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	INVERSION FIJA	INVERSION DIFERIDA	CAPITAL DE TRABAJO
Terreno	1	\$35,000	\$35,000		
Remodelacion	1	55000	\$55,000		
Petates de palma	20	\$150.00			3000
Canastas de palma	20	\$110.00			2200
Mecate de cuero	200m	\$250.00			50000
Machetes de acero	10	\$220.00			2200
Mesas de plastico	5	\$1,500.00			7500
Caja de plastico	25920	\$1.50			38880
Caja de Carton	2638	\$3.00			7914
Etiquetas	131900	\$0.50			65950
Guantes de cuero	10 pares	\$200.00			4000
Guantes de Plastico	15	\$100.00			1500
Transporte (pick-up, toyota 199	1	\$50,000.00			50000
Sueldos		\$132,000.00			396000
SUBTOTAL			\$90,000		629144
TOTAL					\$719,144

FUENTE: Elaboración propia.

Tabla 3. Cronograma de presupuestos de inversión

ACTIVIDAD	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4
APORTACION DEL EMPRENDEDOR				
Fija				
Terreno	\$35,000.00			
Remodelación	\$55,000.00			
SUBTOTAL	\$90,000.00			
APORTACION DE TERCEROS				
Capital de Trabajo				
Petates de palma	\$3,000.00			
Canastas de palma	\$2,200.00			
Mecate de cuero	\$50,000.00			
Machetes de acero	\$ 2,200.00			
Mesas de plástico	\$7,500.00			
Cajas de Plástico	\$65,950.00	\$65,950.00	\$65,950.00	
Cajas de cartón	\$2,638.00	\$2,638.00	\$2,638.00	
Etiquetas	\$21,983.33	\$21,983.33	\$21,983.33	
Guantes de cuero	\$4,000.00			
Guantes de plástico	\$1,500			
Transporte (pick up)	\$50,000.00			
Sueldos	\$44,000.00	\$44,000.00	\$44,000.00	
SUBTOTAL	\$254,971.33	\$134,571.33	\$134,571.33	
TOTAL	\$344,971.33	\$134,571.33	\$134,571.33	
				\$614,114.00

FUENTE: Elaboración propia.

Tabla 4.1 Demanda semanal en kilogramos por las tiendas de autoservicios

NO.DE TIENDAS	TIENDA	PRECIO	kg (semanal)
2	SORIANA	\$69.9	200
4	LEY	\$78.9	200
2	ARAMBURO	\$105	120
2	CHEDRAUI	\$81	200
1	MEGA	\$114.9	150
3	MERCADO	\$120	90
2	CENTRAL DE ABASTO	\$85	120
16	TOTAL		1080

FUENTE: Elaboración propia.

Tabla 5.1. Presupuesto mensual de costos y gastos variables.

MES	Gasolina	insumos	Luz	SUELDOS	Viáticos
SEPTIEMBRE	\$5,000.00	\$114,038.00	\$100.00	\$44,000.00	\$5,000.00
OCTUBRE	\$5,000.00	\$114,038.00	\$100.00	\$44,000.00	\$5,000.00
NOVIEMBRE	\$5,000.00	\$114,038.00	\$100.00	\$44,000.00	\$5,000.00
TOTAL	\$15,000.00	\$342,114.00	\$300.00	\$132,000.00	\$15,000.00

FUENTE: Elaboración propia.

Tabla 5.2. Presupuesto Mensual de costos y gastos fijos

MES	Sueldos Administrativos	Prestaciones (IMSS)
SEPTIEMBRE	\$4,000.00	\$16,500.00
OCTUBRE	\$4,000.00	\$16,500.00
NOVIEMBRE	\$4,000.00	\$16,500.00
TOTAL	\$12,000.00	\$49,500.00

FUENTE: Elaboración propia.

Tabla 6. Depreciación

CONCEPTO	MONTO	VIDA UTIL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	TASA DE DEPRECIACION	VALOR RESIDUAL
TRANSPORTE	\$50,000.00	6	\$12500	\$12500	\$12500	\$12500	\$25%	\$-
TOTAL			\$12500	\$12500	\$12500	\$12500		0

FUENTE: Elaboración propia.

Tabla 7. Amortización

PERIODO	SALDO INICIAL	PAGO	INTERES	MONTO FINAL	ANUALES
1	\$180,000	\$7,500	0	\$172,500	
2	\$172,500	\$7,500	0	\$165,000	
3	\$165,000	\$7,500	0	\$157,500	
4	\$157,500	\$7,500	0	\$150,000	
5	\$150,000	\$7,500	0	\$142,500	
6	\$142,500	\$7,500	0	\$135,000	
7	\$135,000	\$7,500	0	\$127,500	
8	\$127,500	\$7,500	0	\$120,000	
9	\$120,000	\$7,500	0	\$112,500	
10	\$112,500	\$7,500	0	\$105,000	
11	\$105,000	\$7,500	0	\$97,500	
12	\$97,500	\$7,500	0	\$90,000	
TOTAL	\$1,665,000	\$90,000		\$1,575,000	
13	\$90,000	\$7,500	0	\$82,500	
14	\$82,500	\$7,500	0	\$75,000	
15	\$75,000	\$7,500	0	\$67,500	
16	\$67,500	\$7,500	0	\$60,000	
17	\$60,000	\$7,500	0	\$52,500	
18	\$52,500	\$7,500	0	\$45,000	
19	\$45,000	\$7,500	0	\$37,500	
20	\$37,500	\$7,500	0	\$30,000	
21	\$30,000	\$7,500	0	\$22,500	
22	\$22,500	\$7,500	0	\$15,000	
23	\$15,000	\$7,500	0	\$7,500	
24	\$7,500	\$7,500	0	\$0	

FUENTE: Elaboración propia

Tabla 8. Estado financiero pro forma

ESTADO DE RESULTADOS PROFORMA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	\$815,313.60	\$847,926.14	\$ 881,843.19	\$917,116.92	\$953,801.59
COSTOS FIJOS	\$74,000.0	\$76,460.0	\$79,018.4	\$81,679.1	\$71,946.3
COSTOS VARIABLES	\$504,414.0	\$523,990.6	\$544,950.2	\$566,748.2	\$589,418.1
UTILIDAD BRUTA	\$ 236,899.60	\$ 247,475.58	\$ 257,874.61	\$ 268,689.59	\$ 292,437.18
GASTOS DE OPERACIÓN:					
GASTOS DE VENTA					
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN					
UTILIDAD DE OPERACIÓN	\$236,899.60	\$247,475.58	\$257,874.61	\$268,689.59	\$ 292,437.18
GASTOS FINANCIEROS	0				
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$236,899.60	\$247,475.58	\$257,874.61	\$268,689.59	\$ 292,437.18
IMPUESTOS	\$47,379.92	\$49,495.12	\$51,574.92	\$53,737.92	\$ 58,487.44
UTILIDAD DESPUÉS DE IMPUESTOS	\$189,519.68	\$197,980.47	\$206,299.69	\$214,951.67	\$ 233,949.74

FUENTE: Elaboración propia.

