



Universidad  
Latina

**UNIVERSIDAD LATINA S.C.**  
INCORPORADA A UNAM.

---

---

**TESIS**

**PROPUESTA DE PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE  
UNA EMPRESA ACUAPONICA**

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:**

***LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN***

**P R E S E N T A:**

**ALEJANDRO DAVID MARTÍNEZ CORONA**

**ASESOR: MTRA. MARÍA DE LOS ÁNGELES PÉREZ VARGAS**

**MÉXICO, D.F. NOVIEMBRE DE 2015.**



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.



**UNIVERSIDAD LATINA S.C.**  
**INCORPORADA A LA UNAM**

México, D.F., a 20 de Noviembre de 2015  
3344-02

**M.C. RAMIRO JESÚS SANDOVAL,**  
**DIRECTOR GENERAL DE INCORPORACIÓN**  
**Y REVALIDACIÓN DE ESTUDIOS, UNAM.**  
**PRESENTE.**

El C. ALEJANDRO DAVID MARTÍNEZ CORONA, ha elaborado la Tesis titulada **PROPUESTA DE PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ACUAPONICA**, bajo la dirección de la Mtra. María de los Ángeles Pérez Vargas, para obtener el título de Licenciado en Administración.

El alumno ha concluido la Tesis de referencia, misma que llena a mi juicio los requisitos establecidos en la Legislación Universitaria y en la normatividad escolar de la Universidad Latina para este tipo de investigación, por lo que otorgo la aprobación correspondiente para los efectos académicos procedentes.

**ATENTAMENTE**

**MTRA. LUZ MARÍA I. ROMERO PÉREZ**  
**DIRECTORA TÉCNICA DE LA ESCUELA**  
**DE CONTADURIA Y ADMINISTRACIÓN**  
**CAMPUS SUR**

## DEDICATORIAS

El presente documento está dedicado en memoria y a manera de homenaje a la gran labor del profesor Luis F. Blancas Martínez docente en la carrera de Administración Generación 2010-2015, que desafortunadamente se nos adelantó pero que deja un legado de vida que trasciende en el ámbito escolar, profesional y laboral.

Recordándonos siempre que habrá niveles que alcanzar con el trabajo exigencia y esfuerzo para el crecimiento constante del ser humano, adquiriendo siempre nuevos conocimientos e inculcando al alumno a tener sed de conocimiento y superación continua.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco en principio el tiempo, trabajo y esfuerzo para que el presente trabajo se pudiera llevar acabo en tiempo y forma de mis Asesores y sinodales:

- María de los Ángeles Pérez Vargas
- Venalanzo Mendoza José Alberto
- Mejía Maya Juan Alfonso

Asimismo sin dejar de mencionar al acompañamiento y enriquecimiento del conocimiento, de los demás profesores que se hicieron presentes durante los 4 años y medio de la carrera.

Haciendo una mención especial a mi Padres y Familia que han estado pendiente de mi educación desde siempre, velando siempre por mi bienestar e inculcando valores que han marcado mi vida, siendo los pilares fundamentales para que hoy en día se pudiera llevar cabo este documento y lo que falta por vivir, agradeciendo infinitamente su existencia y por ser los precursores de mi vida.

## INDICE

INTRODUCCIÓN .....	7
CAPITULO I .....	11
PRESENTACIÓN DEL ESTUDIO .....	11
1.1. Planteamiento del Problema .....	11
1.2. Objetivo General .....	11
1.3. Objetivos Específicos .....	12
1.4. Pregunta de Investigación .....	12
1.5. Justificación.....	12
1.6. Hipótesis.....	12
CAPITULO II.....	13
MARCO TEÓRICO .....	13
2.1 Plan de Negocios .....	13
2.2 Propósitos de un Plan de Negocios .....	13
2.3 ¿Por qué Aplicar un Plan de Negocios en la industria agropecuaria? .....	14
2.4 Características de un Plan de Negocios .....	14
2.5 Puntos Clave de un Plan de Negocios .....	15
2.6 Características de las Metas.....	16
2.7 Puntos Clave para el Éxito: .....	16
2.8 Componentes de un Plan de Negocios.....	17
2.9 La Empresa.....	19
2.10 Concepto de Empresa .....	19
2.11 Características de la Empresa .....	19
2.12 Clasificación de la Empresa .....	20
2.13 Por su Actividad o Giro:.....	20
2.14 Por el Origen de su Capital.....	22
2.15 Según la Magnitud de la Empresa.....	23
2.16 Por Ventas Realizadas: .....	24
2.17 Por lo que Producen: .....	24
2.18 Objetivos de la Empresa .....	24
2.19 Definición: .....	24
2.20 Características de los Objetivos .....	25
2.21 Tipos de Objetivos.....	26
2.22 Áreas Funcionales de la Empresa.....	28

CAPITULO III .....	32
PRESENTACION DE LA ORGANIZACIÓN.....	32
3.1 Descripción de la Empresa y el Producto .....	32
3.2 Nombre de la Empresa .....	32
3.3 Dirección de la Empresa .....	32
3.4 Sector al que Pertenece.....	32
3.5 Tamaño.....	33
3.6 Giro de la Empresa.....	34
3.7 Antecedentes de la Empresa .....	34
3.8 Cultura Institucional .....	34
3.9 Misión.....	34
3.10 Visión Empresarial .....	35
3.11 Valores .....	35
3.12 Objetivo de la Empresa .....	35
CAPITULO IV .....	36
PROPUESTA DE PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ACUAPONICA .....	36
RESUMEN EJECUTIVO .....	36
PLAN ADMINISTRATIVO .....	37
4.1 Estructura Organizacional .....	37
4.2 Organigrama .....	37
4.3 Descripción de Puestos .....	38
4.4 Reglamento Interno de Trabajo .....	41
PLAN TÉCNICO .....	42
4.5 Ubicación Geográfica .....	42
4.6 Distribución de la Planta - Distribución del Invernadero .....	43
4.7 Materiales Para la Construcción del Invernadero .....	44
4.8 Diagrama de Flujo – Construcción del Invernadero .....	45
4.9 Proveedores de Materiales para la Construcción del Invernadero .....	46
4.10 Proceso de Producción de Alimentos Acuaponicos .....	47
4.11 Proceso de Compras: Materiales para la Construcción del Invernadero.....	48
PLAN MERCADOLÓGICO.....	49
4.12 Estrategias de Ventaja Competitiva (Porter).....	49
4.13 Liderazgo en Costos .....	49
4.14 Diferenciación .....	49

4.15	Enfoque.....	49
4.16	Análisis de la Industria o Sector.....	50
4.17	Indicadores Socioeconómicos.....	50
4.18	Análisis FODA.....	51
4.19	Investigación de Mercado .....	52
4.20	Universo .....	52
4.21	Muestra .....	52
4.22	Encuesta.....	53
4.23	Tabulación de la Información .....	55
4.24	Graficas e Interpretación de la Información .....	56
4.25	Conclusión del Análisis de Mercado para “Creando ideas de Vida” .....	69
PLAN FINANCIERO .....		70
4.26	Cotización de Materiales para el Invernadero .....	70
4.27	Cotización de Materia Prima para el Cultivo.....	71
4.28	Capacidad Instalada .....	72
4.29	Producción y Ventas Anuales.....	73
4.30	Tabulación de Sueldos y Salarios .....	74
4.31	Balance General.....	75
4.32	Estado de Resultados.....	76
CONCLUSIONES.....		77
GLOSARIO .....		78
BIBLIOGRAFIA .....		81
MESOGRAFIA .....		82
ANEXOS .....		83
FORMATO DE ENCUESTA .....		83
SALARIOS MINIMOS.....		84
COMISION NACIONAL DE LOS SALARIOS MINIMOS .....		84
EVIDENCIAS .....		102

## INTRODUCCIÓN

La presente investigación se encuentra estructurada por 4 capítulos relacionados con las empresas Acuaponicas. Su estructura es la siguiente:

En el Capítulo I, Se muestra la esencia del proyecto, planteando la problemática de la cual nace este documento y el objetivo del mismo. Así como la estructura del mismo para la creación de una empresa desde lo que son sus inicios.

Haciendo referencia del sector al que nos estamos enfocando dentro del ámbito administrativo y económico con el fin de presentar una propuesta factible a los retos del día a día.

En el Capítulo II, Se muestra el Marco Teórico presentando el ¿Por qué? del plan de negocios en la industria agropecuaria, partiendo de la necesidad del mismo, con las características que debe cumplir dentro de lo que es un Plan de Negocios, puntos clave que nos servirán como herramientas para el desarrollo de la empresa para dar frente al cumplimiento de las actividades y desarrollo de la misma.

Dentro del Capítulo III, se aborda la Descripción de la Empresa, detallando y describiendo sus antecedentes desde su nombre el cual es será “Creando Ideas de Vida” dándole una identidad, Domicilio, tamaño especificado de manera formal la escala a la cual pertenece según las PYMES, giro del negocio, aspectos socioculturales, políticos y tecnológicos, mencionando la Misión, Visión y Valores con los cuales se comenta. De igual forma se presentan la Fortalezas, Debilidades y Amenazas a las cuales nos enfrentamos para un mayor conocimiento de las circunstancias que nos rodean para la mejor toma de decisiones posible.

El capítulo IV, Es la propuesta como tal del Proyecto de Plan de Negocios para la Creación de una empresa Acuaponica, aplicando los conocimientos adquiridos en la Universidad y plasmando de manera formal un documento con el cual se abordan dichos temas y experiencias dentro del ramo Empresarial. Tales como lo que es el resumen ejecutivo que debe llevar un plan y el contenido que debe llevar, la estructura organizacional con la cual cuenta la empresa que no es más que la representación gráfica y posición que ocupan todos los integrantes de la empresa, sus perfiles, reglamento interno de trabajo, plan técnico y procesos que se siguen dentro de la misma para su correcto funcionamiento

En la declaración universal de los derechos humanos, el artículo 25 menciona que “toda persona tiene derecho a un nivel de vida adecuado que le asegure, así como a su familia, la salud y el bienestar, y en especial la **alimentación**, el vestido, la vivienda, asistencia médica y los servicios sociales necesarios; tiene a sí mismo derecho a los seguros en caso de desempleo, enfermedad, invalidez, vejez u otros casos de pérdida de sus medios de subsistencia por circunstancias independientes de su voluntad”.

La historia siempre ha ligado la supervivencia del hombre a los recursos con los que cuenta, el crecimiento demográfico actual y su posible aceleración, unido a la escasa disponibilidad de alimentos para satisfacer la demanda mundial, en donde más de la mitad de la población está subalimentada, nos enfrenta al mal más terrible: el hambre (Ramos, 1982).

La expansión de la población ha ocasionado una presión mayor en la producción para que pueda satisfacer las necesidades alimentarias, generando un deterioro constante en el medio ambiente disminuyendo así la cantidad y la calidad de los productos (FAO, 2011). La FAO, en su informe sobre agricultura a nivel mundial, sigue advirtiendo sobre la necesidad de extender las tierras de cultivo un 12.5% sobre el total actual de aquí al 2015 (Fernández, 2006). Dichas tierras se

encuentran en países de América Latina y África, lo que significa que esta extensión se haría en detrimento de bosques y selvas tropicales, a pesar de lo sobre explotadas que están estas zonas y del peligro ecológico que eso conlleva.

En México en el año 2008 se sembraron 21,902,572.7 hectáreas de cultivos y se cosecharon 20,502,833.7 hectáreas, sin embargo esto no es suficiente para atender las necesidades de toda la población mexicana. Aunado a esto, se produjeron 845,950 toneladas de agroquímicos como: fertilizantes, pesticidas y herbicidas (INEGI, 2008).

El uso de estos no sólo afecta los productos agrícolas que ingerimos, sino también el agua de los mantos freáticos y el aire que respiramos. Además de contaminar los cultivos, los convierte en productos con valor nutrimental y calidad bajos e incrementa los costos de manufactura. Esto solamente hablando de los vegetales, en cuanto a la producción de carne los costos y el espacio necesario es mayor, limitando la accesibilidad de la proteína animal necesaria para una nutrición adecuada a la mayoría de la población (FAO, 2011).

Con el pasar del tiempo, la población aumenta mientras que la calidad de las tierras de cultivo y la producción de las mismas decae constantemente, lo que indica que es necesario llevar a cabo una renovación en las estrategias de producción de alimentos, basándose en sistemas sustentables que además protejan los recursos naturales como el suelo y los cuerpos de agua (Ramírez, *et al* 2009).

Ante esta situación existen varias soluciones como los huertos familiares, los cuales pueden brindar hortalizas frescas en forma intensiva y continua durante todo el año aún en regiones frías donde se recomienda el uso de un invernadero. La implementación de un huerto familiar debe tomar en cuenta el número de integrantes de la familia para saber el tamaño del espacio a sembrar, inicialmente se usa una superficie pequeña y a medida que el(los) responsable(s) se

familiariza(n) con las condiciones de crecimiento de las hortalizas y se acumule experiencia el área del huerto se puede ampliar (SAGARPA, en prensa).

Una buena opción para complementar el huerto familiar, es que esté diseñado para llevar a cabo cultivos orgánicos, para lo cual hay que tener en cuenta que este tipo de cultivos siguen ciertos principios como lo son: no destruir la tierra con pesticidas químicos sintéticos para controlar plagas y enfermedades, mantener la diversidad biológica de los cultivos, y mejorar el suelo con composta natural y rotando cultivos (Instituto del Medio Ambiente Gylania 2001).

Otra de las posibilidades son los cultivos hidropónicos ya que permiten producir hortalizas frescas, sanas y abundantes en espacios pequeños de las viviendas, con un consumo reducido de agua y trabajo físico pequeño aprovechando en muchas ocasiones elementos desechados, lo cual disminuye los costos fortaleciendo la economía familiar (FAO, 2003).

En las zonas urbanas existen varios espacios para realizar cultivos familiares como son: las azoteas verdes, terrazas, ventanas, cultivos de interior, macetas, cajones, pequeños sistemas hidropónicos donde se pueden realizar cultivos verticales; lo importante es tener en cuenta el lugar y el espacio que destine a este cultivo. Otra alternativa novedosa para resolver los espacios reducidos en las zonas urbanas es la implementación de sistemas Acuaponicos.

# CAPITULO I

## PRESENTACIÓN DEL ESTUDIO

El presente capítulo tiene como finalidad, dar a conocer y estructurar una Propuesta del Plan de Negocios para la Creación de una empresa Acuaponica desde sus inicios.

### 1.1. Planteamiento del Problema

Las empresas pertenecientes al sector primario, principalmente empresas familiares, no cuentan con un Plan de Negocios que les permita documentar los planes con que debe contar una empresa.

Hoy en día hay escases de espacios (tierras) destinados al cultivo, que ofrezcan los requerimientos básicos para generar productos alimenticios con calidad en tiempo y forma.

### 1.2. Objetivo General

Estructurar un Plan de Negocios para la Creación de una empresa Acuaponica (empresa familiar).

### 1.3. Objetivos Específicos

- Diseñar un sistema alterno acuapónico
- Mostrar los beneficios que trae consigo la acuaponía.
- Dar a conocer el ciclo de aprovechamiento de diferentes elementos de cultivos por el cual se puede llevar a cabo la acuaponia.
- Especificar un método en que las hortalizas crezcan en una solución acuosa con nutrientes en lugar de hacerlo en la tierra.
- Mostar el proceso para el ahorro considerable de agua y fertilizantes.

### 1.4. Pregunta de Investigación

¿Es necesario el diseño de un Plan de Negocios para una empresa familiar del sector primario, para un funcionamiento eficiente?

### 1.5. Justificación

Presentar la acuaponia como una alternativa viable de ingresos a las familias, en el que se puede integrar diferentes sistemas de circulación cerrados en la acuicultura.

Ser viable para la reducción de costos y la diversificación productiva de las unidades de acuicultura demostrando que es una opción sustentable.

### 1.6. Hipótesis

Los sistemas acuapónicos son una alternativa viable y adecuada en la producción de alimentos para autoconsumo familiar en las zonas urbanas.

## CAPITULO II

### MARCO TEÓRICO

En el siguiente capítulo se presenta el sustento teórico que permitirá dar mayor solides a conceptos y teorías relacionadas con lo que es un plan de negocios, empresa y las áreas funcionales que la integra.

#### 2.1 Plan de Negocios

Según Jack Fleitman<sup>1</sup> un plan de negocio se define como un instrumento clave y fundamental para el éxito, el cual consiste en una serie de actividades relacionadas entre sí para el comienzo o desarrollo de una empresa. Así como una guía que facilita la creación o el crecimiento de una empresa.

El negocio deberá entenderse como “una actividad económica que propicie la creación de empleos, la producción o comercialización de productos y servicios; generando valor y permanencia” a través de la innovación.

#### 2.2 Propósitos de un Plan de Negocios

- Ayudar a estructurar y realizar visiones planteadas
- Reúne conocimientos y compila información
- Facilita un marco para mejorar la toma de decisiones comerciales

---

<sup>1</sup> Fleitman (2009)

- Convince a la familia, los bancos y otros inversionistas de ¿que? usted merece una inversión.
- Es una prueba de dedicación.
- Es una base para obtener mejores consejos de los cooperadores y socios.

Todo lo anterior con el firme propósito de atraer inversionistas para financiar el negocio o documentar un plan operacional.

### 2.3 ¿Por qué Aplicar un Plan de Negocios en la industria agropecuaria?

Para mejorar el modelo convencional de la agricultura. Creando un modelo diversificado y ayudando a la reducción de costos en la producción y beneficios a la salud de las personas que deseen utilizar este tipo de método.

### 2.4 Características de un Plan de Negocios

- Define diversas etapas que faciliten la medición de sus resultados.
- Establecer metas a corto y mediano plazos.
- Define con claridad los resultados finales esperados.
- Establece criterios de medición para saber cuáles son sus logros.
- Identifica posibles oportunidades para aprovecharlas en su aplicación.
- Involucra en su elaboración a los ejecutivos que vayan a participar en su aplicación.
- Da la posibilidad de proveer las dificultades que puedan presentarse y las posibles medidas correctivas.
- Tener programas para su realización.
- Ser claro, conciso e informativo.
- Además de contener la misión, visión, valores, ventajas competitivas, competencias, etc...

## 2.5 Puntos Clave de un Plan de Negocios

Jack Fleitman<sup>1</sup>: Menciona que antes de empezar el plan de negocio debemos tomar en cuenta los siguientes dos puntos:

### 1.- Cumplir con los siguientes requisitos para realizar un plan de negocio:

- Definir diferentes etapas que nos ayuden a medir los resultados.
- Establecer metas a corto y mediano plazos.
- Definir los resultados finales esperados.
- Establecer criterios de medición para conocer con certeza los logros.
- Identificar posibles oportunidades para aprovecharlas en su aplicación.
- Involucrar a los ejecutivos.
- Contar con un responsable para su aplicación.
- Prever dificultades que pueda presentarse, así como sus posibles medidas correctivas.
- Ser claro conciso e informativo.

## 2.6 Características de las Metas.

Las metas son indispensables para definir el rumbo a seguir y evaluar si el camino correcto o hay que corregirlo.

Las características más importantes que deben tener las metas son:

- Tomar en cuenta fines y medios.
- Ser cuantitativas y medibles.
- Ser concretas, realistas y congruentes.
- Tener un tiempo definido para su logro.

## 2.7 Puntos Clave para el Éxito: <sup>2</sup>

- Es primordial que el producto o servicio satisfaga una necesidad.
- La calidad y el precio deben ser los adecuados.
- Buscar de ser líder en el mercado.
- Comprar a precios competitivos.
- Saber hacer las cosas mejor que los otros.
- Tener solvencia financiera.
- Estar en una buena ubicación.
- Ofrecer un producto/servicio innovador

---

<sup>2</sup> Hellriegel, Jackson y Slocum (2009)

## 2.8 Componentes de un Plan de Negocios

Según Linda Pinzón<sup>3</sup> en su libro “Anatomía de un Plan de Negocio”, uno de los libros más destacados en su ámbito según la revista Soy Entrepreneur<sup>4</sup> un plan de negocios debe tener los siguientes componentes:

### **1. Resumen Ejecutivo:**

Contiene información resumida sobre todo el esquema de negocio considerando el producto, el mercado, los aspectos técnicos, administrativos, los aspectos financieros y los legales. Este capítulo debe convencer al lector de todo el contenido del plan de negocios.

### **2. Análisis de la Compañía:**

Explicar en qué consiste la empresa y qué productos o servicios ofrece.

### **3. Análisis de la Industria o sector de negocios:**

Definir cómo se encuentra la industria en cuestión y añadir las oportunidades existentes en el mercado.

### **4. Análisis del Cliente:**

Hacer una investigación en el mercado objetivo; edad, sexo, nivel socioeconómico, personalidad, hábitos de consumo, entre otros sobre las personas.

### **5. Análisis de la Competencia:**

Definir quién es la competencia directa e indirecta; describir sus características, sus fortalezas y debilidades y qué ofrece nuestro negocio a diferencia de ella.

---

<sup>3</sup> Pinzón (2003)

<sup>4</sup> Soy Entrepreneur.com (05-07-2015)

**6. Plan de Marketing:**

Establecer la estrategia de precio, promoción y distribución del producto o servicio. Se deben definir los canales y medios de comunicación a utilizar y la frecuencia de impactos.

**7. Plan Operativo:**

Descripción del funcionamiento de la empresa.

**8. Equipo de Management:**

Proponer un organigrama con los puestos, sueldos y responsabilidades de cada miembro del equipo.

**9. Plan Financiero:**

Hacer proyecciones financieras a corto, mediano y largo plazo. Establecer los gastos fijos y la rentabilidad de la empresa.

**10. Apéndice:** Incluir todos los anexos pertenecientes a la investigación previa.

## 2.9 La Empresa

### 2.10 Concepto de Empresa

Según Isaac Guzmán Valdivia<sup>5</sup>, una empresa es la unidad económico- social en la que el capital, el trabajo y la dirección se coordinan para lograr una producción que responda a los requerimientos del medio humano en que la propia empresa actúa.

El Diccionario de la Real Academia Española<sup>6</sup>, la define como la entidad integrada por el capital y el trabajo, como factores de producción y dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios, con fines lucrativos y la consiguiente responsabilidad.

Con base en el análisis de las anteriores definiciones, definimos la empresa como: Un grupo social en el que, a través de la administración del capital y el trabajo, se producen bienes y /o servicios para la satisfacción de las necesidades de la comunidad y /o sociedad.

### 2.11 Características de la Empresa

Se redactará de forma breve y sencilla, cómo surge o surgió la empresa que le da origen, quiénes son sus integrantes, cuál es el producto o servicio y cuál es el mercado al que van dirigidos. Los antecedentes ubican al lector en la historia que le da surgimiento a la empresa o al proyecto y su estilo de narración debe ser muy claro y sencillo.

---

<sup>5</sup> Guzmán (2008)

<sup>6</sup> RAE <http://www.rae.es/> ( 13-04-2015)

- Es una empresa 100% sustentable
- Mayor producción y menor costo
- Utilización al máximo de los recursos
- Empresa ecológica

## 2.12 Clasificación de la Empresa

El avance tecnológico y económico ha originado la existencia de una gran diversidad de empresas. A continuación se presentan algunos de los criterios de clasificación de la empresa más conocidos<sup>7</sup>:

### 2.13 Por su Actividad o Giro:

#### ➤ **Industriales**

La actividad primordial de este tipo de empresas es la producción de bienes mediante la transformación y /o extracción de materias primas. Las industrias, a su vez son susceptibles de clasificarse en:

#### ➤ **Extractivas.**

Cuando se dedican a la explotación de recursos naturales, ya sea renovable o no renovable entendiéndose por recursos naturales todas las cosas de la naturaleza que son indispensables para la subsistencia del hombre. Ejemplos de este tipo de empresas son las pesqueras, madereras, mineras, petroleras, etcétera.

---

<sup>7</sup> (Galindo 2011)

➤ **Manufactureras.**

Son empresas que transforman las materias primas en productos terminados y pueden ser de dos tipos:

➤ **Comerciales.**

Son intermediarias entre productor y consumidor; su función primordial es la compra- venta de productos terminados. Estas a su vez se pueden clasificar en

- **Mayoristas.** Cuando efectúan ventas en gran escala a otras empresas (minoristas), que a su vez distribuyen el producto directamente al consumidor.
- **Minoristas o detallistas.** Las que venden el producto al “menudeo” o en pequeñas cantidades, al consumidor.
- **Comisionistas.** Se dedican a vender mercancía que los productores les dan a consignación, percibiendo por esta función una ganancia o comisión.

➤ **Servicio.**

Como su denominación lo indica, son aquellas que brindan un servicio a la comunidad y pueden tener o no fines lucrativos. Las empresas de servicio pueden clasificarse en:

- ✓ Transporte.
- ✓ Turismo.
- ✓ Instituciones financieras.
- ✓ Servicios públicos varios:
- ✓ Comunicaciones.
- ✓ Energía.
- ✓ Agua.
- ✓ Servicios privados varios:
- ✓ Asesoría.
- ✓ Diversos servicios contables, jurídicos, administrativos.

- ✓ Promoción y ventas.
- ✓ Agencias de publicidad.
- ✓ Educación
- ✓ Salubridad (hospitales)
- ✓ Fianzas, seguros.

## 2.14 Por el Origen de su Capital.

### a) Públicas:

En este tipo de empresas el capital pertenece al Estado y generalmente su finalidad es satisfacer necesidades de carácter social. Las empresas públicas pueden ser las siguientes:

- **Centralizadas:** Cuando los organismos de las empresas se integran en una jerarquía que encabeza directamente el Presidente de la República, con el fin de unificar las decisiones, el mando y la ejecución. Ejemplo: Las secretarías de estado, Nacional Financiera ( Nafin )
- **Desconcentradas:** Son aquellas que tienen determinadas facultades de decisión limitada, que manejan su autonomía y presupuesto, pero sin que deje de existir su nexo de jerarquía. Ejemplo: Instituto Nacional de Bellas Artes.
- **Descentralizadas:** Son aquellas en las que se desarrollan actividades que competen al estado y que son de interés general, pero que están dotadas de personalidad, patrimonio y régimen jurídico propio. Ejemplo: I.M.S.S, CFE., ISSSTECALI, Banco de México.
- **Estatales:** Pertenecen íntegramente al estado, no adoptan una forma externa de sociedad privada, tiene personalidad jurídica propia, se dedican a una actividad económica y se someten alternativamente al derecho público y al derecho privado. Ejemplo: Ferrocarriles, CESPT, DIF Estatal, Issstecali.

- **Mixtas y Paraestatales:** En éstas existe la coparticipación del estado y los particulares para producir bienes y servicios. Su objetivo es que el estado tienda a ser el único propietario tanto del capital como de los servicios de la empresa. Ejemplos: PRODUTSA (Promotora de Desarrollo Urbano de Tijuana), Aeropuertos y Servicios Auxiliares, Caminos y Puentes Federales.

**b) Privadas:**

Lo son cuando el capital es propiedad de inversionistas privados y su finalidad es 100% lucrativa.

- **Nacionales:** Cuando los inversionistas son 100% del país.
- **Extranjeros:** Cuando los inversionistas son nacionales y extranjeros.
- **Trasnacionales:** Cuando el capital es preponderantemente (que tiene más importancia) de origen extranjero y las utilidades se reinvierten en los países de origen.

## 2.15 Según la Magnitud de la Empresa

Este es uno de los criterios más utilizados para clasificar a las empresas, el que de acuerdo al tamaño de la misma se establece que puede ser:

- **Micro** (1-9 empleados)
- **Pequeña** (10-49 empleados)
- **Mediana** (50-249 empleados)
- **Grande** (más de 250 empleados)

## 2.16 Por Ventas Realizadas:

Establece el tamaño de la empresa en relación con el mercado que la empresa abastece y con el monto de sus ventas. Según este criterio una empresa es:

- Pequeña cuando sus ventas son locales,
- Mediana cuando son nacionales
- Grande cuando son internacionales.

## 2.17 Por lo que Producen:

Este criterio se refiere al grado de maquinización que existe en el proceso de producción; así que una empresa pequeña es aquella en la que el trabajo del hombre es decisivo, es decir, que su producción es artesanal aunque puede estar mecanizada; pero si es así generalmente la maquinaria es obsoleta y requiere de mucha mano de obra. Una empresa mediana puede estar mecanizada como en el caso anterior, pero cuenta con más maquinaria y menos mano de obra.

- Por último, la gran empresa es aquella que está altamente mecanizada y/o sistematizada.
- Criterios de Nacional Financiera: Para esta institución una empresa grande es la más importante dentro de su giro.

## 2.18 Objetivos de la Empresa<sup>8</sup>

### 2.19 Definición:

Es un logro que nos proponemos en un plazo determinado. El objetivo es (a diferencia de la Visión y Misión) cuantificable, necesita ser medido.

Tiene que ser enunciado específicamente y de forma positiva. Además tiene un plazo de tiempo para su concreción.

---

<sup>8</sup> Nava (2007)

El Objetivo tiene que estar alineado en el tiempo con la Visión y en el marco con la Misión.

## 2.20 Características de los Objetivos <sup>9</sup>

Para que los objetivos de una empresa puedan ser positivos, (es decir que motiven a los integrantes de la organización y que sirvan de guía para la formulación de estrategias) deben contar con las siguientes características:

- Debe de responder a las preguntas: ¿Qué se va hacer? ¿Mediante qué o cómo se va hacer? ¿Para qué se va hacer? y se escribe con un verbo que indique acción terminado en infinitivo: ar, er, ir.
- Medibles. Deben ser mensurables, es decir, ser cuantitativos y estar ligados a un límite de tiempo. Por ejemplo, a diferencia del objetivo “aumentar las ventas”, un objetivo medible sería “aumentar las ventas en un 20% para el próximo mes”. Sin embargo, es posible utilizar objetivos generales como el de “aumentar las ventas”, pero siempre y cuando éstos estén acompañados de objetivos medibles que en conjunto permitan alcanzar los generales.
- Claros. Deben tener una definición clara, entendible y precisa. No deben prestarse a confusiones ni dejar demasiados márgenes de interpretación.
- Alcanzables. Deben ser factibles. Deben estar dentro de las posibilidades de la empresa, teniendo en cuenta la capacidad y los recursos (humanos, financieros, tecnológicos, etc.) con los que cuenta, así como la disponibilidad del tiempo necesario para cumplirlos.

---

<sup>9</sup> Sampieri (2004)

- **Desafiantes.** Deben ser retadores (aunque realistas). No deben ser algo que de todas maneras sucederá, sino algo que signifique un desafío o un reto. Objetivos poco ambiciosos no son de mucha utilidad ni proporcionan mayor motivación, aunque objetivos fáciles al principio pueden servir de estímulo para no abandonar el camino apenas éste se haya iniciado.
- **Realistas.** Deben ser realistas y razonables. Deben tener en cuenta las condiciones y circunstancias del entorno en donde se pretenden cumplir, así como la capacidad y los recursos de la empresa. Por ejemplo, a diferencia del objetivo “aumentar de 10 a 1000 empleados en un mes”, un objetivo realista sería “aumentar de 10 a 20 empleados en un mes”.
- **Coherentes.** Deben estar alineados y ser coherentes con otros objetivos y con la visión, la misión y valores de la empresa.

## 2.21 Tipos de Objetivos<sup>10</sup>

Existen diferentes tipos de objetivos en una empresa, los cuales pueden ser clasificados de acuerdo a su naturaleza, jerarquía y alcance de tiempo.

De acuerdo a su naturaleza, los objetivos se clasifican en:

### **Objetivos generales**

También conocidos como objetivos genéricos, son objetivos basados en expresiones generales o genéricas. Algunos ejemplos de objetivos generales o genéricos son:

- Ser la empresa líder del mercado.
- Incrementar las ventas.
- Aumentar los ingresos.

---

<sup>10</sup> <http://pyme.lavoztx.com/tres-tipos-de-objetivos-para-la-planificacin-12460.html> (25-06-2015)

- Generar mayores utilidades.
- Obtener una mayor rentabilidad.
- Lograr una mayor participación en el mercado.
- Ser una marca líder en el mercado.
- Ser una marca reconocida en el mercado.
- Aumentar el número de vendedores.

### **Objetivos específicos**

Son objetivos concretos expresados en términos de cantidad y tiempo. Los objetivos específicos son necesarios para alcanzar los objetivos generales.

Algunos ejemplos de objetivos específicos son:

- Incrementar las ventas mensuales en un 20%.
- Vender 10 000 productos antes de finalizar el año.
- Generar utilidades mayores a us\$20 000 para el próximo periodo.
- Obtener una rentabilidad anual del 25%.
- Aumentar la eficiencia de la producción en un 20% para el próximo año.
- Aumentar el número de trabajadores de 10 a 12 en un mes.
- Reducir el nivel de ausentismo de los trabajadores en un 5% antes de finalizar el año.
- Adquirir 2 nuevas maquinarias para el segundo semestre.
- Abrir 3 nuevos locales comerciales para el primer trimestre del próximo año.

De acuerdo a su alcance de tiempo, los objetivos se clasifican en:

Objetivos de largo plazo. Se formulan generalmente para un periodo de cinco años y tres como mínimo.

Objetivos de mediano plazo. Se formulan generalmente para un periodo de uno a tres años.

Objetivos de corto plazo. Se formulan generalmente para un plazo no mayor de un año.

## 2.22 Áreas Funcionales de la Empresa<sup>11</sup>

Las *áreas funcionales de la empresa* son las diversas actividades más importantes de la empresa, ya que por ellas se plantean y tratan de alcanzar los objetivos y metas.

### Área de dirección:

Área imprescindible, considerada la cabeza de la empresa. Lleva el timón de la empresa, establece los objetivos y la dirige hacia ellos. Está relacionada con el resto de áreas funcionales, ya que es quien las controla.

- Área de administración:

Relacionada con el funcionamiento de la empresa. Es la operación de negocio en sentido general, desde contrataciones, pagos a personal. Por lo general es el emprendedor o empresario quien se encarga de esta área funcional. Está relacionada con otras áreas como recursos humanos.

- Área de producción:

Área donde se llevan a cabo la producción de los bienes que la empresa comercializará después.

Tradicionalmente considerado como uno de los departamentos mas importantes, ya que formula y desarrolla los métodos más adecuados para la elaboración de productos, al suministrar y coordinar: mano de obra, equipo, instalaciones, materiales y herramientas requeridas.

---

<sup>11</sup> Domingo Molina (2009)

- Área de contabilidad y finanzas:

Reglamentario para todas las empresas, ya que es obligatorio que lleven un registro contable. Tendrá en cuenta todos los movimientos de dinero, tanto dentro como fuera de la empresa.

De vital importancia es esta función, ya que toda empresa trabaja con base en constantes movimientos de dinero. Esta área se encarga de la obtención de fondos y el suministro del capital que se utiliza en el funcionamiento de la empresa. Procurando disponer con los medios económicos necesarios para cada uno de los departamentos, con el objeto de que puedan funcionar debidamente.

El área de finanzas tiene implícito el objetivo del máximo aprovechamiento y administración de los recursos financieros.

- Mercadotecnia:<sup>12</sup>

Es una función trascendental ya que a través de ella se cumplen algunos de los propósitos institucionales de la empresa. Su finalidad es la de reunir los factores y hechos que influyen en el mercado, para crear lo que el consumidor quiere, desea y necesita, distribuyéndolo en forma tal, que este a su disposición en el momento oportuno, en el lugar preciso y al precio más adecuado.

Tiene como funciones:

- a) Investigación de mercados.
- b) Planeación y desarrollo del producto.
- c) Precio.
- d) Distribución y logística.
- e) Comunicación.
- f) Mercadeo

---

<sup>12</sup> Philip Kotler (2008)

- Administración de los recursos humanos:

Su objeto es conseguir y conservar un grupo humano de trabajo cuyas características vayan de acuerdo con los objetivos de la empresa. A través de programas adecuados de reclutamiento, de selección, de capacitación y desarrollo.

Sus funciones principales son:

1. Contratación y empleo:

En esta función se lleva a cabo el reclutamiento del personal que estará a cargo de distintas actividades a desarrollar según el área o puesto designado.

2. Capacitación y desarrollo:

En esta etapa se le enseña y se le plantea al trabajador, los objetivos y actividades del puesto, con el fin de que lleve en acción lo aprendido y cumpla con lo establecido.

3. Sueldos y salarios.

Según la Ley Federal del Trabajo, es la retribución que se le debe de pagar al trabajador por su trabajo.

4. Relaciones laborales.

Es la interacción e intercambio de información que se da entre las diferentes áreas y puestos de la organización.

5. Servicios y prestaciones.

Son los beneficios que tiene el trabajador por prestar sus servicios como son; vales, bonos, prima vacacional, aginaldo, comisiones, propinas, etc..

6. Higiene y seguridad industrial.

Se da en las empresas cuando el lugar de trabajo en el que se esté laborando sea digno y que no represente un peligro para el trabajador, cumpliendo con los mínimos estándares de calidad, y herramienta necesaria para poder desempeñar el trabajo.

7. Planeación de recursos humanos.

En esta aparta se contempla la correcta aplicación de las normas, objetivos, planes que se tengan a fin de prevenir incidentes en un fututo de cualquier índole.

## CAPITULO III

### PRESENTACION DE LA ORGANIZACIÓN

#### 3.1 Descripción de la Empresa y el Producto

“Creando Ideas de Vida” Es una empresa que se dedica a la técnica del cultivo Acuaponico, que nace a partir de la necesidad de dar a conocer un nuevo modelo de negocio sustentable. Además de que entre sus beneficios puede dar un empleo o sustento para las familias Mexicanas, satisfaciendo principalmente las necesidades primarias dentro del sector primario en escasos recursos mínimos, que no cuenten con un empleo.

#### 3.2 Nombre de la Empresa

“CREANDO IDEAS DE VIDA”

#### 3.3 Dirección de la Empresa

Avenida Pacífico #489

Colonia: La Candelaria

Delegación: Coyoacán

#### 3.4 Sector al que Pertenece

Empresa que pertenece al Sector Primario, ya que este sector está formado por actividades económicas relacionadas con la transformación de los recursos naturales en productos primarios no elaborados, siendo el caso de la Acuaponia en donde se lleva a cabo el proceso de los recursos naturales parecidos a los de la agricultura con la plantación y cosecha del recurso, pero en agua.

Entre las principales actividades del sector primario se encuentra la agricultura, la ganadería, la silvicultura, la apicultura, la acuicultura, la caza, la pesca, explotación

forestal y la minería. Usualmente, los productos primarios son utilizados como materia prima en las producciones industriales.

Del mismo modo, la industria agroalimentaria está tan estrechamente ligada al sector primario que se la suele considerar conjuntamente con él en muchas cuestiones.

El dominio del sector primario, tanto si se reduce al sector agrario como si se considera la totalidad de los sectores extractivos, suele ser una característica definitoria de la economía de los países subdesarrollados.

### 3.5 Tamaño

Es un negocio pequeño con la necesidad de crecimiento y de obtención de mayores ingresos. Clasificada según Nafinsa como una micro empresa, o negocio familiar potencial, ya que tiene menos y hasta 10 trabajadores, con pocos ingresos.

#### Clasificación PyMES

Clasificación micro, pequeñas y medianas empresas

Tamaño	Sector	Rango de número de trabajadores(7) +(8)	Rango de monto de ventas anuales (mdp) (9)	Tope máximo combinado*
Micro	Todas	Hasta 10	Hasta \$4	4.6
Pequeña	Comercio	Desde 11 hasta 30	Desde \$4.01 hasta \$100	93
	Industria y servicios	Desde 11 hasta 50	Desde \$4.01 hasta \$100	95
Mediana	Comercio	Desde 31 hasta 100	Desde \$100.1 hasta \$250	235
	Servicios	Desde 51 hasta 100	Desde \$100.1 hasta \$250	235
	Industria	Desde 51 hasta 250	Desde \$100.1 hasta \$250	250

Según Nacional Financiera <sup>13</sup> dentro de la clasificación de las PyMes (Pequeñas y Medianas Empresas), nos encontramos ubicados dentro de las Micro empresas ya que dentro de esta clasificación entran todos los sectores con un número de trabajadores que va desde los siete hasta diez trabajadores y con un monto o volumen de ventas de hasta 4 (mdp) anuales.

### **3.6 Giro de la Empresa**

Perteneces al sector Industrial porque la actividad primordial de este tipo de empresas es la producción de bienes mediante la transformación y/o extracción de materias primas

### **3.7 Antecedentes de la Empresa**

El presente proyecto surge como una posibilidad de aterrizar los conocimientos adquiridos en la Universidad, es así como se contempla el surgimiento de una empresa para dar nuevas soluciones e ideas de proyectos sustentables que apoyen a la economía familiar (creación de micro negocios) o formas de vivir a las familias aprovechando al máximo los espacios dentro de zonas urbanas, así como transformar y dar un nuevo concepto de negocio en México.

### **3.8 Cultura Institucional**

### **3.9 Misión**

Somos una empresa de productos de consumo en alimentos con técnicas Acuaponicas “CREANDO IDEAS DE VIDA”.

---

<sup>13</sup> <http://www.nafin.com/portalfn/content/home/home.html> (17-07- 2015)

### 3.10 Visión Empresarial

Ser líder en la producción Acuaponica en el D.F, para abastecer de alimentos sustentables.

### 3.11 Valores

#### **Trabajo en equipo**

Trabajar colaborando todos en las tareas que surgen día con día sumando esfuerzos, y multiplicando logros.

#### **Honestidad**

Conducimos con rectitud, justicia y honradez frente a los desafíos que nos enfrentemos ante los demás.

#### **Profesionalismo**

Trabajando con un comportamiento y actitud de acuerdo a las normas preestablecidas del respeto, la mesura, la objetividad y la efectividad en la actividad que se desempeñe. De acuerdo a las pautas, actitudes morales y éticas como el cumplimiento del deber ante cualquier situación y realidad.

#### **Compromiso**

Trabajar con la firmeza inquebrantable por cumplir y hacer lo que nos proponemos.

### 3.12 Objetivo de la Empresa

Producir el 5% de los alimentos acuaponicos en el Distrito Federal, en los próximos 5 años.

## CAPITULO IV

### PROPUESTA DE PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ACUAPONICA

#### RESUMEN EJECUTIVO

En el presente Plan de Negocios integra la información necesaria para estructurar los planes de la microempresa “Creando Ideas de Vida” **dedicada** a la producción de alimentos producidos bajo le técnica de Acuaponia.

Este documento reúne información de cada una de las áreas de la empresa, que van a permitir, planear, organizar y controlar las actividades y funciones que se desempeñan dentro de esta, para el logro de sus objetivos y futuro éxito del negocio.

En el Plan de Administración se consideran la estructura organizacional, el organigrama, la descripción de puesto, reglamento interno para los trabajadores,

En el Plan de Operaciones y/o Técnico se señalan la localización de la empresa y un diagrama de cómo están distribuidas las instalaciones, maquinaria y equipo. Se describen los procesos de producción del producto.

Por último, dentro del Plan de Mercadotecnia se señala la descripción, de nuestro producto, así como sus precios, diseños, hacia quien va dirigido, así como el mercado, con el fin de conocer, los intereses y preferencias de nuestros clientes, con el objeto de mantener e incrementar el número de los mismos.

Dentro del plan de finanzas, se muestra los objetivos contables del área, el sistema contable de la empresa, el flujo de efectivo, los estados financieros proyectados, los indicadores financieros y, el sistema financiero, así como las fuentes de financiamiento.

## PLAN ADMINISTRATIVO

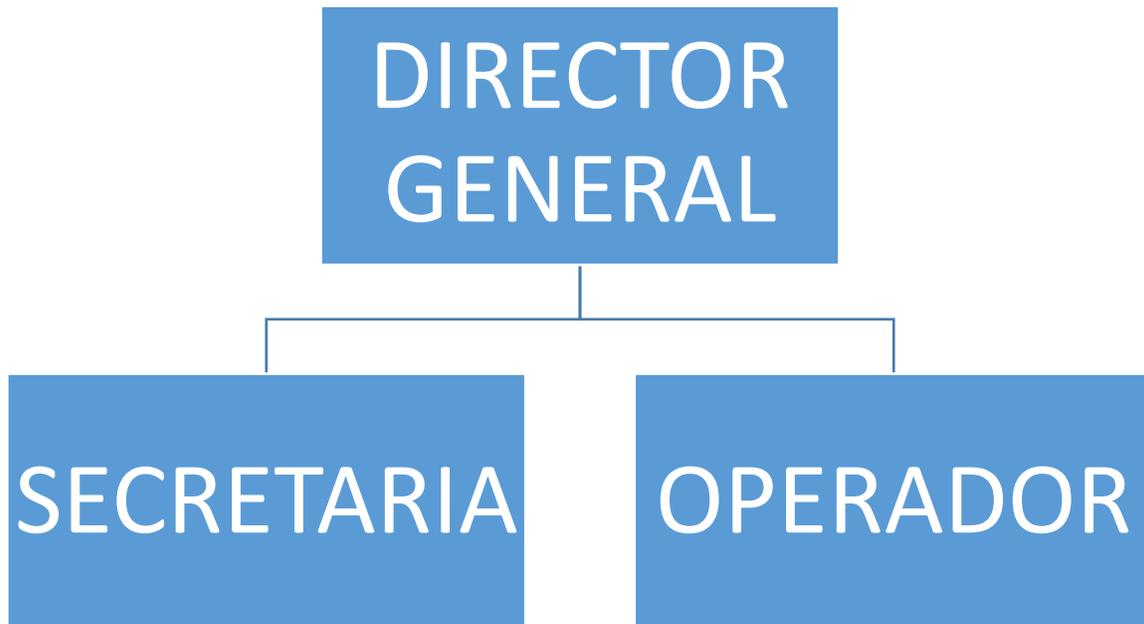
### 4.1 Estructura Organizacional

La empresa “CREANDO IDEAS DE VIDA” deberá contar con los siguientes puestos:

1. Director general
2. Secretaria
3. Operador

### 4.2 Organigrama

De acuerdo a la estructura organizacional la empresa “CREANDO IDEAS DE VIDA” se plasma en el siguiente organigrama:



### 4.3 Descripción de Puestos

<p>“CREANDO IDEAS DE VIDA”</p>	<p>DESCRIPCION DEL PUESTO</p>
--------------------------------	-------------------------------

<p style="text-align: center;">PUESTO: GERENCIA</p> <p>PERSONAL A SU CARGO:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Secretaria</li> <li>✓ Operador</li> </ul> <p>DESCRIPCION DEL PUESTO</p> <p>Planear, organizar, dirigir y controlar el correcto funcionamiento del negocio, el desarrollo de proyectos y el logro de objetivos estratégicos en cumplimiento de la misión institucional.</p> <p>FUNCIONES PRINCIPALES:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Supervisar todas las actividades y áreas a su cargo para conocer las necesidades de la organización</li> <li>➤ Establecer y llevar a cabo la planeación estratégica</li> <li>➤ Establece metas, objetivos.</li> <li>➤ Llevar acabo lo planificado.</li> <li>➤ Establecer relaciones comerciales para el crecimiento de la empresa.</li> </ul> <p>PERFIL</p> <p>Licenciatura: Administración          Inglés: Intermedio          Maestría: Preferentemente          Experiencia: Preferentemente en empresas de consumo como gerente (5 años)          Sexo: Indistinto          Edad: 35 años</p>
---

<p>Elaboró David Martínez Corona</p>	<p>Revisó</p>	<p>Autorizó</p>
--	---------------	-----------------

<p>“CREANDO IDEAS DE VIDA”</p>	<p>DESCRIPCION DEL PUESTO</p>
--------------------------------	-------------------------------

<p style="text-align: center;">PUESTO: Secretaria</p> <p>PUESTO AL QUE REPORTA DIRECTAMENTE: Gerente</p> <p>PERSONAL A SU CARGO:  <input checked="" type="checkbox"/> Operador</p> <p>DESCRIPCION DEL PUESTO</p> <p>Colaborar con el Gerente General en el área administrativa, es la encargada de la documentación de la empresa y de la atención del público, efectuando esto durante la jornada de trabajo.</p> <p>FUNCIONES PRINCIPALES:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Recibir la documentación</li> <li>➤ Atender al público</li> <li>➤ Manejar el Conmutador</li> <li>➤ Actividades Administrativas</li> <li>➤ Administrar el archivo.</li> <li>➤ Programar Agenda.</li> </ul> <p>PERFIL</p> <p>Escolaridad: Bachillerato  Inglés: Básico  Experiencia: 3 años desempeñando el puesto.  Sexo: Preferentemente Femenino  Edad: 25 años</p>
--

<p>Elaboró David Martínez Corona</p>	<p>Revisó</p>	<p>Autorizó</p>
--	---------------	-----------------

<p>“CREANDO IDEAS DE VIDA”</p>	<p>DESCRIPCION DEL PUESTO</p>
--------------------------------	-------------------------------

PUESTO:  
Operador:

PUESTO AL QUE REPORTA DIRECTAMENTE:  
Secretaría

DESCRIPCION DEL PUESTO

Colaborar en las tareas operativas del negocio para el correcto funcionamiento de las mismas.

FUNCIONES PRINCIPALES:

- Manejar los materiales a cultivar
- Cosechar
- Ensamblar
- Cuidar los cultivos
- Atender a los percances que se susciten dentro del área operacional.

PERFIL

Escolaridad: Secundaria  
Experiencia: Como Agricultor  
Sexo: Indistinto  
Edad: 18 años a 35

<p>Elaboró David Martínez Corona</p>	<p>Revisó</p>	<p>Autorizó</p>
--	---------------	-----------------

#### 4.4 Reglamento Interno de Trabajo

De acuerdo con la Secretaria del Trabajo y Previsión Social y para el cumplimiento del reglamento Federal de Seguridad y Salud en el Trabajo se establece el siguiente reglamento interno para la organización.

- 1.- El personal Operativo deberá contar el uniforme asignado.
- 2.- Deberá portar con los guantes y herramientas necesarias para laborar.
- 3.- Tomar las medidas precautorias para la manipulación de las hortalizas.
- 4.- Se tendrán como apoyo contra incidentes las siguientes herramientas.
  - a. Botiquín de primeros auxilios
  - b. Extintor
  - c. Manguera contra incendios
- 5.- No se podrá fumar dentro de la empresa.
- 6.- No se permitirá introducir bebidas alcohólicas.
- 7.- Solo podrá acceder personal autorizado a las zonas de cultivo; en caso de tener visitantes el personal a cargo deberá supervisar de que utilicen guantes y cofia por seguridad al visitante y deberá señalar los puntos de evacuación.

## PLAN TÉCNICO

En el plan de operaciones y compras se señalan la localización de la empresa Acuaponica “Creando ideas de vida”, el diagrama de cómo están distribuidas las instalaciones, maquinaria y equipo. Se describen los procesos de producción del producto.

### 4.5 Ubicación Geográfica

Esta puede ser variada dependiendo la persona que desee implementar el plan de negocio pudiendo ser desde la comodidad de su hogar, se quiere la siguiente ubicación:

Avenida Pacífico #489

Colonia: La Candelaria

Delegación: Coyoacán



#### 4.6 Distribución de la Planta - Distribución del Invernadero

Planta Alta

Lado derecho e Izquierdo (cultivos)  
Zona Central Panel Solar



Planta Baja

Captación y bombeo de agua al sistema  
Lado derecho estanques y lado izquierdo Bombeo

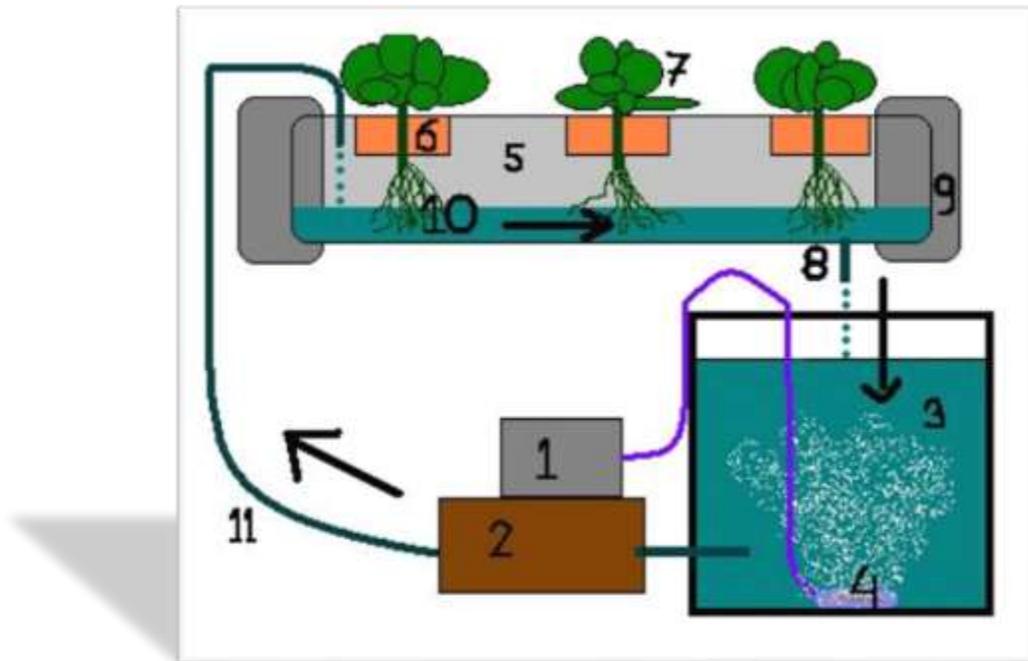


#### 4.7 Materiales Para la Construcción del Invernadero

Materiales	Cantidad	Precio por unidad	Total
© Canaletas	7	\$165	\$115
© Tubos de PVC	15	\$54	\$810
© Bases de fierro	10	\$150	\$1,500
© Cinturones de trabajo	40	\$30	\$1,200
© Botes de Yakult	50	\$4	\$200
© Cortadora de PVC	1	\$950	\$950
© Celdas solares	1	\$8700	\$8,700
© Grava roja	5 m <sup>3</sup>	\$80 m <sup>3</sup>	\$400
© Estanques	1	\$750	\$750
© Bomba de inversión	1	\$1250	\$1,250
© Mangueras de conexión	1 rollo	\$1,145 rollo	\$1,145
© Mayas de alambre	1 rollo	\$850 rollo	\$850
© Bipanel Solar (Secado de plantas)	1	\$6500	\$6,500
© Peces (Tilapia)	8	\$25	\$200
© Alimento	1 kg	\$30	30
<b>Total General</b>			<b>\$24,570</b>

#### 4.8 Diagrama de Flujo – Construcción del Invernadero

1. Se coloca el panel solar.
2. Se conecta con la Bomba de Inversión de Agua.
3. Se coloca el agua en el estanque de captación de agua con los peces.
4. Se área el agua (oxigenación del agua al aire libre de manera natural).
5. Se colocan los tubos de PVC.
6. Se colocan los botes de Yakult con la semilla a germinar con un orificio debajo.
7. Se da el crecimiento de la planta hacia fuera del recipiente.
8. Se colocan las mangueras que conectan con el estanque.
9. Se colocan los soportes de los tubos de PVC.
10. El agua se mantiene en constante movimiento en forma de ciclo.



#### 4.9 Proveedores de Materiales para la Construcción del Invernadero

Ferretería Y Perfiles Coyoacán, S.A. De C.V.

Ferretería

Dirección: Av. Eje 10 Sur Pedro Henríquez Ureña 148, Pedregal de Santo Domingo, Coyoacán, 04360 Ciudad de México, D.F.

Ferretería Extar S.A de C.V

Ferretería

Dirección: Belisario Domínguez 21 Local A, Coyoacán, Coyoacán, 04000 Ciudad de México, D.F.

Teléfono:01 55 5659 0985

FERRETERIA LA CUMBRE

Ferretería

Dirección: Mixtecas 80, Ajusco, Coyoacán, 04300 Ciudad de México, D.F.

Teléfono:01 55 5618 1156

La Más Barata

Ferretería

Dirección: Av Coyoacán 311, Col del Valle Centro, Benito Juárez, 03100 Ciudad de México, D.F.

Teléfono:01 55 5536 3580

FERRETERIA y TLAPALERIA

Ferretería

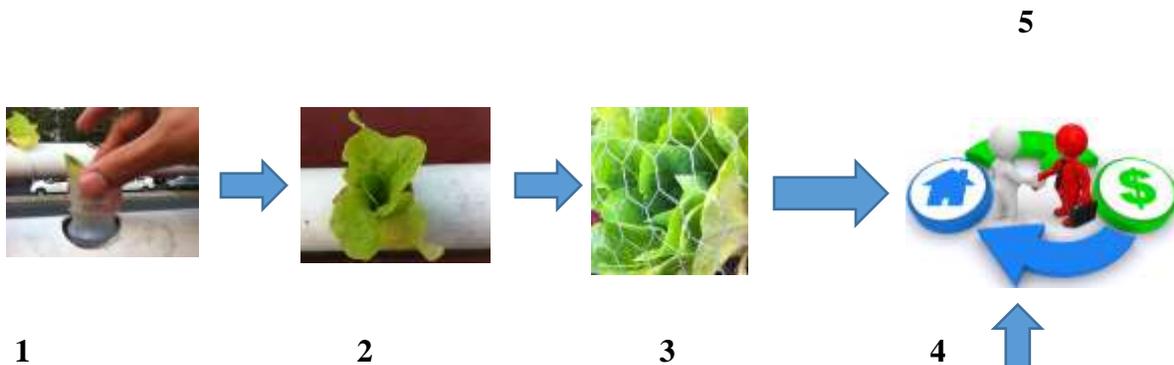
Dirección: Osa Menor 117, Prado Churubusco, Coyoacán, 04230 Ciudad de México, D.F.

Teléfono:01 55 2065 3499

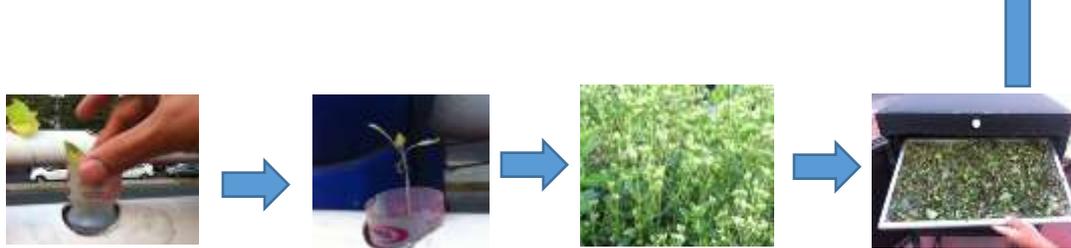
#### 4.10 Proceso de Producción de Alimentos Acuaponicos

1. Se coloca la semilla en el recipiente de yakult dentro del PVC.
2. Se deja crecer durante dos meses.
3. Se retira del recipiente de Yakult con planta de lechuga o la planta de menta al término de su crecimiento aproximadamente en 2 meses de haber sido cultivada.
4. En el caso la menta pasa por un proceso más que el de la lechuga pasando al panel de secado por 1 día para que se pueda vender, para uso en forma de té o como especia dependiendo el uso del consumidor.
5. Pasa a la venta del consumidor como paso final.

#### LECHUGA

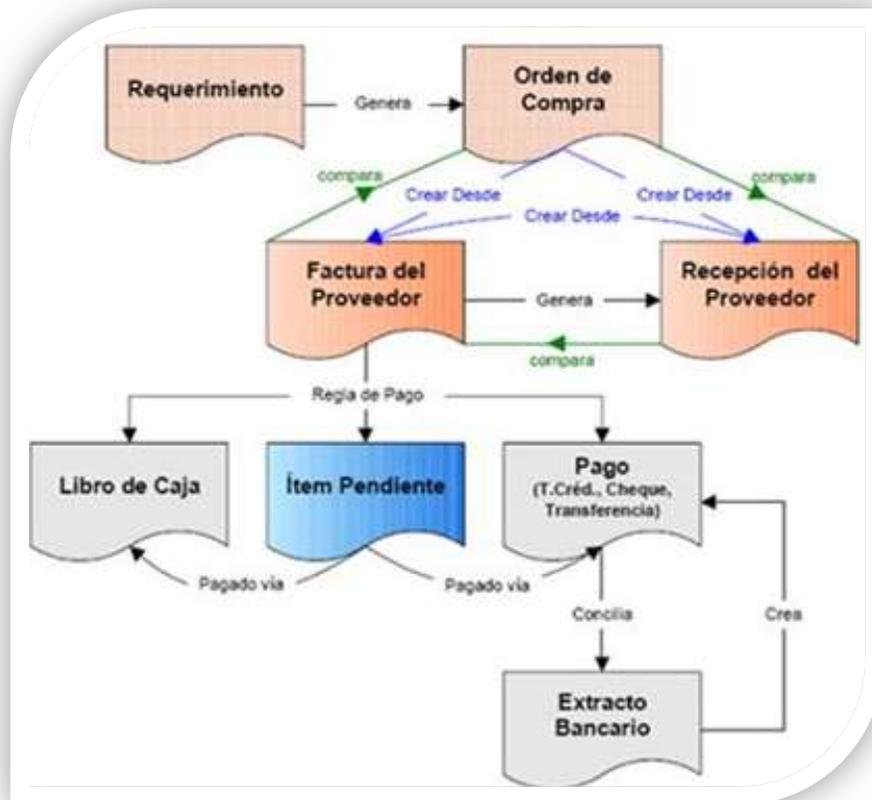


#### MENTA



#### 4.11 Proceso de Compras: Materiales para la Construcción del Invernadero

1. Se hace un requerimiento del material que necesitamos.
2. Se genera una orden de compra detallando el producto.
3. Se envía con el proveedor para que surta el material.
4. Se compara la factura que se nos entrega contra lo entregado y requerido.
5. Se hace un registro en caja del dinero pagado
6. Se plantea si el pago será en efectivo o a crédito
7. Pedimos nuestro comprobante de pago.



## PLAN MERCADOLÓGICO

En el presente capítulo tratare de demostrar a través de la investigación de mercados, qué posibilidades tiene una empresa “Acuaponica”, de entrar al mercado de productos alimenticios.

### 4.12 Estrategias de Ventaja Competitiva (Porter)

#### 4.13 Liderazgo en Costos

Significa que un negocio se establece como el productor de más bajo costo en su industria.

Un líder de costos debe lograr paridad, o por lo menos proximidad, en bases a diferenciación, aun cuando confía en el liderazgo de costos para consolidar su ventaja competitiva.

#### 4.14 Diferenciación

Lograr diferenciación significa que un negocio intenta ser único en su industria en algunas dimensiones que son apreciadas extensamente por los compradores.

Un diferenciador no puede ignorar su posición de costo. En todas las áreas que no afecten su diferenciación debe intentar disminuir costos; en el área de la diferenciación, los costos deben ser menores que la percepción de precio adicional que pagan los compradores por las características diferenciales.

Las áreas de la diferenciación pueden ser: producto, distribución, ventas, comercialización, servicio, imagen, o simplemente un plus ante otros.

#### 4.15 Enfoque

Significa que una firma fijó ser la mejor en un segmento o grupo de segmentos.

2 variantes: Enfoque por costos y Enfoque por diferenciación.

#### 4.16 Análisis de la Industria o Sector

La propuesta de negocio “Creando ideas de vida” pertenece al sector primario, cuya característica principal es la Acuaponia, seguida de la Hidroponia, tiene lugar en la Delegación Coyoacán y destaca por estar en este sector como un micro negocio familiar.

En general es el sector primario el cual consiste en general en la extracción y producción de las materias primas con las que posteriormente se pasaran al sector secundario el cual las manufacturara para así tener los productos que la sociedad y las familias necesitan y demandan.

#### 4.17 Indicadores Socioeconómicos

Las proyecciones agropecuarias consideran la perspectiva del entorno macroeconómico internacional y nacional. En la proyección base se asume hipotéticamente que la perspectiva macroeconómica se mantiene constante a lo largo del periodo de estudio. A continuación se presentan las variables macroeconómicas con mayor influencia en el modelo y se describe su perspectiva dentro del Escenario Base 2009-2018<sup>14</sup>.

Supuestos Macroeconómicos															
Variables	Fuente	Unidades	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Crecimiento real del PIB	CAPEM	%	4.9	3.2	1.4	-2.8	2.1	2.7	3.5	3.3	3.1	1.9	3.6	3.7	3.3
Población	CONAPO	Milones de personas	104.9	105.8	106.7	107.6	108.4	109.2	110.0	110.8	111.6	112.3	113.0	113.7	114.4
Tipo de cambio (%)	CAPEM	\$/US\$	10.9	11.0	11.1	13.5	13.5	13.7	14.0	14.2	14.4	14.7	14.9	15.2	15.4
Precio del petróleo (WTI)	FAPRI	US\$/Baril	66.1	72.3	99.0	34.3	51.2	77.4	86.8	92.7	92.2	85.5	85.0	85.0	85.0
Fertilizante [FAPRI Internacional]	FAPRI	%	-14.7	15.8	51.1	-16.5	7.4	6.7	3.2	4.8	2.9	-0.4	0.7	0.7	0.5
Índice nacional de precios al productor	CAPEM	Índice, 2007=100	96.3	100.0	107.8	112.9	118.1	122.0	126.2	130.2	134.4	138.5	143.6	148.5	152.3
Índice nacional de precios al consumidor	CAPEM	Índice, 2007=100	96.3	100.0	106.5	111.8	116.4	120.9	125.0	128.6	132.5	136.3	140.5	144.6	149.1
Tasa de interés nominal (Cetes 28 días)	CAPEM	%	7.2	7.2	7.7	6.9	5.8	5.1	3.8	3.5	3.7	4.1	4.2	4.0	5.4

Fuentes:  
 CAPEM: Centro de análisis y proyecciones económicas para México  
 CONAPO: Consejo nacional de población  
 FAPRI: Food and agricultural policy research institute  
 \$: Pesos mexicanos  
 US\$: Dólares americanos  
 Nota: El precio del petróleo representa la variación del índice West Texas Intermediate

<sup>14</sup> <http://www.inegi.org.mx/> 3-05- 2015

#### 4.18 Análisis FODA<sup>15</sup>

- **Fortalezas:**

Plan nuevo e innovador en vías de desarrollo

Excelente aceptación

Esfuerzos continuos para brindar lo mejor

Se puede realizar desde la azotea de un hogar

La energía que se utiliza es 100% natural

El abono y nutrientes provienen del agua de los peces

No se utilizan pesticidas

No se tiene que hacer una rotación de cultivo como en tierra

- **Debilidades:**

No hay reconocimiento ni alta distribución en cuanto a marketing

Recursos limitados restringen las oportunidades de crecimiento en comparación a los competidores de gran magnitud.

La gente se apenas empieza a conocer el concepto acuaponico en cuanto a alimentos e ignora su procedimiento

- **Oportunidades:**

Alto crecimiento por su estabilidad regional

Alcance económico de menor escala

Posibilidad de adaptación

No requiere equipos costosos

Es un sistema sustentable amigable con el ambiente

- **Amenazas:**

Las amenazas principales son:

El mercado común con venta de alimentos procesados en la tierra.

---

<sup>15</sup> Garza Treviño (2007)

Poco impacto debido a que es un aspecto nuevo para cubrir altas demandas de consumo.

#### 4.19 Investigación de Mercado

Tradicionalmente, los datos sobre mercado se obtienen por teléfono, correo, o por medio de encuestas y entrevistas directas. Sin embargo, debido a las características sociales en los países en desarrollo, las encuestas y entrevistas directas son el método más apropiado.

En el caso de la empresa “Creando Ideas de Vida”, se realizó una encuesta para determinar si esta tiene posibilidades de éxito en el mercado.

#### 4.20 Universo

27, 683 personas en la colonia La Candelaria, en Coyoacán.

#### 4.21 Muestra

Para la aplicación del cuestionario, que corresponde a una investigación profunda, se realizó el probabilístico. Por lo que se aplicaron **226** cuestionarios

Formula:

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

O = Nivel de Confianza 1.96  
 N= Tamaño de la Muestra  
 n= Tamaño de la Población (340,000)  
 p= Variabilidad Positiva .50  
 q= Grado de error .50  
 e= Limite aceptable de Error .06

$$N = \frac{(1.96)^2 (340,000) (0.50) (0.50)}{(.06)^2 (339,999) + 3.84 (0.50) (0.50)} = \frac{326,400}{1,439.99 + 0.96} = \frac{326400}{1440.95} = 226$$

#### 4.22 Encuesta

Para la aplicación de la encuesta, se diseñó el siguiente cuestionario, mismo que se aplicó al número de personas que arrojó la muestra probabilística. ANEXO 1

Nombre \_\_\_\_\_ edad: \_\_\_\_\_

Sexo: Femenino \_\_\_\_\_ Masculino \_\_\_\_\_ Teléfono: \_\_\_\_\_

Correo electrónico: \_\_\_\_\_

Ocupación: Hogar: \_\_\_\_\_ Estudiante: \_\_\_\_\_ Empleado \_\_\_\_\_

- 1) El tipo de productos de cultivo que consume es:
  - a. De cultivo en tierra
  - b. De Cultivo en Acuaponia
  - c. De cultivo en hidroponía
  
- 2) Estaría dispuesto a consumir alimentos Acuaponicos
  - a. Si
  - b. No
  
- 3) ¿Conoce la apersona que vende alimentos Acuaponicos en la Colonia?
  - a. Si
  - b. No
  
- 4) ¿Desearía tener un proveedor de alimentos Acuaponicos cerca de su hogar?
  - a. Si
  - b. No

- 5) De los siguientes alimentos seleccione la que más consume por semana
- Menta (para te o como especia)
  - Lechuga
  - Peces (Tilapia)
- 6) De acuerdo a la pregunta anterior cuantas piezas por semana compraría
- 1 a 5
  - 5 a 10
  - 15 a 20
- 7) Recomendaría el consumir alimentos por esta técnica a sus conocidos
- Si
  - No
- 8) ¿Desearía recibir información sobre esta forma de cultivar alimentos?
- Si
  - No
- 9) ¿Que otro alimento le gustaría que se le ofreciera o cultivara para su venta?
- Jitomate
  - Tomate
  - Lechuga Morada
- 10) ¿Le gustaría comprar el producto en:?
- Supermercado
  - Mercado
  - Directo del proveedor (Creando ideas de vida) en su casa

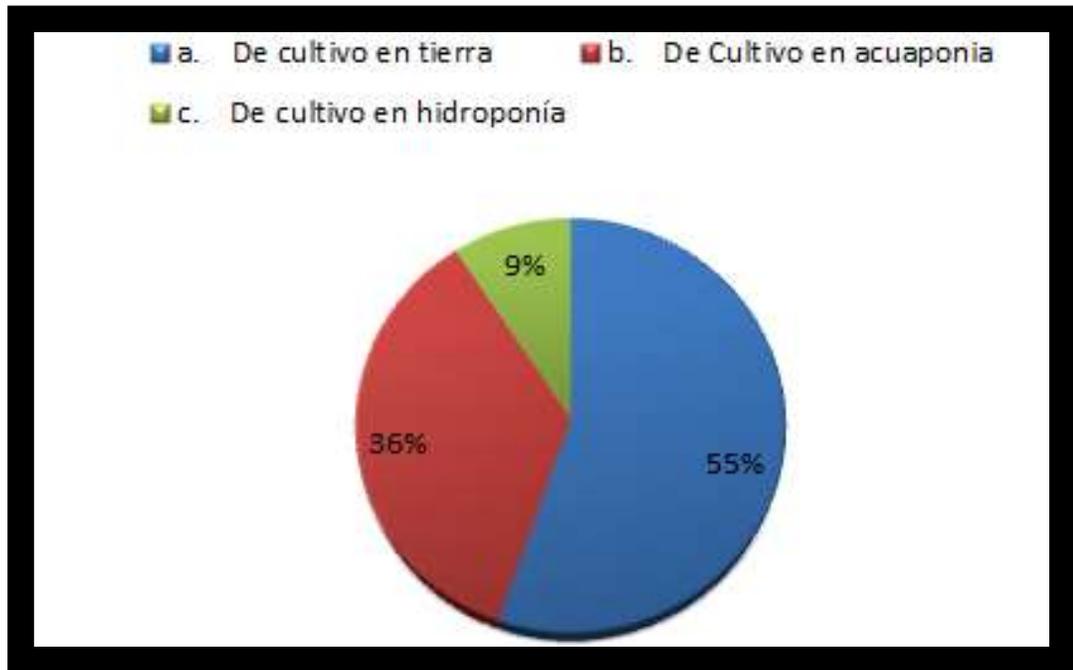
**AGRADEZCO SU AMABILIDAD Y TIEMPO PARA CONTESTAR NUESTRA  
ENCUESTA**

#### 4.23 Tabulación de la Información

Preguntas	Opciones de Respuesta					TOTAL
	A	B	C	SI	NO	
1.	125	80	21			226
2.				150	76	226
3.				135	91	226
4.				195	31	226
5.	41	150	35			226
6.	112	85	29			226
7.				208	18	226
8.				213	13	226
9.	85	29	112			226
10.	21	55	150			226
SEXO	FEMENINO		MASCULINO			
	150		76			226
ESCOLARIDAD	BASICA		MEDIA	SUPERIOR		
	86		99	41		226
OCUPACIÓN	ESTUDIANTE		EMPLEADO	HOGAR		
	55		111	60		226

#### 4.24 Graficas e Interpretación de la Información

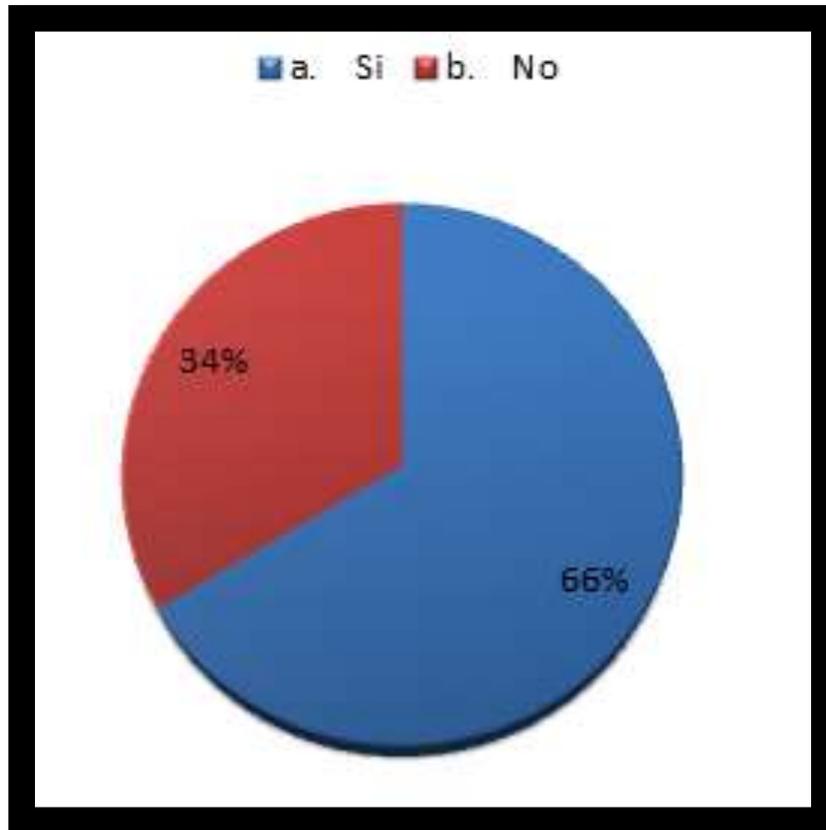
- 1) El tipo de productos de cultivo que consume es:
  - a. De cultivo en tierra
  - b. De Cultivo en acuaponia
  - c. De cultivo en hidroponía



La encuesta arroja que un porcentaje de gran consideración en cuanto a los productos Acuaponicos consumidos en esta Colonia, tienen grandes posibilidades para entrar a este mercado ya que la tendencia es a la alta, aunque los alimentos cultivado de manera siguen teniendo gran impacto, considerando que la población a un está empezando a conocer esta nueva modalidad de cultivo.

2) ¿Estaría dispuesto a consumir alimentos Acuaponicos?

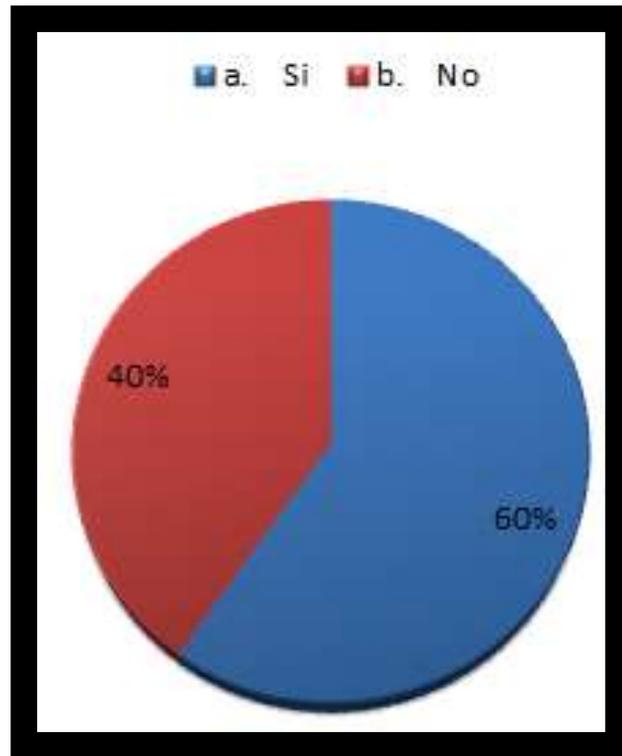
- a. Si
- b. No



Esta grafica nos muestra que la mayoría de la población está dispuesta a cambiar sus hábitos de compra al consumir los alimentos Acuaponicos sin ningún problema.

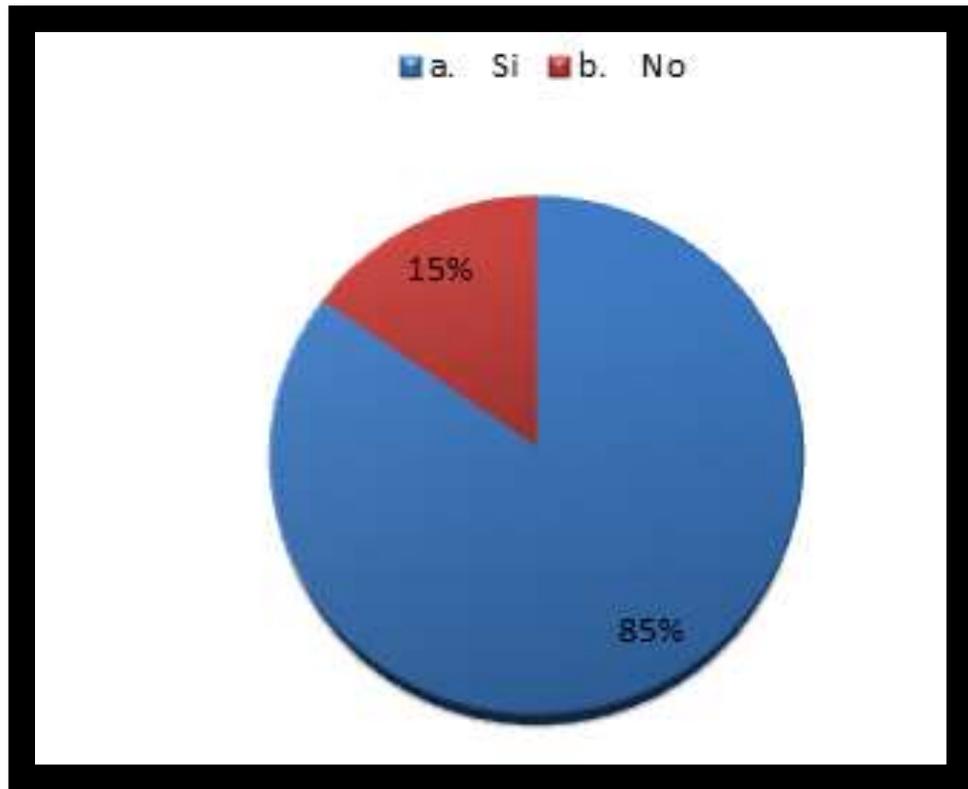
3) ¿Conoce la apersona que vende alimentos Acuaponicos en la Colonia?

- a. Si
- b. No



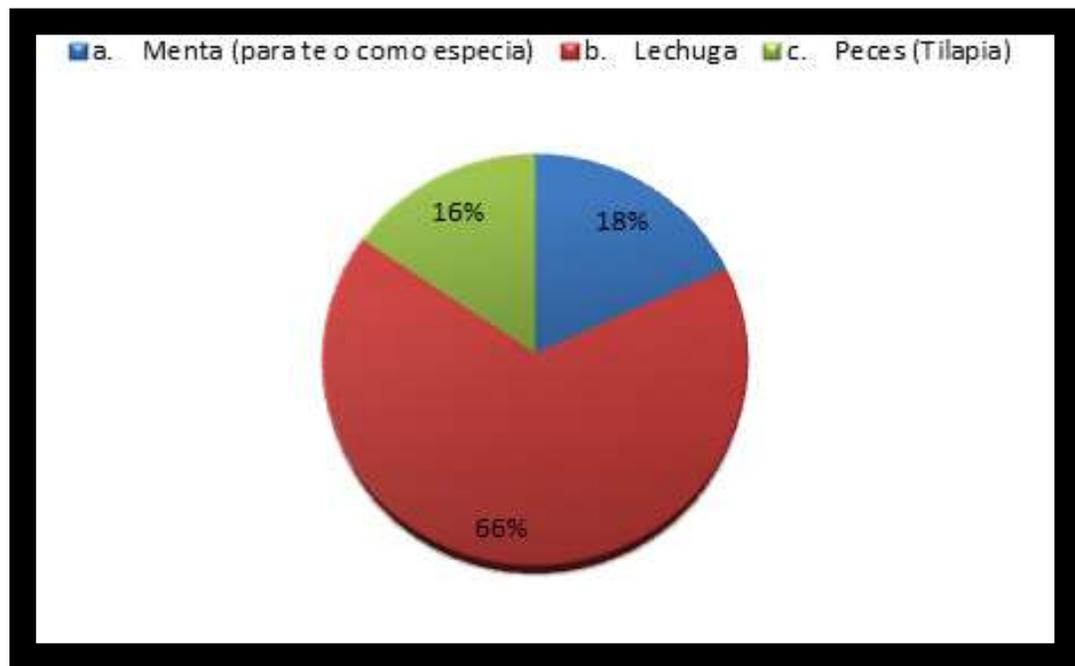
Más de la mitad conoce el lugar en donde se vende la lechuga y la mente cultivadas de manera ocupantica dentro de la colonia de la calendaría.

- 4) ¿Desearía tener un proveedor de alimentos Acuaponicos cerca de su hogar?
- a. Si
  - b. No



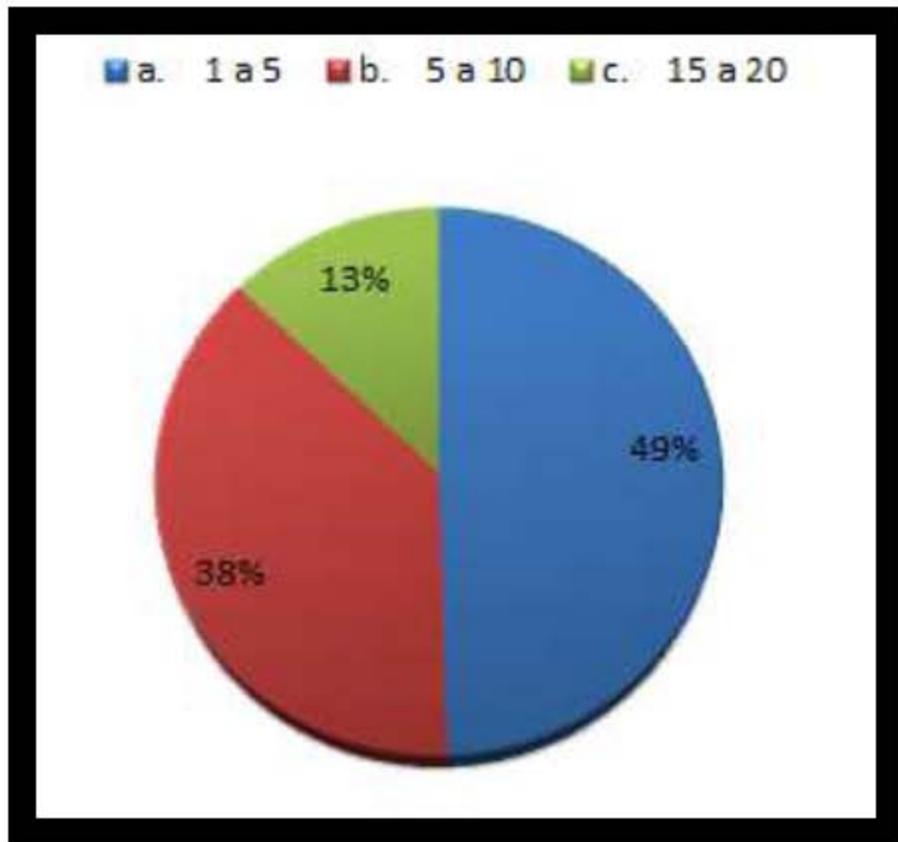
La mayoría de nuestros encuestados nos respondieron que si querían tener un proveedor cerca de estos alimentos corroborando que el concepto esta teniendo un impacto significativo.

- 5) De los siguientes alimentos seleccione la que más consume por semana
- a. Menta (para te o como especia)
  - b. Lechuga
  - c. Peces (Tilapia)



El alimento más consumido en esta zona es la lechuga por excelencia, seguida por la menta y casi al nivel del consumo de tilapia con un impacto menor.

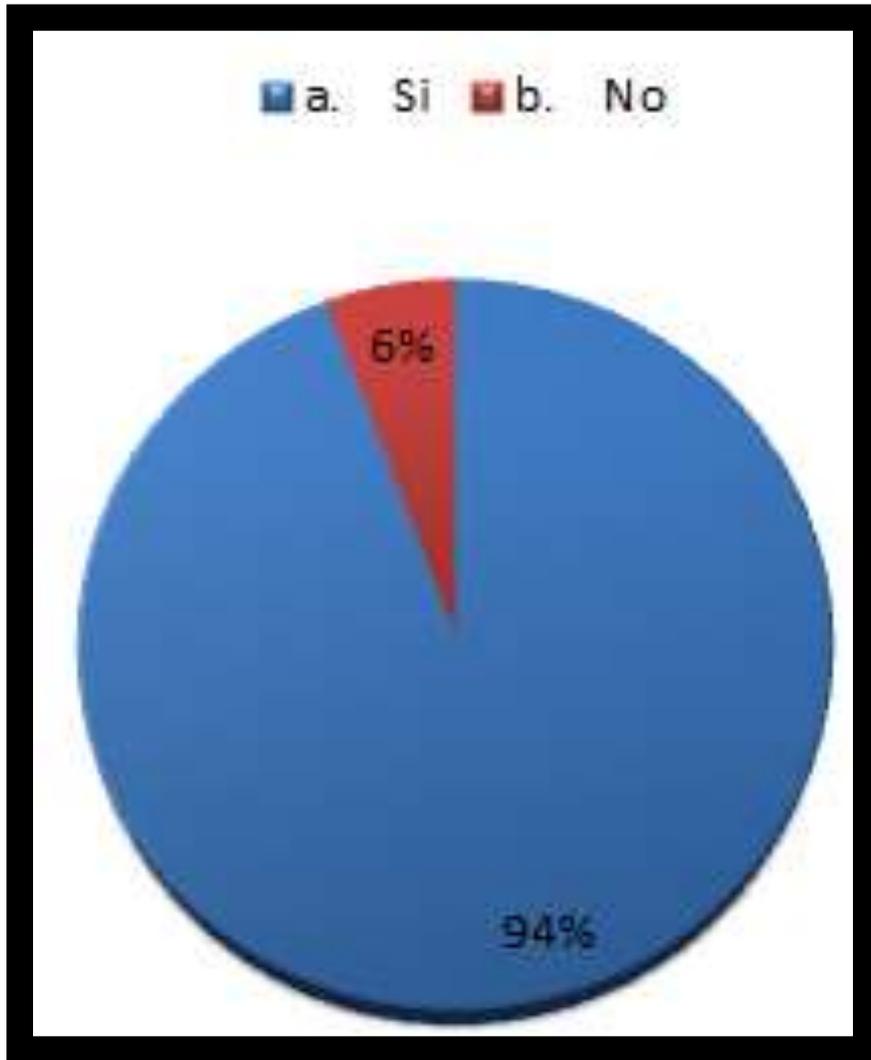
- 6) De acuerdo a la pregunta anterior cuantas piezas por semana compraría
- a. 1 a 5
  - b. 5 a 10
  - c. 15 a 20



En este caso las cantidades a comprar por semana oscilan entre las 1 a 5 pzas como parte de su gasto, seguido de un porcentaje no menos aceptable con un 38% que nos comprarían 5 a 10 pzas de alimento de cada alimento.

7) ¿Recomendaría el consumir alimentos por esta técnica a sus conocidos?

- a. Si
- b. No



En este caso casi el 100% de nuestra población en la colonia nos recomendaría para consumir productos cultivados de manera Acuaponica, considerando que la publicidad echa de boca en boca es la más barata y que tiene un impacto importante siempre y cuando lo que se promueva sea aceptable a nuestros consumidores.

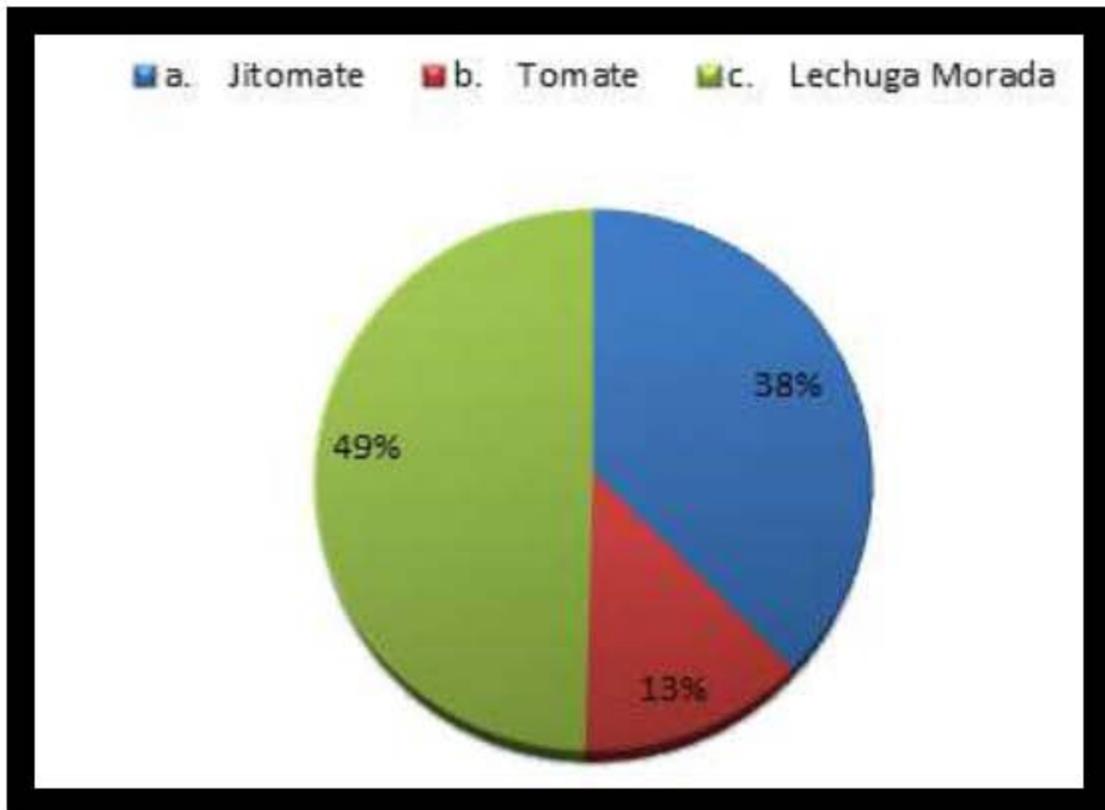
8) ¿Desearía recibir información sobre esta forma de cultivar alimentos?

- a. Si
- b. No



Nuevamente vemos que nuestros consumidores están interesados no solo en comprar los alimentos si no en saber y conocer más sobre nuestros procesos y procedimientos con los cuales se lleva dicho cultivo.

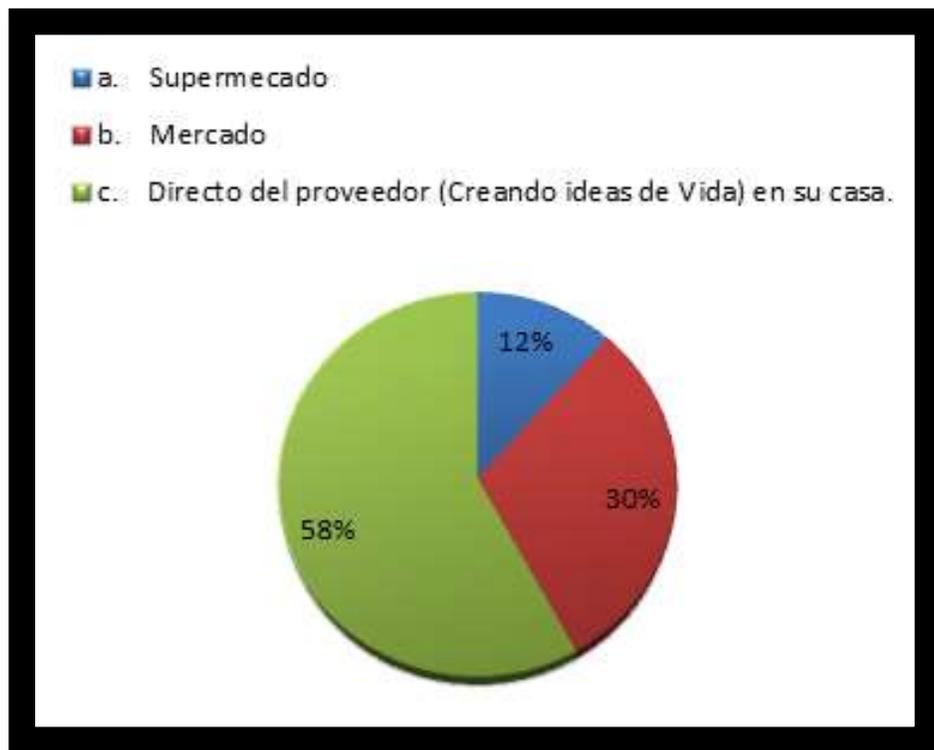
- 9) ¿Que otro alimento le gustaría que se le ofreciera o cultivara para su venta?
- a. Jitomate
  - b. Tomate
  - c. Lechuga Morada



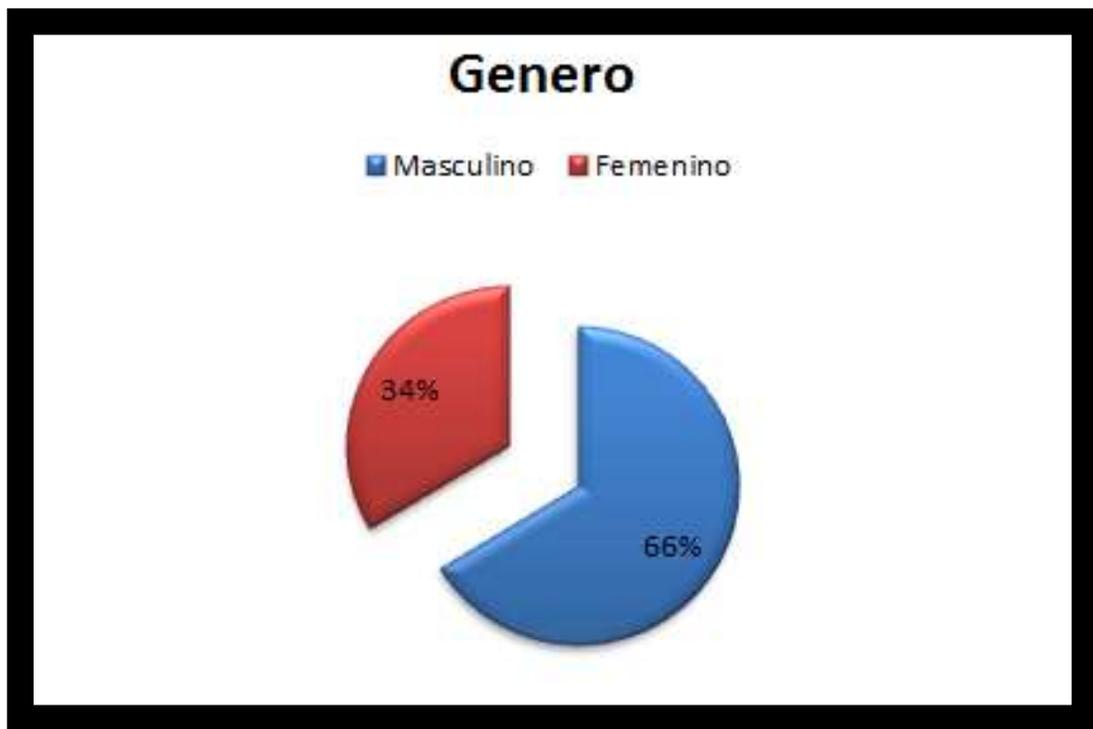
En este caso el alimento que propuesto para cultivar y que ha ganado esta vez las encuestas y es de interés para su consumo es la lechuga morada ganando con la mitad de las encuestas aplicadas.

10) ¿Le gustaría comprar el producto en?

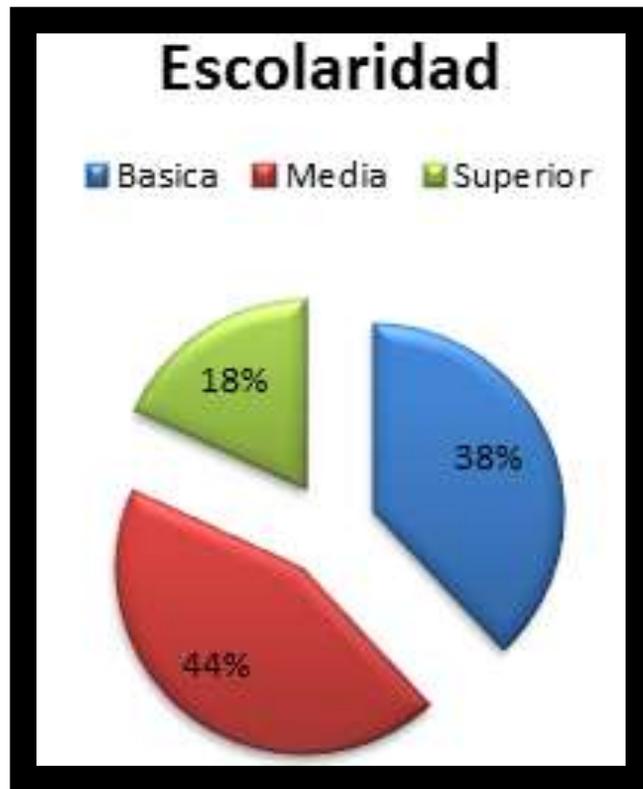
- a. Supermercado
- b. Mercado
- c. Directo del proveedor (Creando ideas de Vida) en su casa.



El lugar más idoneo que encuentra la gente para comprar los alimentos es directamente con el proveedor de la casa, sin dejar de tomar en cuenta al otro 30 porcienta muy considerable para que tambien se puedan vender en los mercados sobreruedas en un futuro.



Como datos complementarios Socio Culturales y de la demografía de las encuestas aplicadas, el genero que más nos contesto las encuestas fue el masculino teniendo una diponibilidad de aplicación de encuestas aceptable.



Prevalciendo un nivel escolar de nivel Medio Superior de las personas encuestadas, primordialmente y con un porcentaje menor, personas que tienen educación básica.



En este caso la población nos muestra que es activa y productiva al arrojaros datos sobre que la mitad de la población trabaja y la otra mitad se subdivide en estudiantes y igualando a las personas que se dedican a las tareas del hogar justificando que la población tiene un poder adquisitivo considerable y tiene tendencia al crecimiento económico.

#### 4.25 Conclusión del Análisis de Mercado para “Creando ideas de Vida”

Después de haber realizado el análisis de la información recabada en la investigación de mercado, se llega a la siguiente conclusión:

Se mostró una aceptación y se comprueba una aceptación general viable hacia el consumo de alimentos Acuaponicos sin importar el género que lo consuma siendo una población también de personas jóvenes que mostraron interés por nuestro concepto de mercado.

La ubicación geográfica encuestada fue la Colonia de la Candelaria ubicada en la Delegación Coyoacán, con un punto de referencia específico para el estudio de posibilidades de crecimiento, establecimiento y justificación del negocio sustentando de manera cuantitativa y cualitativa nuestra investigación.

Los alimentos más solicitados en este caso fueron la lechuga para su cultivo seguido de la menta para te o como condimento siendo los alimentos estrella de venta.

Los datos obtenidos nos dan una visión mayor del negocio, para verificar si es viable o no como negocio, así como para la toma de decisiones inmediatas o a futuro sobre lo que podría implementar para un mayor crecimiento a corto, mediano o largo plazo, siendo una herramienta básica de mucha utilidad y que nos genera información confiable, verídica y real, al tener la plena confianza en que nosotros mismos la estamos aplicando y que los datos que nos arrojan no se encuentran alterados.

## PLAN FINANCIERO

### 4.26 Cotización de Materiales para el Invernadero

Materiales	Precio por unidad
© Canaletas	\$165
© Tubos de PVC	\$54
© Bases de fierro	\$150
© Cinturones de trabajo	\$30
© Botes de Yakult	\$4
© Cortadora de PVC	\$950
© Celdas solares	\$8700
© Grava roja	\$80 m <sup>3</sup>
© Estanques	\$750
© Bomba de inversión	\$1250
© Mangueras de conexión	\$1,145 rollo
© Mayas de alambre	\$850 rollo
© Bipanel Solar (Secado de plantas)	\$6500
© Peces (Tilapia)	\$25
© Alimento	\$30

#### 4.27 Cotización de Materia Prima para el Cultivo

Materia Prima	Precio por unidad
© Peces (Tilapia)	\$25
© Alimento	\$30
Grava roja	\$80 m <sup>3</sup>
© Semilla Lechuga	\$30kg
© Semilla de Menta	\$40 kg
© Totales	205

## 4.28 Capacidad Instalada

### Producción y Ventas por Mes

Materia Prima	Precio Invertido	Rendimiento por cada mes	\$ Ganancia
© Peces (Tilapia) 8. Se compran cada año	\$200	10 peces vta en \$50	500
© Alimento 1kg Se compra cda mes	\$30	nulo	-
Grava roja 1 m3 se compra cada año	\$80	nulo	-
© Semilla Lechuga 1kg Se compra cda 4 meses	\$30	Se siembran ¼ de semillas (150) semillas y se venden en \$15	2250
© Semilla de Menta 1kg Se compra cda 4 meses	\$40	Se siembran ¼ de semillas (500) semillas y se venden \$10 5gramos	5000
<b>Totales</b>	<b>405</b>		<b>7750</b>

## 4.29 Producción y Ventas Anuales

Materia Prima	Precio por unidad Invertido Anual	Rendimiento por cada dos meses o ganancia	\$ Ganancia Anual
© Peces (Tilapia)	\$200	2 peces	6000
© Alimento	\$360	nulo	-
Grava roja	\$80	nulo	-
© Semilla Lechuga	\$90	Se siembran ¼ de semillas (50) semillas y se venden en 15	27000
© Semilla de Menta	\$160	Se siembran ¼ de semillas (100) semillas y se venden 10 5gramos	60000
<b>Totales</b>	<b>890</b>		<b>93,000</b>

#### 4.30 Tabulación de Sueldos y Salarios

Sueldos y salarios Mínimos y Profesionales según:

- ❖ Comisión Nacional de Salarios Mínimos (CONASAMI)
- ❖ Secretaría de trabajo y Previsión Social (STPS)
- ❖ Diario Oficial de la Federación (DOF)
- ❖ Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI)

Referencia ANEXO 2

<b>PUESTO</b>	<b>SUELDO DIARIO</b>	<b>SUELDO MENSUAL</b>
<b>GERENTE</b>	371.42	11,142.60
<b>SECRETARIA</b>	247.60	7428
<b>OPERADOR</b>	95.76	2872.80
<b>TOTAL</b>	714.78	21,443.40

## 4.31 Balance General

<b>BALANCE GRAL</b>			
<b>DEL 01 DE ENERO DE 2015 AL 31 DE DICIEMBRE DE 2015</b>			
<b>ACTIVO CIRCULANTE</b>			
BANCOS	\$	300,000.00	
INVENTARIO	\$	233.50	
			\$ 300,233.50
<b>TOTAL ACTIVO CIRCULANTE</b>			
<b>ACTIVO FIJO</b>			
BIENES MUEBLES	\$	7,750.00	
MENOS DEP ACUMULADA	\$	250.00	\$ 7,500.00
EQUIPO	\$	15,000.00	
MENOS DEP ACUMULADA	\$	2,500.00	\$ 12,500.00
<b>TOTAL ACTIVO FIJO</b>			
			\$ 20,000.00
<b>TOTAL ACTIVO</b>			
			\$ 280,233.50
<b>PASIVO CIRCULANTE</b>			
Cuentas por pagar			
IMPUESTOS SOBRE VENTAS	NO APLICA EN ALIMENTOS		
IMPUESTO SOBRE SALARIOS			
SUELDOS DEVENGADOS			
<b>TOTAL PASIVO CIRCULANTE</b>			
<b>PASIVO FIJO</b>			
PAGARES A PAGAR A LARGO PLAZO			
HIPOTECAS A PAGAR			
<b>TOTLA PASIVO NO CIRCULANTE</b>			
			\$ -
<b>PASIVO TOTAL</b>			
<b>PATRIMONIO</b>			
PATRIMONIO NETO	\$	280,233.50	
UTILIDAD NETA			\$ 280,233.50
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>			<b>\$ 280,233.50</b>

## 4.32 Estado de Resultados

ESTADO DE RESULTADOS			
DEL 01 DE ENERO DE 2015 AL 31 DE DICIEMBRE DE 2015			
VENTAS	\$	93,000.00	
(-) COSTO VENTAS	\$	890.00	
(=) UTILIDAD BRUTA			\$ 92,110.00
(-) GASTOS DE OPERACIÓN	\$	350.00	
(=) GASTOS DE VENTAS			\$ 91,760.00
(+) GASTOS ADMON	\$	450.00	
(+) GASTOS FINANCIEROS			
(+) DEPRECIACIÓN	\$	1,259.00	
TOTAL DE GASTOS DE OPERACIÓN			
(=) UTILIDAD DE OPERACIÓN			\$ 1,709.00
(+) OTROS GASTOS NO OPERATIVOS			\$ 90,051.00
(-) OTROS GASTOS NO OPERATIVOS			
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS			\$ 90,051.00

## CONCLUSIONES

Con la investigación que se ha realizado, puedo demostrar y sustentar que la implementación del Proyecto “Creando ideas de Vida” basado en la Acuaponia realizado en México Distrito Federal, puede tener un alto índice de éxito en el mercado con aceptación dentro de la zona geográfica aplicada.

Asimismo, se confirma y demuestra que los consumidores de la zona de la Candelaria son potenciales para el consumo de los alimentos que se manejan (acuaponico).

Tomando en cuenta a los recursos humanos, la materia prima y las proyecciones, se muestran que es rentable el negocio, con un concepto 100% amigable con el ambiente y con un concepto innovador con mucho potencial.

La inversión del proyecto es mínima, punto a favor de muchos micro empresarios que quieren emprender un negocio y cuentan con poco capital pero que les generara un buen rendimiento a corto plazo.

## GLOSARIO

### © **Acuaponia:**

Se conoce como acuaponía al sistema de producción sostenible de plantas y peces que combina la acuicultura tradicional, que es la cría de animales acuáticos como peces, cangrejos de río y camarones, con la hidroponía, cultivo de plantas en agua, en un medioambiente simbiótico. En acuicultura, por lo general, las secreciones de los animales cultivados pueden acumularse en el agua, aumentando su toxicidad. En un sistema de acuaponía, el agua del sistema de acuicultura alimenta al sistema hidropónico donde los desechos son descompuestos por las bacterias de nitrificación en nitratos y nitritos, los cuales son filtrados y utilizados por las plantas como nutrientes, permitiendo luego que el agua retorne al sistema de acuicultura. El término acuaponía es una contracción (*portmanteau*) de las palabras "hidroponía" y "acuicultura".

### © **Hidroponia:**

La hidroponía o agricultura hidropónica es un método utilizado para cultivar plantas usando disoluciones minerales en vez de suelo agrícola. La palabra hidroponía proviene del griego ὕδωρ [*hýdōr*] = 'agua', y πόνοσ [*ponos*] = 'labor', 'trabajo'

### © **Concepto de Administración:**

1.- La Administración también conocida como Administración de empresas es la ciencia social, técnica y arte que se ocupa de la planificación, organización, dirección y control de los recursos (humanos, financieros, materiales, tecnológicos, el conocimiento, etc) de la organización, con el fin de obtener el máximo beneficio posible; este beneficio puede ser económico o social, dependiendo esto de los fines que persiga la organización.

2.- Etimológicamente, la palabra administración proviene del latín ad (dirección, tendencia) y minister (subordinación u obediencia), por lo que puede entenderse como el cumplimiento de una función bajo el mando de otro.

© **Concepto de Planeación:**

Es el proceso que comienza con la visión y misión de la organización para la ejecución de una acción futura.

© **Concepto de Dirección:**

Es la influencia, persuasión que se ejerce por medio del Liderazgo sobre los individuos para la consecución de los objetivos fijados; basado esto en la toma de decisiones usando modelos lógicos y también intuitivos de Toma de decisiones.

© **Áreas Funcionales:**

Es un sector organizacional cuyos componentes habituales son el trabajo, las actividades y las tareas comunes y homogéneas por su naturaleza que contribuyen a un objetivo similar.

© **Proceso Administrativo:**

Según Fayol se conforma por cinco elementos:

- **Prever.-** Examinar el futuro trazando un programa de acción
- **Organizar.-** Construir la estructura material y humana de la entidad
- **Dirigir.-** Guiar al personal hacia el cumplimiento de los planes
- **Coordinar.-** Enlazar armoniosamente todos los actos y esfuerzos
- **Controlar.-** Verificar que todo suceda de acuerdo con las reglas y órdenes dadas.

© **Control:**

Según Harold Koontz es la medición de lo logrado en relación con lo estándar y la corrección de las desviaciones, para asegurar la obtención de los objetivos de acuerdo con el plan.

© **Dirección:**

Es la aplicación de los conocimientos en la toma de decisiones, incluye la tarea de fincar los objetivos, alcanzarlos, determinación de la mejor manera de llevar a cabo el liderazgo y ocuparse de la manera de planeamiento e integración de todos los sistemas, en un todo unificad

© **Liderazgo**

Es el conjunto de habilidades gerenciales o directivas que un individuo tiene para influir en la forma de ser de las personas o en un grupo de personas determinado, haciendo que este equipo trabaje con entusiasmo, en el logro de metas y objetivos.

© **Organización**

Es la estructuración de las relaciones que deben existir entre las funciones, niveles y actividades de los elementos materiales y humanos de un organismo social, con el fin de lograr su máxima eficiencia dentro de los planes y objetivos señalados.

© **Jerarquización:**

Se refiere a la disposición de funciones por orden de rango, grado o importancia.

## BIBLIOGRAFIA

- Fleitman Jack, *Evaluación Integral para implantar modelos de calidad, Mayor eficiencia, mejor servicio, mayor competitividad, Sector Publico y Privado*, Ed. Pax México 2009
- Pinson Linda, *Anatomía de un plan de Negocio*. Ed. E 2003
- IGuzmán, Valdivia Isaac *Reflexiones sobre la Administración*. Ed. Reverte 2008
- Nava García Luis José, *Administración I*. Ed. Nueva Imagen 2007
- Galindo, Lourdes Münch. *Fundamentos de administración: Casos y Prácticas*. 360. Ed. Trillas, México 2011
- E.Jackson Sunan, Jhon W. Slocum y Hellriegel, *Administración un Enfoque Basado en Competencias*, ED. Thomson, México 2009.
- Hernández Sampieri Roberto C. *Metodología de la Investigación Tercera Edición*, Ed. Mac Cgraw Hill 2004.
- Molina García Cuauhtémoc, *Administración 2*, Ed. Nueva Imagen Primer Reimpresión 2009.
- Kotler & Amstrong *Fundamentos de Marketing Octava Edición*, Ed, Pearson Prentice Hall, 2008
- Garza Treviño, Juan Gerardo. *Administración Contemporanea 2ª ed.*, Mc Graw-Hill, México 2007.
- Luchia, Cecilia, *Como Crear mi Propia Empresa* Ed. Macchi 2000.
- Reséndiz, Juan, *Manual para Emprendedores*, Pic, Ed. Mac Graw Hill, 2000
- Reyes Ponce, Agustín, *Administración de Empresas. Teoría y Práctica*. Primera parte, México, Trillas, 2005.
- Robbins, Stephen. *Fundamentos de Administración*. México, Prentice Hall, 2002.
- Daft, Richard L. *Administración*, Sexta Edición, México, Ed. Thomson 2004.
- Franklin, Enrique Benjamín, *Organización de Empresas. Análisis Diseño y Estructura*, México, Mc Graw Hill 2002.
- Gómez Ceja Guillermo, *Sistemas Administrativos*, Mc Graw Hill, México 2000.

## MESOGRAFIA

- Revista Entrepreneur  
<http://www.soyentrepreneur.com/>
- Diccionario de la Real Academia Española  
<http://dle.rae.es/?w=empresa&o=h>
- Nafinsa  
<http://www.nafin.com.mx/portalfn/content/home/cadenas-productivas.html>
- PYMES  
<http://pyme.lavoztx.com/tres-tipos-de-objetivos-para-la-planificacin-12460.html>
- Negocios  
<http://negocios.uncomo.com/articulo/cuales-son-las-areas-funcionales-de-una-empresa-26437.html>
- INEGI  
<http://www.inegi.org.mx/>

## ANEXOS

### FORMATO DE ENCUESTA

## CREANDO IDEAS DE VIDA

Nombre \_\_\_\_\_ edad: \_\_\_\_\_  
Sexo: Femenino \_\_\_\_\_ Masculino \_\_\_\_\_ Teléfono: \_\_\_\_\_ Correo electrónico: \_\_\_\_\_  
Ocupación: Hogar: \_\_\_\_\_ Estudiante: \_\_\_\_\_ Empleado: \_\_\_\_\_

1) El tipo de productos de cultivo que consume es:  
a. De cultivo en tierra  
b. De Cultivo en **Acuaponía**  
c. De cultivo en hidroponía

2) ¿Sería dispuesto a consumir alimentos **Acuaponicos**?  
a. Si  
b. No

3) ¿Conoce la persona que vende alimentos **Acuaponicos** en la Colonia?  
a. Si  
b. No

4) ¿Desearía tener un proveedor de alimentos **Acuaponicos** cerca de su hogar?  
a. Si  
b. No  
c.

5) De las siguientes alimentos seleccione la que más consume por semana:  
a. Maní (para la o como especia)  
b. Lechuga  
c. Peces (Tilapia)

6) De acuerdo a la pregunta anterior cuántas piezas por semana compraría?  
a. 1 a 2  
b. 3 a 10  
c. 15 a 20

7) Recomendaría al consumir alimentos por esta técnica a sus conocidos?  
a. Si  
b. No

8) ¿Desearía recibir información sobre esta forma de cultivar alimentos?  
a. Si  
b. No

9) ¿Que otro alimento le gustaría que se le ofreciera o cultivara para su venta?  
a. Jitomate  
b. Tomate  
c. Lechuga Morada

10) ¿Le gustaría comprar el producto en?  
a. **Supermercado**  
b. Mercado  
c. Directo del proveedor (Creando ideas de vida) en su casa



## SALARIOS MINIMOS

### COMISION NACIONAL DE LOS SALARIOS MINIMOS

RESOLUCIÓN del H. Consejo de Representantes de la Comisión Nacional de los Salarios Mínimos que revisa los salarios mínimos generales y profesionales vigentes desde el 1 de abril de 2015 y establece los que habrán de regir a partir del 1 de octubre de 2015.

Al margen un logotipo, que dice: Comisión Nacional de los Salarios Mínimos.

RESOLUCIÓN DEL H. CONSEJO DE REPRESENTANTES DE LA COMISIÓN NACIONAL DE LOS SALARIOS MÍNIMOS QUE REVISA LOS SALARIOS MÍNIMOS GENERALES Y PROFESIONALES VIGENTES DESDE EL 1o. DE ABRIL DE 2015 Y ESTABLECE LOS QUE HABRÁN DE REGIR A PARTIR DEL 1 DE OCTUBRE DE 2015.

En la Ciudad de México, Distrito Federal, el día veinticuatro de septiembre de dos mil quince siendo las veinte horas con dieciocho minutos, presentes los CC. miembros del H. Consejo de Representantes de la Comisión Nacional de los Salarios Mínimos en el domicilio de ésta, sito en el edificio número catorce de la Avenida Cuauhtémoc, procedieron a revisar los salarios mínimos generales y profesionales que entrarán en vigor en la República Mexicana; VISTOS para resolver el Informe de la Dirección Técnica y demás elementos de juicio, y

RESULTANDO:

**PRIMERO.** La fracción VI del apartado A) del artículo 123 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos faculta a la Comisión Nacional de los Salarios Mínimos para fijar éstos y a su vez el artículo 570, segundo párrafo, y 573 de la Ley Federal del Trabajo la facultan para revisar los salarios mínimos generales y profesionales vigentes en el país.

**SEGUNDO.** El diecisiete de septiembre de 2015, el C. Secretario del Trabajo y Previsión Social hizo llegar al Presidente de esta Comisión la solicitud de revisión

de los salarios mínimos que le presentaron el catorce de septiembre el Presidente del Congreso del Trabajo, el Secretario General de la Confederación de Trabajadores de México y los CC. Representantes de los Trabajadores ante la Comisión Nacional de los Salarios Mínimos, en uso de la facultad que les confiere la fracción II del artículo 570 de la Ley Federal del Trabajo. En el oficio correspondiente se hace constar que la Secretaría del Trabajo y Previsión Social se ha cerciorado de que dicha solicitud satisface los requisitos señalados en la fracción II, incisos a) y b) del mencionado artículo.

**TERCERO.** Con fundamento en la fracción VI del apartado A) del artículo 123 Constitucional y la fracción I del artículo 573 de la Ley Federal del Trabajo, en lo conducente, el Presidente de la Comisión convocó al Consejo de Representantes para someter a su consideración la solicitud del Presidente del Congreso del Trabajo, del Secretario General de la Confederación de Trabajadores de México y de los CC. Representantes de los Trabajadores ante la Comisión Nacional de los Salarios Mínimos.

CONSIDERANDO:

**PRIMERO.** La fracción VI del apartado A) del artículo 123 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos establece en forma imperativa que los salarios mínimos se fijarán por una Comisión Nacional, a la vez que señala los atributos que deberá reunir el salario mínimo. El artículo 90 de la Ley Federal del Trabajo en vigor, reglamentaria de este precepto Constitucional, recoge estos señalamientos y el artículo 570, fracción II del mismo ordenamiento legal, faculta a los Sindicatos, Federaciones y Confederaciones de Trabajadores para solicitar la revisión de los salarios mínimos durante su vigencia.

**SEGUNDO.** El Resolutivo Quinto de la Resolución del H. Consejo de Representantes de la Comisión Nacional de los Salarios Mínimos que revisa los salarios mínimos generales y profesionales vigentes desde el 1o. de enero de 2015 y establece los que habrán de regir a partir del 1o. de abril de 2015, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 30 de marzo del presente, determinó que: “Los sectores representados en este Consejo nos comprometemos a llevar a cabo la conclusión del proceso de convergencia de los salarios mínimos

de las áreas geográficas A y B a partir del próximo mes de octubre de 2015, para llegar a un solo salario mínimo general en todo el país, el de la actual área geográfica A, y a un solo salario mínimo profesional, el de la actual área geográfica A, para cada una de las ocupaciones comprendidas en el Listado de profesiones, oficios y trabajos especiales para los que rigen salarios mínimos profesionales, respetando lo establecido en el artículo 570 de la Ley Federal del Trabajo”.

Con la presente Resolución, el Consejo de Representantes está dando cumplimiento a este Acuerdo.

**TERCERO.** La Dirección Técnica de la Comisión Nacional de los Salarios Mínimos hace suya la actual solicitud de los Sindicatos, Federaciones y Confederaciones de Trabajadores a efecto de lo dispuesto en el artículo 561, fracción II de la Ley Federal del Trabajo, al tomar en cuenta los siguientes elementos que continúan vigentes:

- El Programa Sectorial de Trabajo y Previsión Social 2013-2018, para el logro del Objetivo 3 “Salvaguardar los derechos de los trabajadores y personas en situación de vulnerabilidad y vigilar el cumplimiento de la normatividad laboral”, determina la Estrategia 3.6 “Proteger el salario y la capacidad adquisitiva de los trabajadores y sus familias, y contribuir a mejorar la economía familiar”, la cual en su Línea de Acción 3.6.5 establece el compromiso de “Avanzar en la recuperación del poder adquisitivo del salario mínimo y establecer un solo salario mínimo general en el país”.
- El Segundo Resolutivo del inciso d) de la Resolución del H. Consejo de Representantes de la Comisión Nacional de los Salarios Mínimos por la que se crea la Comisión Consultiva para la Recuperación gradual y sostenida de los Salarios Mínimos Generales y Profesionales, establece: “Analizar y evaluar la viabilidad para establecer un solo salario mínimo general en toda la República Mexicana y establecer la estrategia y el calendario para su instrumentación”. Esta Resolución fue publicada en el Diario Oficial de la Federación el 3 de octubre de 2014.

- Los trabajos que desde hace varios años ha venido realizando, por mandato del Consejo de Representantes, para estudiar la viabilidad de la homologación de las áreas geográficas hacia un solo salario mínimo general.

**CUARTO.** El Consejo de Representantes estudió la solicitud del Presidente del Congreso del Trabajo, del Secretario General de la Confederación de Trabajadores de México y de los CC. Representantes de los Trabajadores ante la Comisión Nacional de los Salarios Mínimos y decidió que los fundamentos que la apoyan son suficientes para iniciar el proceso de revisión de los salarios mínimos vigentes, motivo por el cual conforme a la orden del C. Presidente de la Comisión, la Dirección Técnica presentó el Informe a que se refiere el artículo 573 fracción I de la Ley Federal del Trabajo.

**QUINTO.** El Consejo de Representantes analizó el Informe preparado por la Dirección Técnica, el cual considera el movimiento de los precios y sus repercusiones en el poder adquisitivo de los salarios mínimos, así como los datos más significativos de la situación económica nacional para que dicho Consejo dispusiera de la información necesaria para revisar los salarios mínimos vigentes y fijar, en su caso, los que deben establecerse.

**SEXTO.** El Consejo de Representantes consideró que existen circunstancias económicas propicias para realizar la Revisión de los salarios mínimos generales y profesionales vigentes desde el 1o. de abril de 2015.

Los principales rasgos que muestra la evolución de la economía nacional en los últimos meses son los siguientes:

- Durante el primer semestre de 2015, la economía mexicana mantuvo un desempeño favorable, a pesar de un entorno internacional complejo. En ese periodo la economía mundial creció por debajo de las expectativas. En el caso de Estados Unidos de Norteamérica, el menor crecimiento fue resultado de condiciones económicas adversas, del fortalecimiento del dólar frente al resto de las monedas, de un menor dinamismo de su demanda externa, así como por problemas laborales en los puertos de la costa oeste de ese país a inicios de año. En este contexto, la producción industrial de Estados Unidos de Norteamérica

registró dos contracciones trimestrales consecutivas, situación que no ocurría desde el segundo trimestre de 2009.

- Durante el primer semestre de 2015, el Producto Interno Bruto (PIB) de nuestro país creció 2.4% con respecto al mismo lapso de 2014. A su interior, las actividades agropecuarias, la producción industrial y los servicios aumentaron a tasas anuales de 4.5%, 1.0% y 3.0%, respectivamente. Se anticipa que en la segunda mitad del año las exportaciones no petroleras de México tendrán una aceleración, de manera consistente con el mayor crecimiento esperado para la economía estadounidense y, en particular, de su producción industrial.

- Se prevé que en este año el PIB de México registre un crecimiento real dentro de un rango de 2.0% a 2.8%. Aun con el límite inferior de 2.0%, la economía nacional crecerá más que durante el 2014.

- Entre enero y junio, la inversión fija bruta creció 5.4% anual, el mayor aumento anual para un periodo similar desde 2012. Asimismo, durante el primer semestre la Inversión Extranjera Directa hacia nuestro país fue de 13 mil 750 millones de dólares con cifras preliminares, lo que representa un crecimiento de 41.3% respecto al monto preliminar reportado en el mismo periodo de 2014.

- Durante el segundo semestre del año se espera un fortalecimiento de la demanda interna, impulsado por el crecimiento del empleo formal, la expansión del crédito, un aumento del salario real, y una mejoría paulatina de la confianza de los consumidores y las compañías.

Así, el mayor dinamismo del consumo está relacionado con el mejor desempeño de sus principales determinantes.

- o La disminución de la tasa de desocupación, que en el primer semestre se ubicó en 4.3% de la Población Económicamente Activa y se compara con un 4.8% en el mismo periodo de 2014.

- o La generación de empleos formales. Durante agosto, el crecimiento anual del empleo fue de 767 mil puestos registrados ante el Instituto Mexicano del Seguro Social (4.5%), el mayor crecimiento anual en términos absolutos para un agosto en los últimos 15 años.

o Para el trimestre octubre-diciembre de 2015, los empleadores de México reportan planes de contratación de personal que muestran un pequeño repunte respecto al trimestre anterior. Se reportan pronósticos positivos en cada uno de los sectores y regiones del país, especialmente en las regiones Norte (Chihuahua, Coahuila, Durango y Zacatecas) y Occidente (Aguascalientes, Colima, Jalisco, Michoacán y Nayarit). Los pronósticos más optimistas se reportan en los sectores de manufacturas y en comunicaciones y transportes.

o Un menor nivel de inflación, la cual se ha ubicado durante los últimos 12 meses, de agosto de 2014 a agosto de 2015, en 2.6%, nivel mínimo histórico para un periodo similar desde 1970, cuando se inició el registro del Índice Nacional de Precios al Consumidor (INPC), es decir, desde hace 45 años.

o Los especialistas en economía del sector privado, consultados por el Banco de México en su encuesta de agosto del presente año, han indicado una expectativa de inflación general para el cierre de 2015 de 2.82%.

o El incremento de salario promedio de cotización al Instituto Mexicano del Seguro Social, que en los primeros siete meses del año tuvo un aumento real de 6.1%, el mayor para este período desde 2001.

o Las remesas de los residentes mexicanos en el extranjero sumaron 14 mil 308 millones de dólares, monto 5.2% superior al reportado en el periodo enero-julio de 2014.

o En julio se observa una expansión del otorgamiento de crédito a empresas y personas físicas con actividad empresarial de 9.5%, mientras que el crédito a la vivienda creció 9.6% real anual, el mayor crecimiento desde octubre de 2008.

o Estos factores se reflejaron en que el valor real de las ventas totales de la Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales se incrementó a un ritmo real anual de 9.5% durante los primeros siete meses del año.

■ Se considera que parte del mayor dinamismo esperado para el consumo y la inversión sea resultado de las reformas estructurales que se están implementando. En particular, se prevé que el consumo privado se siga viendo favorecido por los menores costos de los servicios de telecomunicaciones y de las tarifas eléctricas domésticas, así como por una mayor oferta de crédito. La

inversión privada seguirá fortaleciéndose por el ambiente de mayor apertura a la competencia en varios sectores (destacando el de las telecomunicaciones), condiciones favorables de acceso a financiamiento y disponibilidad de insumos estratégicos a menores precios.

- En el ejercicio fiscal 2015, el Gobierno Federal mantiene la ruta trazada en el fortalecimiento de las finanzas públicas. Entre noviembre de 2014 y agosto de 2015, el precio de la mezcla de crudo mexicano cayó 46.8%. De diciembre de 2014 a julio de 2015, la plataforma de producción de petróleo promedió 2 millones 275 mil barriles diarios (mbd), 125 mbd menos que lo presupuestado. Lo anterior se tradujo en una caída de los ingresos petroleros del Sector Público, sin considerar los beneficios asociados a la cobertura petrolera, equivalente a 2.1% del PIB. Asimismo, se estima que los ingresos de organismos y empresas (distintos de Petróleos Mexicanos, Pemex) serán menores al presupuesto en 0.3% del PIB, principalmente por menores tarifas eléctricas de la Comisión Federal de Electricidad (CFE). Esta situación será contrarrestada por tres factores: (1) la estrategia de coberturas del precio del petróleo; (2) un incremento en los ingresos tributarios asociado a la Reforma Hacendaria, y (3) la materialización de un ajuste preventivo del gasto programable que permitirá contener las presiones de gasto no programable para cerrar el año dentro de las metas de balance aprobadas por el Congreso de la Unión.

- La volatilidad de los mercados financieros globales se ha incrementado. La expectativa de normalización de la política monetaria en Estados Unidos de Norteamérica, la caída en los precios del petróleo y los recientes eventos de incertidumbre asociados a las expectativas de crecimiento chino se han traducido en un incremento en la volatilidad y en un fortalecimiento generalizado del dólar.

Si bien las monedas de países emergentes con mayor exposición a las materias primas han sido las más afectadas, el ajuste y el entorno de incertidumbre también han afectado la cotización del peso mexicano. En este contexto, el 30 de julio la Comisión de Cambios incrementó las subastas diarias sin precio mínimo y redujo el nivel de depreciación diaria requerido para activar

subastas adicionales con precio mínimo. Estas medidas buscan procurar un entorno de mayor liquidez y un ajuste ordenado en el mercado cambiario.

- Enmarcado en este panorama externo complicado, la libre flotación del peso funciona como un mecanismo amortiguador de la volatilidad externa y reduce su efecto sobre las variables financieras internas. Así, México mantiene un ritmo de crecimiento mayor que el observado en 2014 y una estabilidad sobresaliente en su nivel de precios y en las tasas de interés que se ubican en niveles históricamente bajos, lo que ha permitido al país mantener costos de financiamiento bajos.

- En México prevalece un ambiente de paz laboral, como resultado del diálogo, la conciliación y el acuerdo que permean en las negociaciones que realizan las organizaciones de trabajadores y los patrones, lo que se concreta en 23 meses consecutivos en los que no se ha presentado una sola huelga de jurisdicción federal en todo el territorio nacional.

- El comportamiento positivo del Índice Global de Productividad Laboral de la Economía en los 18 meses recientes contrasta con el hecho de que en los últimos 20 años la productividad total del país disminuyó en un punto cada año.

- En el primer semestre del año, el Índice del Costo Unitario de la Mano de Obra (ICUMO) registró una disminución de 1.7%, debido a la reducción conjunta del costo unitario de la mano de obra en las empresas de servicio (-4.5%) y en las del comercio al por mayor (-1.9%), que superaron los incrementos en las empresas de las industrias manufactureras (0.8%) y del comercio al por menor (1.6%).

**SÉPTIMO.** En la presente revisión salarial, el Consejo de Representantes tomó en cuenta que se ha acelerado la tendencia a la nivelación de los costos de vida de las familias de trabajadores de salario mínimo en todo el país como efecto de la homogenización de las políticas de comercialización de las empresas públicas y privadas que ofrecen los bienes y servicios que integran su canasta de consumo.

**OCTAVO.** Asimismo, el Consejo aprecia que en los seis meses transcurridos desde la Revisión de los salarios mínimos el pasado mes de abril, las estructuras productivas municipales y regionales, y las características básicas de sus

mercados laborales no han sufrido modificaciones relevantes a lo descrito en la Resolución del H. Consejo de Representantes de la Comisión Nacional de los Salarios Mínimos que revisa los salarios mínimos generales y profesionales vigentes desde el 1o. de enero de 2015 y establece los que habrán de regir a partir del 1o. de abril de 2015, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 30 de marzo del presente.

**NOVENO.** El Consejo de Representantes destaca como un hecho histórico inédito, con la presente Resolución, el que se establezca por primera ocasión un solo salario mínimo general para todo el país, lo que ocurre después de 98 años en que el salario mínimo fue estatuido en la Carta Magna de 1917. De esta forma se atiende a una de las demandas más sentidas del sector de los trabajadores por décadas, en un ambiente de paz laboral y de concordia entre los factores de la producción.

Por todo lo anteriormente expuesto y con fundamento en la fracción VI del apartado A) del artículo 123 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y en los artículos 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 322, 323, 335, 336, 345, 551, 553, 554, 557, 561, 562, 563, 570, 573, 574 y demás relativos de la Ley Federal del Trabajo, es de resolverse, y

SE RESUELVE:

**PRIMERO.** Para fines de aplicación del salario mínimo en la República Mexicana habrá una sola área geográfica integrada por todos los municipios del país y demarcaciones territoriales (Delegaciones) del Distrito Federal.

**SEGUNDO.** El salario mínimo general que tendrá vigencia a partir del 1o. de octubre de 2015 en el área geográfica a que se refiere el punto resolutorio anterior, como cantidad mínima que deben recibir en efectivo los trabajadores por jornada ordinaria diaria de trabajo, será de \$70.10 pesos.

**TERCERO.** Las definiciones y descripciones de actividades de las profesiones, oficios y trabajos especiales serán las que figuran en la Resolución de esta Comisión publicada en el Diario Oficial de la Federación el 29 de diciembre de 2014.

**CUARTO.** Los salarios mínimos profesionales que tendrán vigencia a partir del 1o. de octubre de 2015, para las profesiones, oficios y trabajos especiales referidos en el tercero resolutorio, como cantidad mínima que deben recibir en efectivo los trabajadores por jornada ordinaria diaria de trabajo serán los que se señalan a continuación:

**SALARIOS MÍNIMOS PROFESIONALES**

QUE ESTARÁN VIGENTES A PARTIR DEL 1o. DE OCTUBRE DEL AÑO 2015

Pesos diarios

OFICIO O No.	PROFESIONES, OFICIOS Y TRABAJOS ESPECIALES	ÁREA GEOGRÁFICA ÚNICA
1	Albañilería, oficial de	102.20
2	Boticas, farmacias y droguerías, dependiente(a) de mostrador en	88.90
3	Buldózer y/o traxcavo, operador(a) de	107.65
4	Cajero(a) de máquina registradora	90.65
5	Cantiner(a) preparador(a) de bebidas	92.75
6	Carpintero(a) de obra negra	102.20
7	Carpintero(a) en fabricación y reparación de muebles, oficial	100.30
8	Cocinero(a), mayor(a) en restaurantes, fondas y demás establecimientos de preparación y venta de alimentos	103.65
9	Colchones, oficial en fabricación y reparación de	93.80
10	Colocador(a) de mosaicos y azulejos, oficial	99.90
11	Construcción de edificios y casas habitación, yesero(a) en	94.55
12	Cortador(a) en talleres y fábricas de manufactura de calzado, oficial	91.75
13	Costurero(a) en confección de ropa en talleres o fábricas	90.50
14	Costurero(a) en confección de ropa en trabajo a domicilio	93.20

15	Chofer acomodador(a) de automóviles en estacionamientos	95.25
16	Chofer de camión de carga en general	104.55
17	Chofer de camioneta de carga en general	101.25
18	Chofer operador(a) de vehículos con grúa	96.90
19	Draga, operador(a) de	108.75
20	Ebanista en fabricación y reparación de muebles, oficial	101.95
21	Electricista instalador(a) y reparador(a) de instalaciones eléctricas, oficial	99.90
22	Electricista en la reparación de automóviles y camiones, oficial	101.00
23	Electricista reparador(a) de motores y/o generadores en talleres de servicio, oficial	96.90
24	Empleado(a) de góndola, anaquel o sección en tiendas de autoservicio	88.60
25	Encargado(a) de bodega y/o almacén	92.20
26	Ferreterías y tlapalerías, dependiente(a) de mostrador en	94.30
27	Fogonero(a) de calderas de vapor	97.70
28	Gasolinero(a), oficial	90.50
29	Herrería, oficial de	98.45
30	Hojalatero(a) en la reparación de automóviles y camiones, oficial	100.30
31	Lubricador(a) de automóviles, camiones y otros vehículos de motor	91.30
32	Manejador(a) en granja avícola	87.50
33	Maquinaria agrícola, operador(a) de	102.75

34	Máquinas para madera en general, oficial operador(a) de	97.70
35	Mecánico(a) en reparación de automóviles y camiones, oficial	105.95
36	Montador(a) en talleres y fábricas de calzado, oficial	91.75
37	Peluquero(a) y cultor(a) de belleza en general	95.25
38	Pintor(a) de automóviles y camiones, oficial	98.45
39	Pintor(a) de casas, edificios y construcciones en general, oficial	97.70
40	Planchador(a) a máquina en tintorerías, lavanderías y establecimientos similares	90.65
41	Plomero(a) en instalaciones sanitarias, oficial	97.90
42	Radiotécnico(a) reparador(a) de aparatos eléctricos y electrónicos, oficial	101.95
43	Recamarero(a) en hoteles, moteles y otros establecimientos de hospedaje	88.60
44	Refaccionarias de automóviles y camiones, dependiente(a) de mostrador en	92.20
45	Reparador(a) de aparatos eléctricos para el hogar, oficial	96.50
46	Reportero(a) en prensa diaria impresa	210.05
47	Reportero(a) gráfico(a) en prensa diaria impresa	210.05
48	Repostero(a) o pastelero(a)	102.20
49	Sastrería en trabajo a domicilio, oficial de	102.75
50	Secretario(a) auxiliar	105.70

<b>51</b>	<b>Soldador(a) con soplete o con arco eléctrico</b>	<b>101.00</b>
<b>52</b>	<b>Tablajero(a) y/o carnicero(a) en mostrador</b>	<b>95.25</b>
<b>53</b>	<b>Tapicero(a) de vestiduras de automóviles, oficial</b>	<b>96.90</b>
<b>54</b>	<b>Tapicero(a) en reparación de muebles, oficial</b>	<b>96.90</b>
<b>55</b>	<b>Trabajo social, técnico(a) en</b>	<b>115.55</b>
<b>56</b>	<b>Vaquero(a) ordeñador(a) a máquina</b>	<b>88.60</b>
<b>57</b>	<b>Velador(a)</b>	<b>90.50</b>
<b>58</b>	<b>Vendedor(a) de piso de aparatos de uso doméstico</b>	<b>93.20</b>
<b>59</b>	<b>Zapatero(a) en talleres de reparación de calzado, oficial</b>	<b>91.75</b>

**ÁREA GEOGRÁFICA ÚNICA: TODOS LOS MUNICIPIOS DEL PAÍS Y LAS DEMARCACIONES TERRITORIALES (DELEGACIONES) DEL DISTRITO FEDERAL QUE CONFORMAN LA REPÚBLICA MEXICANA.**

**QUINTO.** En cumplimiento a lo ordenado por la fracción V del artículo 573 de la Ley Federal del Trabajo, tórnese esta Resolución a la Presidencia de la Comisión Nacional de los Salarios Mínimos, para los efectos de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

Así lo resolvieron por unanimidad de votos, los CC. Representantes Propietarios y Suplentes de los Trabajadores y de los Patrones, y el Presidente de la Comisión Nacional de los Salarios Mínimos.

VOTO razonado a FAVOR de esta Resolución que formula el Sector de los Trabajadores:

- Este día, los Representantes del Sector Obrero ante la CONASAMI hemos decidido razonar nuestro voto, pues hemos conseguido una de las demandas históricas más sentidas para nuestro Sector, tan históricas que es la primera vez que en nuestra Nación habrá un solo Salario Mínimo, es decir se cumple el mandato constitucional de que “a trabajo igual debe corresponder salario igual”.
- Sabemos que es apenas el inicio de una etapa en donde la sociedad y principalmente los Sectores que de manera tripartita conformamos la Comisión Nacional de los Salarios Mínimos, debemos estar pendientes de que la competitividad de las empresas no puede recargarse en la precariedad de los salarios, pues es un inhibidor natural de una economía dinámica, fuerte y con crecimiento sostenido.
- Las casi cuatro décadas en que pierde el Salario Mínimo su poder adquisitivo provocaron que actualmente representa sólo un 27.0% de lo que tuvo en 1976.
- Nuestro Sector reconoce que el mayor baluarte con que cuenta un país, es la generación de empleo y la lucha de nuestro Sector es porque el mismo

sea justo, digno, decente y legal, estos conceptos están ligados a la competitividad de los productos, y de ahí la importancia de este primer paso para buscar la Recuperación Gradual y Sostenida de los Salarios en nuestro país, proponiendo al Sector Empresarial y al Sector Gobierno, que esta multicitada competitividad se logre a través de sistemas de trabajos productivos, que involucren la investigación, promuevan vías de comunicación similares a nuestros competidores comerciales, a la transformación hacia una auténtica banca de desarrollo que permita el ingreso de nuevos emprendedores y respalde el crecimiento de las PyMes, eliminar los laberintos que provoca la tramitología, evitar la piratería y el contrabando, procurando un México con seguridad e igualdad.

- Otorgamos un reconocimiento a quienes han hecho posible lograr que en nuestro país exista una sola zona económica para el Salario Mínimo, invitándolos para que en conjunto con nuestro Sector demos los pasos siguientes que proyecten un México fuerte con una economía sólida internacional misma que deberá reflejarse en los hogares de todo nuestro país lo que permitirá un beneficio integral para Gobierno, Empresarios y Trabajadores.

Firman los CC. Representantes Propietarios y Suplentes de los Trabajadores: Señor Jesús Casasola Chávez, licenciado Daniel Raúl Arévalo Gallegos, señor José Luis Carazo Preciado, doctor Leopoldo Villaseñor Gutiérrez, licenciado Teófilo Carlos Román Cabañas, maestro Nereo Vargas Velázquez, licenciado Ricardo Espinoza López, químico Adolfo Pineda Díaz, señores Adrián Jesús Sánchez Vargas, Eduardo Ramos Duarte, licenciado Marcos Moreno Leal, señores Miguel Ángel Tapia Dávila, Luis Elías Meza, Alberto Pichardo Hernández, licenciados José Manuel Lázaro del Olmo y licenciado Arturo Contreras Cuevas.

VOTO razonado a FAVOR de esta Resolución que formula el Sector de los Patrones:

Debido a la trascendencia histórica de esta Resolución, el Sector Empresarial emite voto razonado, honrando el compromiso que asumió el 19 de diciembre de 2014 en la Resolución de este Consejo en la que se acordó en el Punto Quinto:

“Los sectores representados en este Consejo estamos comprometidos para avanzar lo más pronto posible, durante 2015, en la unificación de las dos áreas geográficas en las que se determina el salario mínimo, siempre que las condiciones económicas lo permitan, sin que ello impacte negativamente a la economía, ni genere una presión inflacionaria que sólo perjudicaría al poder adquisitivo de los salarios”.

Lo que hemos cumplido como sector plenamente en forma solidaria y unánime, siempre tratando que ello no impacte el gasto y costo de la operación de las empresas, la productividad y el empleo formal. Por ello estamos de acuerdo en que a partir del 1o. de octubre de 2015, a pesar de que las expectativas económicas del país no son favorables, nuestro sector hace el esfuerzo que implica esta Resolución para tener un solo salario mínimo en todo el país, que apoye la economía de nuestros trabajadores. Ello permitirá que este compromiso y tema no se politice, no afecte la productividad y los costos de operación de las empresas formales y se cumpla con un requerimiento del sector obrero y del Gobierno Federal.

Contamos con el compromiso del Sector Obrero, que este incremento no deberá impactar en la contratación colectiva que deberá revisarse en cada centro de trabajo de acuerdo con las posibilidades económicas y circunstancias de cada empresa.

Firman los CC. Representantes Propietarios y Suplentes de los Patrones: Licenciado Armando Guajardo Torres, ingeniero Ignacio Tatto Amador, licenciados Enrique Caballero Montoya, Tomás Héctor Natividad Sánchez, Hugo Alberto Araiza Vázquez, Octavio Carvajal Bustamante, Rolando Noriega Munguía, ingeniero Eulalio Cerda Delgadillo, licenciados Lorenzo de Jesús Roel Hernández, Javier Arturo Armenta Vincent, Reynold Gutiérrez García, Fernando Yllanes Martínez, César Maillard Canudas, José Antonio González Gallardo, Enrique

Octavio García Méndez, Francisco Flores Pineda, doctor Hugo Italo Morales Saldaña, licenciados Luis Santiago de la Torre Oropeza, Francisco Gerardo Lara Téllez y Felipe de Jesús Romero Muñoz.- Rúbricas.

Firma esta Resolución el C. licenciado Basilio González Núñez en su doble carácter de Presidente del Consejo y Presidente de la Comisión Nacional de los Salarios Mínimos, con la Representación Gubernamental. Firma la C. licenciada Alida Bernal Cosio, en su carácter de Secretaria del Consejo y Directora Técnica de la Comisión, que da fe.

El Presidente, **Basilio González Núñez**.- Rúbrica.- La Secretaria, **Alida Bernal Cosio**.- Rúbrica.

EVIDENCIAS





