



Title: Business plan for the creation of a micro-enterprise manufacturing habanero chili sauce in Villahermosa, Tabasco

Authors: Morejón-Sánchez, Juana María, Notario-Priego, Ezequiel, Martínez-Izquierdo, Carlos Mario and Sierra-Morejon, José Luis

Editorial label RINOE: 607-8695

BRINOE Control Number: 2025-01

BRINOE Classification (2025): 121225-0001

RNA: 03-2010-032610115700-14

Pages: 16

- ROR Campus Villahermosa ABE-2879-2020 0000-0002-9930-181X 362413
- ROR Campus Villahermosa G-2613-2018 0000-0002-3791-1823 407736
- ROR Campus Villahermosa G-5753-2018 0000-0001-9630-6714 466736
- ROR Campus Villahermosa JFK-7177-2023 0009-0007-1390-1093 1328797

SECIHTI classification:

Area: Social Sciences

Field: Administration and Business

Discipline: Business and accounting

Subdiscipline: Business and commerce

RINOE-México

Park Pedregal Business. 3580, Anillo Perif., San Jerónimo Aculco, Álvaro Obregón, 01900 Ciudad de México, CDMX, Phone: +52 1 55 6159 2296 Skype: RINOE-México S.C. E-mail: contact@rinoe.org Facebook: RINOE-México S. C. X: @Rinoe_México

www.rinoe.org

Holdings

Mexico	Peru
Bolivia	Taiwan
Cameroon	Western
Spain	Sahara

Introducción

Es conocido que las microempresas son empresas pequeñas con un número limitado de trabajadores.

Las microempresas se especializan en ofrecer bienes o servicios en sus localidades.

Actualmente el estado de Tabasco carece de microempresas y empresas del sector industrial y no existen suficientes empleos.



Antecedentes del proyecto

La tasa de desempleo en México quedó en el 2,7 % en el segundo trimestre de 2025, igual que en el mismo lapso de 2024, aunque mayor al 2,5 % del periodo de enero a marzo pasados, informó este martes el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2025).

Las entidades que durante el segundo trimestre de 2025 tuvieron las tasas de desocupación más altas fueron Tabasco (4,4 %), Ciudad de México (4 %) y Coahuila (3,8 %). Como puede observarse Tabasco encabeza tasa de desempleo a nivel nacional en segundo trimestre de 2025.





Objetivo General: Proponer un Plan de Negocio para la creación de una microempresa fabricante de salsa habanera, en Villahermosa Tabasco.

Objetivos Específicos: Elaborar un estudio de Mercado, Realizar un estudio técnico, Hacer el diseño organizativo y administrativo, Realizar un análisis financiero y Elaborar una descripción y Análisis de los Impactos.

Marco Teòrico

Descripciòn del producto:

Será una salsa elaborada de chile habanero, de buena calidad, contendrá un 65% de pulpa de chile habanero recién cosechado y vinagre casero a base de hierbas de olor.

No requiere refrigeración y vendrá en una botella de PET en una presentación de 150 gramos que facilitará su manejo



Marco Teórico

Estudio del mercado: De acuerdo s Fisher y Espejo (2011), el estudio de mercado es un proceso de recopilación e interpretación de hechos y datos que sirven a la dirección de una empresa para la adecuada toma de decisiones y para establecer una política de mercado correcta se centra en la utilidad de la información para las decisiones estratégicas de la empresa.

Proceso productivo: De acuerdo a Moyano, J. & Cayán, J. y otros. (2024), los procesos productivos son un conjunto ordenado de actividades y operaciones necesarias para transformar insumos (materias primas, energía, mano de obra) en productos o servicios que aportan valor al cliente.

Estos procesos son el corazón de las empresas manufactureras y de servicios, impulsando la creación de riqueza y el bienestar social.

Sostenibilidad

Para que la responsabilidad social sea sostenible, se debe adoptar una cultura organizacional, sobre los aspectos ambiental, social y económico de la organización deben estar en equilibrio.

Las medidas de la sostenibilidad social están relacionadas con el bienestar de la sociedad en general y en particular de los trabajadores de la empresa. Las principales medidas son ética corporativa y bienestar de los empleados.



Metodología

Villahermosa cuenta con una población de 777,900 habitantes, en un rango de edades de 10 a 70 años, de la cual se considera una muestra de 384 con un nivel de confianza de 95% y un margen de error de 5%.

Se utilizó el Método de Encuesta de Mercado y se diseñó un instrumento a través de un cuestionario, para determinar las preferencias del cliente e identificar si existe demanda para poder proponer una microempresa fabricante de salsa de chile habanero,



Metodología

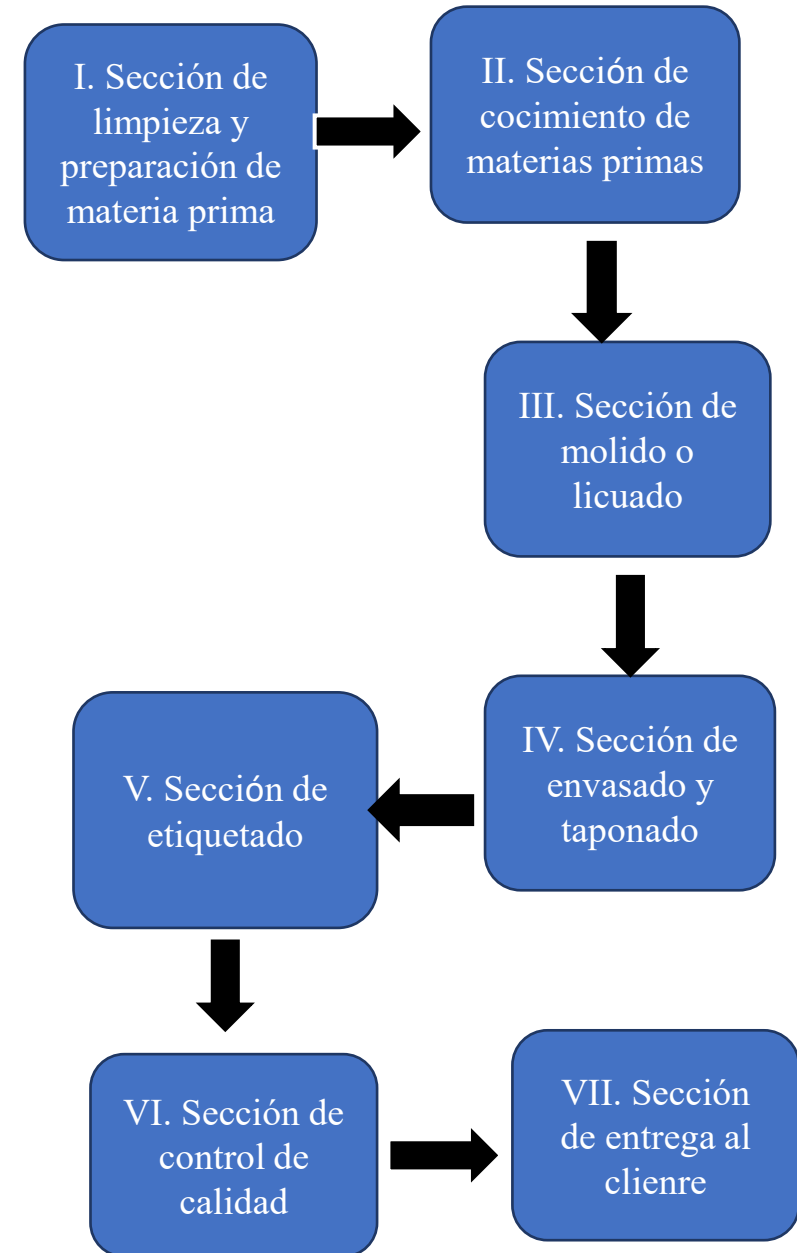
En la **ingeniería de proyecto**, para la localización de la microempresa, se tomaron en cuenta varios factores que pueden influir en la localización de la instalación, como son: materia prima disponible, mano de obra disponible, costos de los insumos, cercanía del mercado y la disponibilidad del transporte.

Para la localización de la instalación, se consideró el método de Factores ponderados.

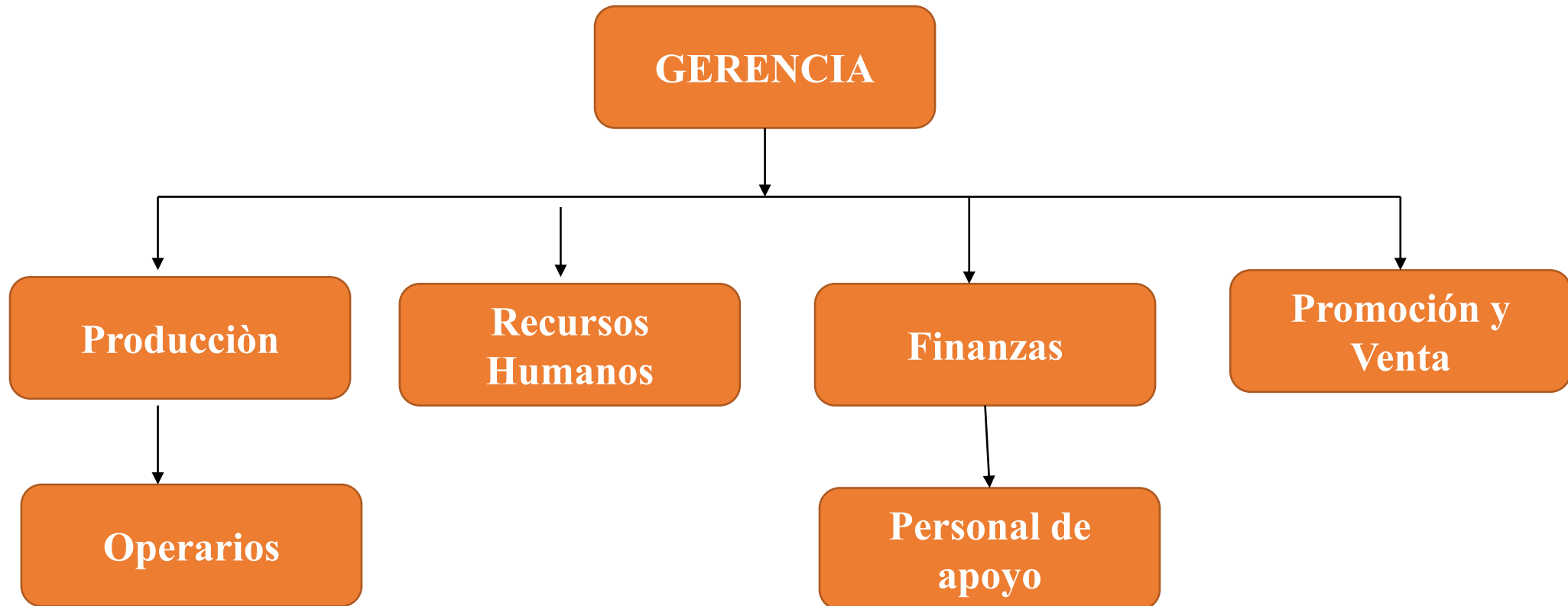


Metodología

Sistema de Producción para la elaboración de la salsa de chile habanero



Organigrama de la Microempresa



Metodología

Inversión de activos tangibles

Terreno	\$2,633,550.00
Maquinaria	45,000.00
Muebles y enseres	46,677.00
TOTAL	\$2,725,127.00

Inversión total:

$\$2,725,127.00 + \$127,199.60 =$
 $\$2,852,326.60$

Fuentes de financiamiento

Concepto	Monto	%
Inversión Total	\$2,852,326.60	100
Socios (5)	\$ 285,232.66	10
Créditos de fondos	\$ 855,697.98	30
Capital de riesgo	\$1,426,153.30	50
Banco	\$ 285,232.66	10

Estado de Resultado pro forma 1er, mes

Ingresos de venta	\$349,440.00
Costo de producción	\$281,600.00
Utilidad bruta	\$ 67,840.00
Gastos operacionales	\$ 5,849.00
Utilidad Operacional	\$ 61,991.00
Impuestos (ISR 30%)	\$ 18,597.30
Utilidad Neta	\$ 43,393.70

Metodología

Estado de Resultado pro forma 1er. año

Ingresos de venta	\$4,193,280.00
Costo de producción	\$3,379,200.00
Utilidad bruta	\$ 814,080.00
Gastos operacionales	\$ 70,188.00
Utilidad Operacional	\$ 743,892.00
Impuestos (ISR 30%)	\$ 223,167.60
Utilidad Neta	\$ 520,724.40

Precio de Venta:

Precio de venta = Costo unitario * (1 + %ganancia)

Precio de venta = 25 * (1 + 0.35) = 33.75

Punto de equilibrio

$$PE = \frac{CF}{P - CV}$$

Costos fijos = mano de obra + cargos indirectos

Costos Fijos = \$240,000.00 + \$70,118.00 = \$310,118.00

PE = \$310,118.00 / 33.75 - 25 = 35,442 salsas de chile habanero

Resultados

A través de la Encuesta de mercado que se aplicó, se obtuvo que el 67% de las personas prefieren que la salsa de chile habanero sea de buena calidad y un precio accesible.

Por lo que se determinó que el precio será de \$33.75 para una salsa de 150 gramos, 60% de las personas que consideran que si comprarían la salsa y que la comprarían en centros comerciales y tiendas de conveniencia, esta información nos da la confianza que existe un buen mercado para este producto,

el 78% de los encuestados está de acuerdo en que se abra una microempresa con su ubicación en la ciudad Industrial de la ciudad de Villahermosa, porque es ahí donde más se concentran las microempresas de Villahermosa.

Cabe mencionar que la encuesta de Mercado y el Método utilizado de Factores ponderados coincidió en el lugar donde se debe ubicar la empresa, que es la ciudad industrial



Conclusiones

Puede observarse en el Desarrollo de la propuesta presentada de un Plan de negocio para la creación de una microempresa fabricante de salsa de chile habanero, en Villahermosa Tabasco,

se considera que la microempresa puede crearse para apoyar en la economía de crecimiento industrial del estado de Tabasco, además de que sean aprovechados sus recursos naturales y se puedan generar más empleos para el estado, esto esta sustentado con la herramienta utilizada y el análisis financiero realizado.



Referencias

Antecedentes.

Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE) del INEGI. (2024).

https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/enoe/15ymas/doc/nota_sobre_cambios_estimacion_poblacion_e_noe_n.pdf

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2025). <https://xeva.com.mx> › tabasco › tabasco-encabeza-tasa-...

Basicas.

Baca, G. (2010). **Evaluación de proyectos.** Mc Graw Hill/Interamericana Editores S.A. de C.V. México. ISBN 13: 978-607-15-0260-5

Buffa, E. (1983). **Modern Production/Operations Management** (7th edition). New York , John Wiley & Sons.

Fisher, L. S. & Espejo, J. (2011). **Mercadotecnia.** Editorial Mc.Graw Hill, 4ta, edición. México. ISBN:978-607-15-0539-2

Kinnear, T. & Taylor, J. (1998). **Investigación de Mercados: un enfoque aplicado.** Editorial Mc. Graw Hill. ISBN 9586007820, 9789586007825

Referencias

Malhotra, N. (2008). **Investigación de Mercados: Un enfoque aplicado**. Editor Pearson Educación. ISBN 9702604915, 9789702604914

Mankiw, G. (2012). **Principios de Economía**. Editorial: Cengage Learning.
con el ISBN-13: 978-607-481-829-1.

Malhotra, N. (2008). **Investigación de Mercados: Un enfoque aplicado**. Editor Pearson Educación. ISBN 9702604915, 9789702604914

Moyano, J. & Cayán, J. y otros. (2024). **Los procesos productivos y la Ergonomía en las MiPymes**. CIDE Editorial. ISBN 978-9942- 636-98-0
<https://doi.org/10.33996/cide.ecuador.PP2636980>

Soporte.

Mejia, M. (2025). Impacto de la Sostenibilidad en pequeñas y medianas empresas: Un estudio de caso en Cd. Victoria, Tamaulipas. ISBN **Formato digital** 979-13-87837-13-6
<https://doi.org/10.61728/AE20250904>



RINOE®

© RINOE-Mexico

No part of this document covered by the Federal Copyright Law may be reproduced, transmitted or used in any form or medium, whether graphic, electronic or mechanical, including but not limited to the following: Citations in articles and comments Bibliographical, compilation of radio or electronic journalistic data. For the effects of articles 13, 162,163 fraction I, 164 fraction I, 168, 169,209 fraction III and other relative of the Federal Law of Copyright. Violations: Be forced to prosecute under Mexican copyright law. The use of general descriptive names, registered names, trademarks, in this publication do not imply, uniformly in the absence of a specific statement, that such names are exempt from the relevant protector in laws and regulations of Mexico and therefore free for General use of the international scientific community. BRINOE is part of the media of RINOE-Mexico., E: 94-443.F: 008- (www.rinoe.org/booklets)