

ELEMENTOS BÁSICOS DEL TRABAJO FINAL

PRESENTACION: Usar el formato de presentación de UDS

1. Introducción (Descripción general del producto)

El producto que se ha lanzado al mercado de la empresa PRO-INCO S.C. de R.L. de C.V es carne de conejo en canal, 100% orgánica, el producto está registrado con sus siglas en inglés "RABBIT" que significa conejo en español. Se vendrá en presentaciones de 1kg, 1.5 kg y 500 gramos en empaques de polietileno.

El producto es la carne de conejo por ser exquisita y por su facilidad de cocción; horneado, asado, a la parrilla, frito, cocido, estofado, en, etc. Por las características inherentes al conejo, se presentó la carne de conejo como la más sana en el mercado.

Es una carne magra rica en proteínas de alto valor biológico y que se caracteriza por presentar altos niveles de aminoácidos esenciales. También es una importante fuente de micronutrientes, como vitaminas y minerales. Además, se destaca por su bajo contenido en ácido úrico y purinas.

La carne de conejo se caracteriza por su bajo contenido en grasa, menor que el contenido presente en otras especies como el porcino, vacuno y ovino. El lomo y la pierna son las partes más importantes de la canal de conejo. El lomo es la parte más magra de la canal, con valores de contenido de grasa de 1.2 %, este valor es inferior al presentado por carnes magras como la pechuga de pollo. La carne de la pierna presenta un contenido de grasa algo superior, de alrededor de un 3%, aunque sigue siendo una carne magra.

Contenido nutricional del producto "RABBIT":

Contenido nutricional	%
Agua	65%
Proteína	21.5%
Grasas	4.5%
Ácidos grasos Saturados	1.5%
Ácidos grasos Mono insaturados	1.5%
Ácidos grasos Poli insaturados	1.5%
Ratio Proteína/grasa	4.8%
Ratio A.G. Insaturados/saturados	2%
Ratio Poli insaturados/mono insaturados	A.G. 1%
K cal por 100 gr de carne	128
Gramos proteínas/100 K cal.	16.9

2. Justificación

Proporcionar detalles del por qué eligieron la elaboración de dicho producto. O que es lo que lo hace diferente a los que ya existen.

3. Misión

Generar la preferencia, satisfacción y confianza del consumidor, elaborando y comercializando una amplia gama de productos derivados de la producción cunícola generando marcas de alto valor, basados en un crecimiento rentable y sostenido, en beneficio de la sociedad.

4. Visión

Ser una empresa líder, reconocida y posicionada a nivel nacional que por su excelente calidad y mejor alternativa en productos cunícolas, genere en nuestros clientes un grado máximo de satisfacción y atención.

5. Objetivos

- Conocer el funcionamiento de los sistemas de producción integral para elaborar productos innovadores y creativos de calidad que sean competitivos en el mercado.
- Analizar la oferta y demanda nacional e internacional de los productos y derivados de conejo.
- Fomentar la cultura del consumo de carne de conejo debido a sus características organolépticas.

6. ESTUDIO DE MERCADO

6.1 Consumidores

El mercado meta de PRO _ INCO está formado por todas las amas de casa que se preocupan por adquirir productos de calidad para la alimentación de su familia. Sin embargo está a disposición de todas aquellas personas que están dispuestas a consumir el producto, sin importar la edad o el sexo. El volumen de ventas más importante se realiza en el estado de Chiapas.

6.2 Mercado Potencial

Según los resultados de las encuestas aplicadas, nuestra área de mercado para la venta de carne comprenderá principalmente tiendas de autoservicio, mercados y restaurantes. La piel, patas y rabo será distribuida en las talabarterías y peleterías. Dicha producción estará enfocada a nivel regional, y en un futuro pretendemos aumentar la producción para satisfacer la demanda estatal, nacional e internacional.

6.3 Análisis de la oferta y demanda

Análisis de la oferta

Existe en la región solamente una granja de conejos, y está ubicada en la comunidad Michoacán, carretera Comitán-Trinitaria, el 10.9% de la población adquiere la carne de conejo en este lugar, dicho porcentaje equivale a 6,250 familias, esta cantidad sería la oferta actual del consumo de carne de conejo.

Análisis de la demanda

Según los datos de las encuestas obtuvimos que el 21% compró la carne de conejo en restaurantes, el 19% en el mercado, pero no todos los días llega este producto, y el 20% se dedican a esta actividad, pero a nivel de traspatio (20%).

El 32% de los habitantes consume carne de conejo una vez al mes, el 19% una vez al año y el 12% 3 veces al mes, pero existe un 37% de personas que no ha consumido esta carne sin embargo el 28% de ellos si les gustaría consumirla.

La mayoría de la población encuestada menciona que consume carne de conejo 1 vez al mes, pero aseguran que si existieran más establecimientos donde se pudieran adquirir estos productos, lo consumirían con mayor frecuencia.

Los datos obtenidos del análisis de oferta y demanda nos indica que tenemos un mercado disponible del 28%, es decir 7,000 familias dispuestas a consumir 1 conejo por semana, por lo tanto, tendríamos una demanda existente de 28,000 conejos al mes.

6.4 Estrategia del producto

El producto lo ofrece carne en canal para que el consumidor lo prepare a su gusto. Además, puede encontrarlo de diferentes pesos. Para que el elija según sean sus necesidades de consumo.

6.5 estrategia de Distribución

La distribución se hace con vehículos que tienen refrigeración, que mantienen la integridad y la calidad del producto. Evita que intervengan demasiados intermediarios esto es con la finalidad de que el consumidor final obtenga un buen precio y no comprometa su economía. Para lograr esto se entrega el producto a establecimientos de distribución masiva, tiendas de autoservicio, y mayoristas principalmente. Y en un futuro se piensa contar con un lugar de distribución directa al consumidor.

6.6 Estrategia de ventas

Nuestros vendedores tienen la capacitación necesaria de poder desempeñarse de manera satisfactoria en este ámbito. Tienen metas específicas para cada día y se les otorga, además de su sueldo base, comisiones sobre las ventas netas.

Visitarán de manera directa a nuestros clientes para levantar los pedidos, y se informarán de posibles inconformidades o sugerencias para mantener siempre la satisfacción de nuestros clientes. Hay que recordar que lo importante no es vender

una sola vez, si no mantenemos en el gusto y la preferencia de nuestros clientes y consumidores.

6.7 Etiquetado del producto

Se realizaron dos etiquetas, una que va al frente del producto y contendrá la marca RABBIT (siglas en inglés que significa conejo), contenido neto y fecha de caducidad. La otra etiqueta va al reverso y lleva los elementos de información nutricional, dirección de la empresa, correo y teléfonos para que los clientes se comuniquen para alguna queja o sugerencia.

Descripción de la etiqueta

El color amarillo es porque representa alegría, entusiasmo, optimismo, vitalidad. Y para la empresa transmite un mensaje de creatividad, alegría y sobre todo juventud con espíritu emprendedor.

El verde representa frescura, naturalidad, serenidad, crecimiento. La empresa lo utiliza porque está ampliamente relacionada con la naturaleza y el cuidado del medio ambiente. Y que PRO-INCO trabaja con un sistema de producción integral, es decir aprovecha al máximo los recursos naturales, pero sin dañar al medio ambiente.

El azul representa seguridad, confiabilidad, responsabilidad, serenidad. En la empresa transmite un mensaje de confianza, seguridad y madurez. Porque

sabemos que nuestro producto es de calidad y contribuimos a la alimentación sana de nuestros consumidores finales.

En la parte superior se aprecia un sol, que representa para las ganas de triunfar día a día, y el servicio hacia nuestros clientes para satisfacerlos cada vez más para que no nos saquen del mercado.

Y el color anaranjado de la etiqueta del reverso es porque se relaciona con el entretenimiento o la comida.



Etiqueta del reverso:

INFORMACION NUTRIMENTAL	
Proteína	21.5%
Grasas	4.5%
Ácidos grasos Saturados	1.5%
Ácidos grasos Mono insaturados	1.5%
Ácidos grasos Poli insaturados	1.5%
Ratio Proteína/grasa	4.8%
Ratio Insaturados/saturados A.G.	2%
Ratio Poli insaturados/mono insaturados A.G.	1%
K cal por 100 gr de carne	128
Gramos proteínas/100 K cal.	16.9

13ava Calle Sur Poniente, Barrio Cumpatá, Comitán Chiapas
Quejas y sugerencias: (044) 963 118 31 38
Correo: pro.inco@hotmail.com

6.8 Precio

El precio del producto "RABBIT" es:
Presentación de 500 gr cuesta \$ 25
Presentación de 1 kg cuesta \$45
Presentación de 1.5 kg cuesta \$ 65

6.9 Promoción

La promoción de "RABBIT" se realiza a través de las cuatro formas tradicionales, de tal manera de poder influir en todos los rincones del estado. Estas formas son:

a) Publicidad: Es cualquier forma pagada de presentación no personal y promoción de servicios a través de un individuo u organización determinados. Utilizaremos perifoneo, carteles, volantes, trípticos, volantes.

b) Venta personal: La presentación personal del producto en una conversación con uno o más compradores con el propósito de hacer mayores ventas.

c) Relaciones Públicas (Publicity): La estimulación no personal de demanda para el servicio obteniendo noticias comercialmente importantes acerca de éste, en cualquier medio u obteniendo su presentación favorable en algún medio que no esté pagado por el patrocinador del servicio.

d) Promoción de ventas: Actividades de marketing distintas a la publicidad, venta personal y relaciones públicas que estimulan las compras de los clientes y el uso y mejora de efectividad del distribuidor.

6.10 Plaza

La se está dando a través de intermediarios, lo distribuiremos en tiendas comerciales, restaurant, hoteles, cadenas de comidas rápidas, casas de eventos y banquetes.

los intermediarios que comprarán nuestro producto son:

Mayoristas: Intermediarios en mercados mayoristas, que comprar en grandes cantidades.

Minorista: Estos son los que compran, pero en pequeñas cantidades, como amas de casas.

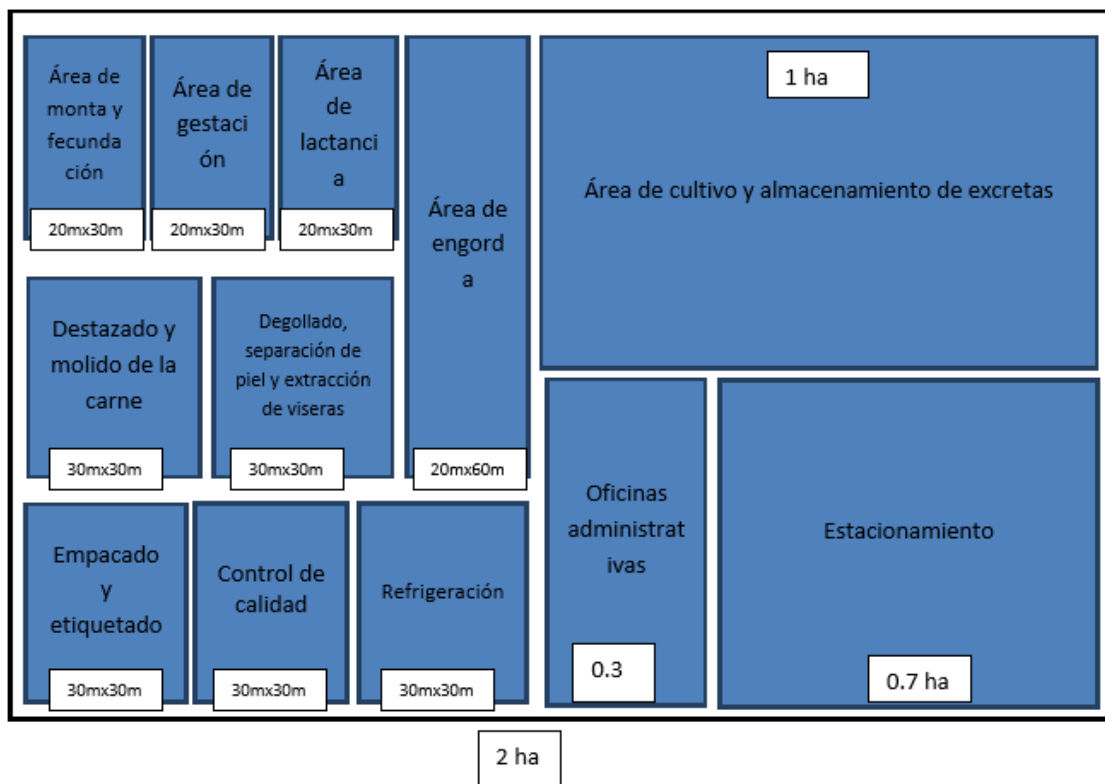
7. EL ESTUDIO TÉCNICO

7.1 Localización Del Negocio

El presente producto se desarrollará en el Municipio de Comitán de Domínguez, el cual se localiza al Sureste de la Capital del Estado de Chiapas, en los límites del Altiplano Central y de la Depresión Central, cerca de la frontera con Guatemala. Las coordenadas geográficas de la Cabecera Municipal son las siguientes: al norte, 16° 36´; al sur, 16° 02´; al este, 91° 09´; y al oeste, 92° 21´.



7.2 Diagrama De Distribución De Áreas De La Planta



7.3 Identificación De Insumos Y Suministros Del Negocio

Terreno: Mide 100 m de ancho y 200 m de longitud. Con una superficie de 2ha.

Infraestructura: La infraestructura de las instalaciones donde se ubicará la granja integral de los conejos estará construida con los siguientes materiales:

Las paredes de las distintas áreas estarán elaboradas de block, los pisos serán de concreto, el techo de cada área será de lámina galvanizada, las puertas serán de aluminio, las ventanas serán lo suficientemente grande para una adecuada iluminación y aireación de los conejos y serán de maya y persianas para evitar el paso de insectos que dañen a los mismos.

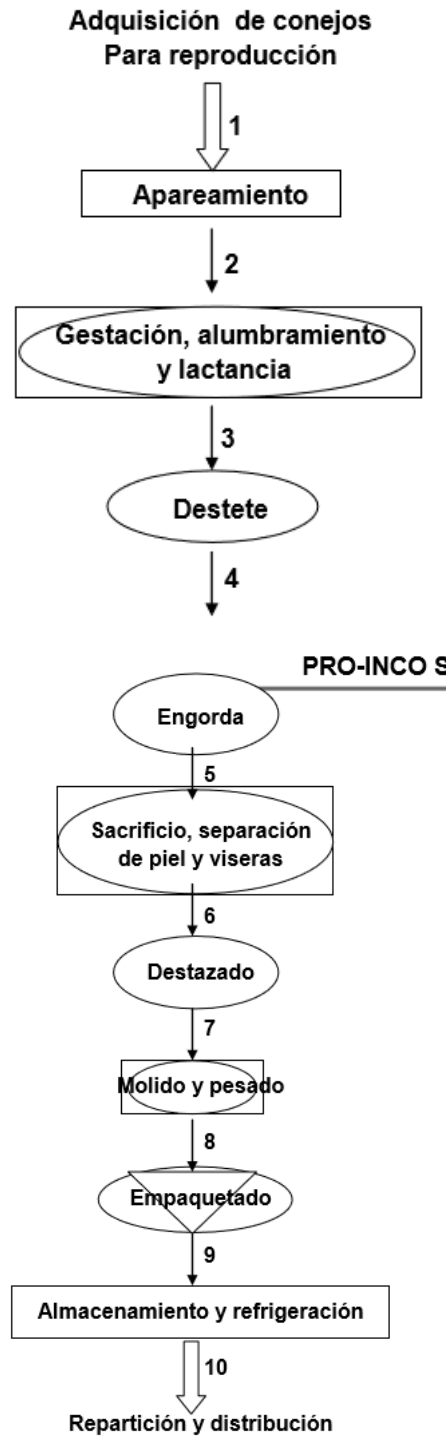
Mano De Obra: Dado que es un proyecto de tamaño micro únicamente se comenzará únicamente con 10 empleados.

Materiales: Se necesitará empaque de polietileno para empacar la carne, y etiquetas adheribles. Para alimentar a los conejos utilizaremos un alimento comercial y además hierba fresca que nosotros plantaremos (alfalfa y zanahoria).

Equipo: Emplearemos jaulas enrejadas de 80 cm de longitud, 40 cm de ancho y 40 cm de alto, con capacidad para 6 conejos, equipadas con comederos y bebederos. Además de básculas electrónicas, refrigeradores, sierras eléctricas de cinta para destazar la carne y molinos para carne. Utilizaremos también 2 computadoras de escritorio.

Vehículo: Dispondremos de 3 vehículos Nissan, 2 con sistema de enfriamiento y la otra no.

7.4 Diagrama del proceso del producto



7.5 Equipo de trabajo para la instalación, puesta en marcha y operación del producto.

Para construir la infraestructura de la granja se empleará cemento, cal hidra, block, lámina galvanizada, varillas, montenes de acero, puertas y ventanas metálicas.

Cada área contará con toma de agua potable y terminales de energía eléctrica. El cableado se hará con un calibre para alto voltaje. Se utilizarán lámparas de alógeno para ahorrar energía.

Dentro de la materia prima y los insumos que usaremos están los conejos, el alimento, las semillas para la plantación de alfalfa y zanahoria, emplearemos también empaques de polietileno y etiquetas adheribles.

En cuanto a la maquinaria y el equipo que emplearemos están jaulas equipadas con comederos y bebederos, basculas electrónicas, refrigeradores, sierras de cintas para destazar la carne y molinos para moler carne. También necesitaremos vehículos equipados con enfriadores para distribuir el producto a los distintos establecimientos.

7.6 Impacto al medio ambiente

La ejecución del proyecto no tendrá ningún impacto negativo sobre la naturaleza, debido a que los desechos de los conejos como los excrementos y la orina serán aprovechados para la elaboración de abono orgánico y para extraer urea. En lo referente a los esquilmos que se obtengan de esta actividad, se les dará el manejo correcto, desechándolos mediante un proceso de incineración, de tal forma que se evite al máximo la contaminación del ambiente.

En cuanto a la energía eléctrica a utilizar en las distintas áreas donde estarán los conejos, utilizaremos focos ahorradores, de tal forma que no se gaste demasiada, y se aproveche al máximo aquella que se utilice en cada área de producción.

Otro aspecto importante a mencionar es que también se realizarán plantaciones de alfalfa y zanahoria utilizados para la alimentación de los conejos. Dichas plantaciones tampoco serán causa de contaminación al ambiente debido a que no se les aplicará ningún insecticida químico, ni fertilizantes comerciales, sino que simplemente se usará abono orgánico del estiércol obtenido de los conejos y se les aplicará bioinsecticidas de tal forma que se contribuya al cuidado y mejoramiento del ambiente, a la vez de que se les dará el manejo adecuado a los cultivos tratando de evitar la aparición de plagas.

Como medidas de prevención y mitigación de los impactos ambientales, se realizará la reforestación de áreas aledañas a la granja a implementar, de tal forma que contribuyamos a conservar nuestros recursos naturales sembrando árboles en aquellas áreas que hayan sido devastadas por el ser humano, además generaremos estrategias eficientes para evitar la compactación del suelo y evitar de esta manera la erosión del mismo.

8. ESTUDIO FINANCIERO

a) Para la elaboración de la planta (En caso de ser rentada o ya contar con el local justificar o explicar y se salta al inciso B.

Concepto	Cantidad	Costo unitario	Total
Terreno	1	100,000	100,000
Cemento	250	107	26,750
Cal	150	45	6,750
TOTAL			

b) Para la elaboración y empaquetamiento del producto

Concepto	Cantidad	Costo unitario	Total
Leche	5	15	75
Conservadores	11	10	110
Huevos	15	40	600
TOTAL			

NOTA 1:

El presente trabajo será entregado vía electrónico el día viernes 19 de julio para su revisión y calificación. Junto al presente deberán adjuntar los archivos que elaboraron de publicidad (Sea comercial, spot, tríptico, volante o los que hayan realizado).

Enviar dicho trabajo al correo: herrera_5300@hotmail.com

Así mismo, les dejo mi número de teléfono para estar en comunicación dado las dudas que surjan ya que lamentablemente no tendremos todas las clases.

Ing. Joel Herrera: 963 143 88 41.

El próximo domingo 14 de junio necesito lleven lap top por equipos para trabajar en el salón en caso de que hubiese clases por favor.

NOTA 2:

El día domingo 21 de julio únicamente se presentarán a clases con su producto terminado en físico, con su respectiva etiqueta y empaque, el cual tendrán que explicar por equipos frente al grupo. Es importante mencionar que en la presentación mencionaran lo que consideren más relevante del mismo incluso pueden hacer una pequeña presentación en power point para una mejor formalidad retomando algunos aspectos del trabajo elaborado y enviado anteriormente de forma escrita.