



Nombre del alumno:

Carlos Alberto Trujillo Díaz

Nombre del profesor:

Alejandro Cordero

Licenciatura:

Medicina Veterinaria y Zootecnia

Materia:

PASIÓN POR EDUCAR

Desarrollo empresarial

Nombre del trabajo:

**PLAN DE NEGOCIOS DE LA EMPRESA "EL
TOSTÓN"**

Ocosingo, Chiapas a 18 de junio de 2020

PLAN DE NEGOCIO

INFORMACION GENERAL DE LA EMPRESA:

Grupo el tostón "S.A de C.V"

Razón social: sociedad anónima de capital variable

Nombre comercial: el "TOSTON"

Definición del negocio: es una empresa dedicada a la producción y distribución de tostadas de maíz 100% orgánico.

Descripción del producto y/o servicio: las tostadas que el tostón produce son elaboradas con productos 100% naturales y orgánicos, teniendo diferentes sabores, tamaños, texturas, garantizando que son preparadas con el más alto nivel de higiene.

Estrategia competitiva: la empresa el "TOSTON" produce con ingredientes 100% orgánicos para la salud y bienestar de las familias. Cuenta con diferentes sucursales, para que las tostadas estén al alcance de los consumidores, y nuestros empaques son totalmente biodegradables, para cuidar el medio ambiente.

PLAN ESTRATEGICO:

Misión: satisfacer el gusto de las familias y que nuestras tostadas siempre estén presentes en cada comida.

Visión: que nuestras tostadas lleguen a los diferentes estados de nuestro país y ser una empresa reconocida nacionalmente.

Valores: Responsabilidad, compromiso, dedicación, confianza, integridad y pasión.

Objetivo: Corto plazo: tener la mayor venta de tostadas en la región de Ocosingo Chiapas donde se encuentra ubicada la empresa.



Mediano plazo: tener sucursales en todos los municipios del Estado de Chiapas.

Largo plazo: tener distintas sucursales en la mayoría de los Estados de Nuestro país.

INVESTIGACION DE MERCADO:

Análisis de mercado: se hicieron encuestas a diferentes personas de diferentes edades, para saber si tenían el interés y gusto por consumir nuestras tostadas.

Segmentación de mercado: nuestro producto puede ser adquirido por cualquier integrante de una familia, pero nuestras tostadas van dirigidas especialmente a personas que cuidan su salud comiendo productos orgánicos.

Análisis de la competencia: nuestra empresa es la única que vende tostadas 100% naturales lo que nos garantiza tener un mercado elevado.

PLANEAMIENTO ESTRATEGICO:

Análisis FODA.

Fortaleza: Uso de productos orgánicos, personal capacitado, infraestructura con tecnología avanzada.

Oportunidades: Ninguna empresa ofrece los distintos sabores de las tostadas, no existen muchas marcas de tostadas, la mayoría de las familias consume tostadas.

Amenazas: Que la competencia empiecen a elaborar tostadas orgánicas, alguna pandemia como la que estamos viviendo,

Debilidades: Por ser un producto orgánico los precios son altos, por los bloqueos de carretera que existen en los municipios aledaños no me llegan la materia prima para elaborar el producto.

ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACION Y VENTAS:

Nuestra empresa cuenta con vehículos para transportar nuestras tostadas a las diferentes tiendas que se encuentran en la cabecera municipal con quienes tendremos convenios, para que ellos sean los que vendan con el consumidor final.

PROCESO PRODUCTIVO:

Materiales: Harina de maíz blanco nixtamalizado, sal de grano (0,6%), sal yodada y tocoferoles (como antioxidante natural).

Equipo de producción: Maquina para elaborar tostada, cofia, guantes, ropa especializada.

ESTUDIO ECONOMICO-FINANCIERO:

Plan de inversiones iniciales:

Renta..... \$20,000.00 mensual

Sueldos..... \$10,000.00 mensual

Materia prima..... \$8,000.00 mensual

Equipo de producción..... \$50,000.00

Publicidad.....\$5,000.00

Retorno de inversión:

Ingresos:

Venta del día.....\$1,000.00

Ventas al contado.....\$2,000.00

Abono de clientes.....\$700.00

Egresos:

Compra de materia prima.....\$3,000.00

Abono a deuda de productos.....\$1,500.00

Pago de sueldo a vendedor.....\$1,500.00

Compra de combustible.....\$500.00

Paga de teléfono y luz.....\$500.00