



Nombre del alumno:

Polidoro Montesinos Moguel

Nombre del profesor:

Alejandro Cordero

Nombre del trabajo:

Plan de negocios

Materia:

Desarrollo Empresarial

Grado: 6°

Grupo:

Medicina veterinaria y zootecnia

PLAN DE NEGOCIOS

➤ LOGOTIPO



➤ INFORMACION GENERAL DE LA EMPRESA

✓ **RAZON SOCIAL:** GRUPO EL TOSTÓN SA.DE.CV

✓ **NOMBRE COMERCIAL:** EL TOSTÓN

✓ **DEFINICIÓN DEL NEGOCIO:**

Empresa dedicada a ampliar la oferta de productos derivados del maíz, en el mercado, brindando precios ideales y con calidad excepcional.

✓ **DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO Y/O SERVICIO:**

Tostadas hechas a base de maíz, con ingredientes 100% naturales y con la oferta de distintas presentaciones con sabores únicos.

✓ **ESTRATEGIA COMPATITIVA:**

Productos de alta calidad, con costos accesibles y con gran variedad de presentaciones que diferencian los productos del resto de los competidores

➤ PLAN ESTRATEGICO

✓ **MISIÓN:**

Satisfacer el paladar de los consumidores que quieren productos con variedad para toda ocasión, con un precio competitivo para lograr estar presentes en cada hogar con nuestros productos.

✓ **VISIÓN**

Logar ser una empresa reconocida a nivel nacional, con una competitividad optima y así lograr llevar nuestros productos a cada una de las familias mexicanas.

✓ **VALORES:**

Comprensión, empatía, dedicación, compromiso, seriedad

✓ **OBJETIVO (CORTO, MEDIANO Y LARGO PLAZO)**

A corto plazo ser una empresa localiza en la ciudad de Ocosingo Chiapas y poder distribuir nuestros productos a todas las tiendas y abarrotes locales para que nuestra localidad pueda conocernos y probar nuestros productos.

A mediano plazo, lograr ser reconocidos por la sociedad Ocosinguense y expandir nuestra distribución a todo el estado, logrando así expandir el mercado y llegar a mas consumidores.

A largo plazo, constituírnos como una empresa a mediana escala con presencia en todo el país y con una red de distribución de primer nivel para hacer llegar nuestros productos a todas las familias mexicanas.

➤ **INVESTIGACIÓN DE MERCADO**

✓ **ANÁLISIS DE MERCADO**

El mercado es muy amplio derivado de la alta variedad en la gastronomía mexicana y la utilización de productos derivados del maíz, así como ser un producto atractivo por su practicidad como un acompañamiento para gran variedad de alimentos.

✓ **SEGMENTACIÓN DE MERCADO**

Productos enfocados al consumo familiar, para todo tipo de público.

✓ **ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA**

Hay presente una fuerte competencia por parte de milpa real, tostadin y otras empresas que distribuyen de forma nacional este tipo de productos por lo que hay que buscar un vínculo que identifique a nuestro producto como mejor que la competencia.

➤ **PLANEAMIENTO ESTRATEGICO**

Al ingresar a un mercado con competencia, debemos enfocarnos en la promoción del producto y en comenzar a ganar consumidores para poder establecer nuestro producto en el mercado principalmente, este proceso nos llevara de 1 a 2 meses para lograrlo por lo que esos meses se reflejaran como un costo de operación con escasa recuperación, una vez establecido el producto, se enfocara en el crecimiento del consumo, la inversión en publicidad masiva y ampliar el catalogo de productos para poder ampliar la variedad de consumidores que se identifican con el producto.

El objetivo al que hay que apuntar es la auto promoción gracias a la calidad de los productos, así como su precio, presentación y variedad de productos, finalmente se buscara incrementar el volumen de ventas estableciendo puntos de venta estratégicos en el municipio, estado y país, respectivamente según la etapa en la que se encuentre

Análisis FODA:

Fortalezas:

- **Producto local**
- **Elaboración artesanal**
- **Facilidad de distribución al estar en la misma localidad**
- **Potencial de innovación**

Oportunidades:

- **Captar un segmento de la población en proceso de transición**
- **Ampliar el mercado al que se enfoca este ramo de los productos alimenticios**
- **Mejorar el esquema de comercialización previamente impuesto**
- **Al ser locales, es posible impulsar el consumo de productos de este tipo con facilidad**

Debilidades:

- **Al ser una empresa en nacimiento, depende del éxito de su lanzamiento**
- **El sistema de distribución de los productos no es el óptimo**
- **El costo puede ser mayor a los consumidores por la fabricación a pequeña escala.**

Amenazas:

- El producto puede no tener el impacto esperado
- El esquema de comercialización puede interrumpirse
- Se es susceptible al escrutinio público.

➤ **ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACIÓN Y VENTAS**

Comenzaremos como una empresa que ofrece sus productos en un establecimiento propio y ofertando la venta de nuestros productos a tiendas de abarrotes locales que quieran expandir su variedad de productos, el reparto de productos se realizara con una motocicleta ya que el volumen de carga es suficiente para el reparto local, a la larga se establecerán puntos de venta en puntos estratégicos de la ciudad (mercado- centro- zona comercial) así como la aplicación de exhibidores en los puntos de venta previamente establecidos, se establecerá una camioneta de reparto para la distribución en Ocosingo y sus alrededores.

➤ **PROCESO PRUDUCTIVO**

✓ **MATERIALES (MATERIA PRIMA O INSUMOS):**

- Agua potable
- Harina de maíz nixtamalizada
- Sal yodada
- Gas LP
- Bolsas de celofán
- Alambre de empaquetado

✓ **EQUIPO DE PRODUCCIÓN (MAQUINARIA, UTENSILIOS, ETC.)**

- Mezcladoras de maza
- moldes cortadores
- hornos
- Palas para el mezclado
- Charolas de horneado
- Rodillos
- Racks de charolas para el enfriamiento del producto
- Charolas para el transporte del producto empaquetado

➤ **ESTUDIO ECONÓMICO – FINANCIERO**

Renta de local situado para fabrica:	3,500 / 1 mes
Sueldo para 2 operarios a cargo de la fabricación	6,000 / 1 mes
Sueldo de repartidor	2,000 / 1 mes
Equipo de fabricación	30,000 / único gasto
Materia prima	20,000 / tonelada de producto
Publicidad	2,500 / 1 mes
Vehículo de reparto (nuevo)	14,000 / único gasto
Gas LP	2,500 / 1 mes
Mantenimiento de maquinaria e instalaciones	1500 / 1 mes

Total: 76,500

El calculo es con el establecimiento de una fabrica a una escala semi industrial desde el inicio del proyecto para un crecimiento exponencial según la inversión inicial.

✓ **RETORNO DE INVEERSIÓN**

- **Precio de venta: 60 pesos por cada unidad de 200 gr**
- **Estimación de venta mensual de 600 unidades**
- **Ingreso mensual de 36,000**
- **El costo de operación mensual es de: 18,000**
- **Ganancia mensual: 18,000**

