



Nombre del Alumno:

Sánchez Moreno Alondra Jacqueline

Garduño Alvares Gilary

Nombre del tema: “A&G” MERMELADAS ARTESANALES

Parcial: 3ra unidad

Nombre de la materia: Desarrollo de pequeñas y medianas empresas

Nombre del profesor: Domínguez Aguilar Mabel

Nombre de la Licenciatura: Administración y estrategia de negocios

Cuatrimestre: 9° cuatrimestre

“A&G” MERMELADAS ARTESANALES

Descripción del negocio

Es una empresa dedicada a la producción y comercialización de mermeladas reducidas en azúcares, colorantes y conservadores, surgió de la idea de procesar productos alimenticios en la región que no solo alimentos si no ayudaran a la salud de los consumidores que la adquieren.

Misión

Es una empresa creada para satisfacer las necesidades de los consumidores con problemas de salud y público en general, a través de la elaboración y comercialización.

Visión

Ser una empresa eficiente, rentable, innovadora, sostenible, competitiva y con variedad de productos de mejor calidad y con el personal competente en permanente desarrollo.

Objetivos generales

- satisfacer exigencias de los consumidores a través de la elaboración de productos sanos y con gran valor nutricional.
- ofrecer un nuevo producto, con excelentes características sensoriales a la población con problemas de azúcares.
- establecer buenas relaciones con los proveedores y clientes.

Objetivos a corto plazo

- Realizar un producto 100% natural, sin aditivos y conservadores, de tal forma que no altere su composición.

- Satisfacer las exigencias de los consumidores a través de la elaboración de productos sanos y con gran valor nutricional.

Objetivos a mediano plazo

-
- Establecer buenas relaciones con los proveedores y clientes mediante una comunicación interactiva que permita mantener la cadena en armonía.
- Asociar la organización con productores agrícolas para mantener las compras de frutas con un precio justo y que sea un producto de calidad, a fin de obtener un beneficio recíproco.

Objetivos a largo plazo

- Potenciar la imagen del negocio creando vínculos de cercanía entre nuestros clientes y productores.
- Abrir más canales de distribución.

Slogan

“Endulza tu vida sanamente”.

Logotipo



Descripción del desarrollo tecnológico, producto y/o servicio

Funciones

¿qué hace u ofrece?

Son los colorantes que transforman las mermeladas en supermercado en productos poco naturales en las mermeladas sin azúcar sé apuesta por los efectos saludables que llegan al consumidor.

Necesidades que atiende

Está diseñada para personas con problemas de colesterol, diabetes, falta de vitaminas, sobrepeso, etc. cuando algo es bueno puede consumirse todos los días y así ocurre con estas mermeladas recomendadas para ser disfrutadas sin provocar malestar en el cuerpo.

Aplicación comercial

Nuestro producto está elaborado para todas las personas, personas que tienen problema de diabetes hasta las personas que llevan una vida saludable ya que nuestra mermelada está reducida en azúcares.

Ventajas competitivas.

- es un producto innovador en su presentación, como la etiqueta que la vamos a realizar de manera llamativa para el consumidor.
- la diferencia en la calidad del producto que va desde nuestros proveedores que nos entreguen en la materia prima en perfecto estado.
- nuestro producto al pasar el tiempo cuando ya esté en la etapa de crecimiento ofrecerá promociones y bajas de precio.
- producto con normas requeridas

Estudio preliminar de mercado

Precio: \$73

Características: sabor delicado, con dulzor natural, hecha con fruta natural y cuyos aromas se aprecian cuando se consume, saludable y baja en azúcares.

Lugar de venta: supermercados, internet y centros comerciales

Estrategias de promoción: descuento del 25% en la segunda mermelada.

Segmentación y descripción del mercado meta

Segmentación demográfica:

compradores hombres y mujeres entre 17 y 43 años en adelante. consumidores hombres y mujeres de todas las edades.

Segmentación geográfica: inicialmente cubrimiento en la ciudad de Comitán.

Segmentación psicográfica:

clase alta, media alta, media y media baja, personas que les gusten los productos saludables, naturales y de buen sabor.

mercado meta

El mercado meta de la mermelada de a&g comprende hombres y mujeres, responsables de la mayor parte de las compras del hogar, entre 17 y 43 años en adelante, de nivel socio económico alto, medio alto, medio y medio bajo, que habitan en la ciudad de Comitán.

Análisis de la competencia

Nuestra principal competencia sería TRUDELI que ofrece productos artesanales en Comitán, donde su principal punto de venta esta en plaza las flores

Plan de mercadotecnia

- precios especiales para los que repitan sus compras
- descuentos
- descuento a mayoristas
- anuncios
- página de internet
- precios accesibles

- redes sociales

Estudio preliminar técnico

<p style="text-align: center;">Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> • exclusividad y diferenciación en los productos fabricados de forma tradicional • materia prima de fácil adquisición y a bajo precio • mermelada 100% natural y con alto contenido nutritivo 	<p style="text-align: center;">Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • al ser una empresa nueva su participación en el mercado es baja • falta de conocimiento de la empresa dentro del sector • puede originar un lento crecimiento en las ventas por ser un producto nuevo en el mercado
<p style="text-align: center;">Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • creciente demanda de productos naturales y tradicionales que tiene benéficos para la salud • el consumidor se encuentra dispuesto a probar nuevos productos 	<p style="text-align: center;">Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • alta competencia de grandes industrias nacionales • TRUDELI una empresa que se dedica a la venta de productos artesanales en Comitán

Especificaciones técnicas del desarrollo tecnológico

Envase

Su envase será de vidrio con tapa de lata con capacidad para 280 gramos de producto.

La marca se preocupa no solo por el bienestar del consumidor si no también del medio ambiente.

Etiqueta

Esta diseñada con el fondo sencillo en color blanco con el fin de poder visualizar las características principales del producto.

Desarrollo del proceso de producción

- Obtención del fruto
- Higiene
- Pelado y cortado del fruto
- Cocción
- Añadir aditivos
- Envasado
- Sellado
- Tratamiento térmico
- Comercialización

Determinación de la capacidad de producción

Por 4 kilos de fruta se realizan 25 frascos de 280 gramos

Tiempo total para la realización de la mermelada es de 3 horas

- Lavado: 20 minutos
- Pelado y cortado: 30 minutos
- Elaboración: 25 minutos
- Cocción: 35 minutos
- Limpieza de envases: 30 minutos
- Envasado: 30 minutos
- Sellado: 10 minutos

Determinación de la maquinaria y equipos

- Cuchillo
- Licuadora
- Colador
- Olla
- Cuchara de palo
- Termómetro
- Envase
- Medidor

- Balanza
- Tabla para picar

Diseño, distribución y ubicación de la planta y oficina

Local ubicado en colonia miguel alemán

Programa de producción

Supervisar el proceso

Se supervisará el tiempo que toma cada tarea como las ventas y el tiempo de elaboración en un cronograma de producción.

Se modificará la tabla cuando sea necesario combinando la línea del tiempo de acuerdo con el desempeño real.

Estudio de desarrollo tecnológico

Celular y laptop.

Prototipo

¿qué tan escalable es el producto?

consideramos que puede ser escalable ya que se utilizarán estrategias de venta según el periodo anual en el que se encuentre.

Estrategia de compra

para hacer llegar el producto a manos del consumidor final, se planifica su distribución.

fabricante → mayoristas → minoristas → consumidor.

Estudio preliminar administrativo

1 gerente general

2 vendedoras en nuestros almacenes

1 departamento de contabilidad y recursos humanos, encargados de analizar ingresos y egresos y la planilla de sueldos y salarios

1 departamento de producción y marketing

Áreas funcionales de la empresa

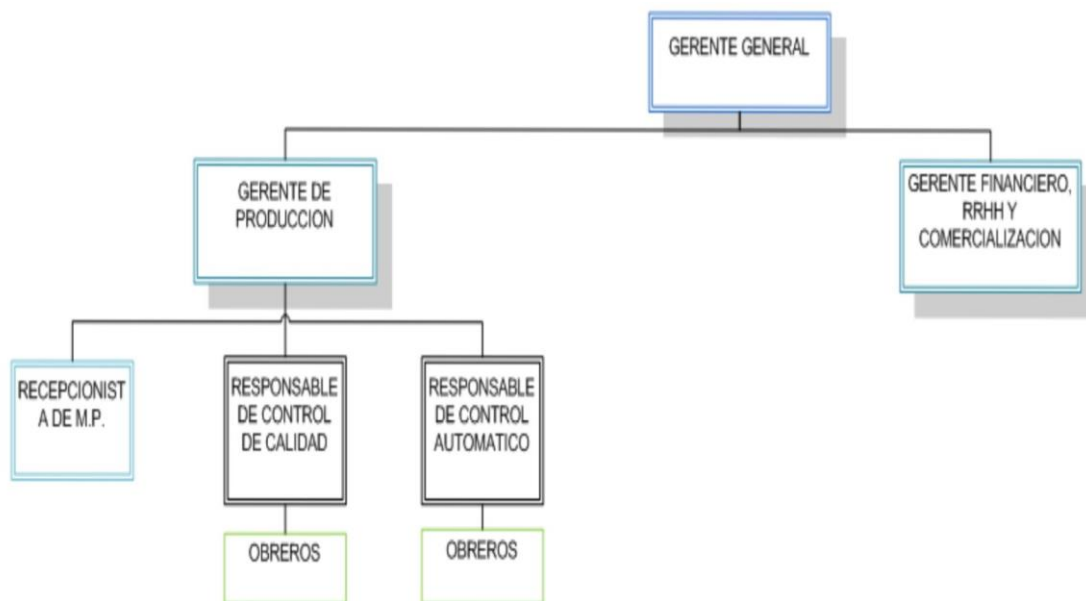
Producción [elementos y factores]

Finanzas [contabilidad, presupuestos, costos, financiamiento]

RH [reclutamiento y selección, sueldos y salarios, capacitación y desarrollo, higiene y seguridad]

Mercadotecnia [planeación estratégica y segmentación de mercados]

Organigrama



Perfil y descripción de puestos

Gerente general

Funciones:

Supervisar y controlar el trabajo de cada uno de los gerentes, creación y aplicación de políticas y planes estratégicos. control y aprobación del uso de los recursos financieros. apoyo completo a solucionar problemas en cualquier área de la empresa.

Gerente de producción

Funciones:

Controlar, planificar, programar la producción. generar registros, informes de productividad e información útil para el proceso de mejoramiento del sistema productivo.

Gerente financiero y recursos humanos

Funciones:

Registros contables, administración de los recursos financieros, realización de estados financieros, gestión de recursos humanos.

Responsable de control de calidad

Funciones:

Recoger aleatoriamente las muestras, realizar el análisis necesario, registra los resultados diarios, contribuir al mejoramiento del producto.

Obreros

Funciones:

Velar por las buenas prácticas del proceso productivo y mejorar la calidad del producto.

Recepcionista de materia prima

Funciones:

Recopilar, seleccionar y almacenar la información a su llegada.

Marco legal de la organización

Permisos

1. nit (número de identificación tributaria para personas jurídicas como es el caso de la empresa, se necesita: documento de constitución de la sociedad (original o fotocopia legalizada legible).
2. la obtención del registro sanitario sirve además como instrumento para emitir el “certificado sanitario de exportación e importación”.
3. las sociedades comerciales referidas, se encuentran reguladas en el código de comercio: sociedad colectiva art. 173 al 183, sociedad en comandita simple art. 184 al 194 y sociedad de responsabilidad limitada art. 195 al 216.
4. licencia de funcionamiento

Es la autorización otorgada por el gamlp para la apertura de una actividad económica, adjuntando los requisitos establecidos, a efecto de obtener la autorización mediante la licencia de funcionamiento municipal, en el marco de lo dispuesto por la ley nº 2492, ordenanzas municipales y normas conexas que regulan específicamente la apertura y funcionamiento de todas las actividades económicas en general.

Estudio preliminar financiero

maquinaria	\$20,000
local	\$2,000
muebles	\$32,000

materia prima	\$10,000
publicidad	\$3,000

Flujo de efectivo

1. el rendimiento esperado, es decir, la rentabilidad que esperamos obtener de nuestra inversión, y se suele medir como porcentaje de la cantidad invertida. aquí hay que contemplar que hay una relación directa entre el rendimiento esperado y el riesgo asumido: a mayor rendimiento, mayor riesgo.

2. el riesgo aceptado, es decir, la incertidumbre sobre el rendimiento y sobre la posibilidad de que no se recupere el dinero invertido. esta es una variable muy subjetiva y que definirá el perfil del inversor, y la aversión al riesgo que muestre. un inversor conservador tenderá a invertir en productos de bajo riesgo y, por ende, de menor rentabilidad, como son los títulos de renta fija o los depósitos a plazo, aunque el interés sea menor que el que podría obtener en títulos de renta variable u otras inversiones.