



Tortillas La Penka

I. Descripción y justificación de la empresa.

1.1 Descripción de la necesidad y del producto o servicio que la satisface

El producto cubre una necesidad primaria de alimentación, que ofrece un alto valor nutrimental y un costo razonable. Consiste en una tortilla hecha con harina de maíz, adicionada con penca de nopal molida. El producto contiene nutrientes que atacan necesidades básicas de nutrición de la población mexicana en niveles importantes: Calcio, Vitamina C, Hierro, Potasio, Fibra soluble e insoluble (que asiste al proceso de digestión en el ser humano). También es importante mencionar que ayuda a controlar los niveles de glucosa y colesterol sanguíneos.

1.2 Análisis FODA

Fuerzas

Dentro de las fuerzas del producto es posible mencionar el hecho de que se cuenta con un producto innovador, del cual no existe mucha competencia. El hecho de que la empresa produzca la penca de nopal sin necesidad de acudir a un proveedor constituye también una fuerza, contribuyendo a la sustentabilidad del proyecto.

Es posible mencionar también como fuerza el hecho de aprovechar la tendencia en el mercado del cultivo orgánico, práctica presente en la materia prima de la tortilla. El nopal utilizado es cien por ciento orgánico. Continuando por esa línea, la campaña publicitaria también se apoyaría en ventajas competitivas como la ausencia de colorantes, saborizantes y aditivos artificiales en el producto.

El producto cuenta con la ventaja de ser más económico que la competencia directa actual (otros productores de tortilla de nopal), lo cual constituiría otra fuerza.

Debilidades

Como las dos debilidades principales podríamos mencionar en primera instancia la falta de recursos principalmente económicos para lidiar con situaciones que requieren cierta solvencia económica en la empresa. Otra debilidad que es posible constatar es la falta de experiencia de los integrantes de la sociedad para negociar, habilidad que se considera importante para el crecimiento de la empresa.

Oportunidades

La exportación y expansión, debido a la demanda del producto en otros países, constituye una oportunidad importante que la empresa podría aprovechar. Otra

oportunidad sería el constante crecimiento que presenta en los últimos años el mercado de productos relacionados al mejoramiento continuo de la salud.

Amenazas

Es posible considerar como amenazas principalmente dos factores. Primero, la posibilidad de que corporativos empresariales muy grandes comiencen a invertir en proyectos de producción y acaparar el mercado de la tortilla de nopal, principalmente compañías que dominan la producción de harina de maíz nixtamalizada.

Otra amenaza la constituye la posibilidad de la falta de posicionamiento de productos de nopal en la mente del consumidor, a nivel masivo.

1.3 Determinación de la misión y visión de la empresa

Misión

Producir y comercializar productos con alto contenido de nopal, que ofrezcan gran valor agregado al consumidor.

Visión

Ser una empresa líder nacional e internacional en el mercado de productos derivados del nopal.

Impacto Social

- Productos Penka brinda a las integrantes del grupo de Mujeres San Javier la oportunidad de tener una actividad económicamente productiva, así como a 6 familias más de la comunidad de San Javier, donde es difícil encontrar fuentes de empleo especialmente para la mujer.
- Tres integrantes se están capacitando en el uso de la computadora y cursos empresariales en la Incubadora Social del ITESM, lo que ha dado un desarrollo personal y educativo a cada una de ellas.

Impacto Ecológico

- Productos Penka no utiliza insecticidas, pesticidas ni fertilizantes artificiales en la siembra del Nopal Verdura.
- El agua utilizada en el lavado del Nopal es reutilizada en el riego.
- Los residuos que se obtienen en el desespinado del Nopal son utilizados como abono.

1.4 Planteamiento de estrategias y ventajas competitivas.

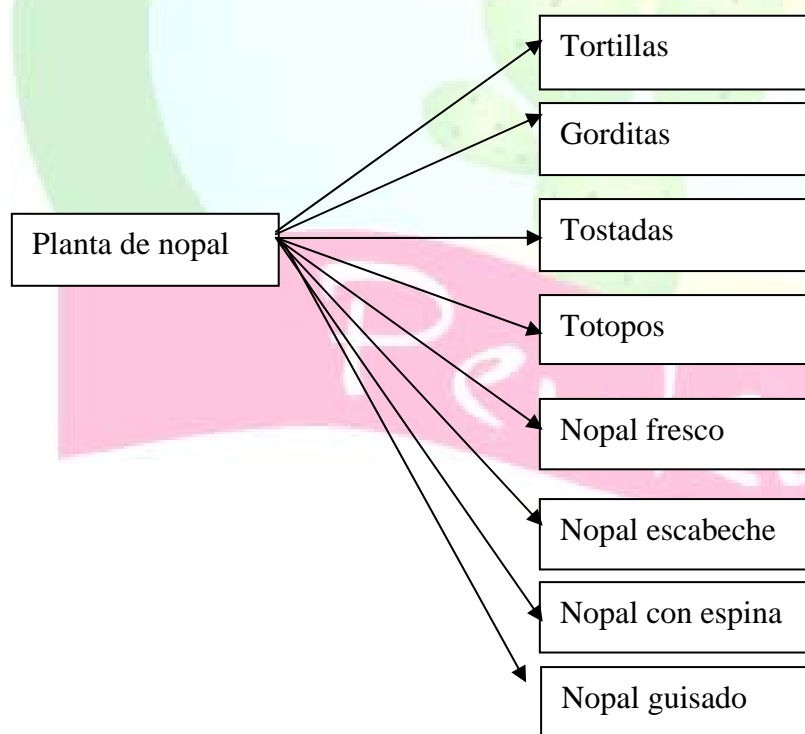
Desarrollo de productos relacionados al nopal, no limitarnos sólo a la producción de tortillas de nopal como hasta ahora lo hemos hecho. Buscar alternativas de productos que den nuevo uso al nopal.

Difundir información relacionada a los beneficios del consumo de productos relacionados con el nopal para reforzar la mercadotecnia del producto.

Manejar el precio más bajo del mercado en competencia directa, y reforzar la entrada al mercado sinergizando con la estrategia publicitaria de utilizar nopal cien por ciento orgánico.

1.5 Determinación del modelo de negocio / cadena de valor.

Como características principales del modelo de negocio, nuestra empresa debe ser creativa, eficiente y productiva; debe manejar también estándares altos en límites de control de calidad del producto y del servicio que se ofrece a distribuidores y consumidores finales.



II. Mercadotecnia

2.1 Determinación del perfil del cliente y el mercado potencial (Segmentación, características, volumen).

El perfil del cliente de Penka® es aquella persona interesada en mantener una mejor calidad de vida, usualmente personas de más de 15 años de edad, que ya cuentan tanto con el poder adquisitivo como con la conciencia del cuidado de su salud. También es posible mencionar las personas que padecen enfermedades crónicas o degenerativas relacionadas con el tracto gastrointestinal o la alimentación y que el consumo de nopal puede asistir a erradicarlas o disminuir sus efectos (diabetes, colesterol, colitis, gastritis, hipertensión, etc.).

La dimensión del mercado asciende a más de 20 millones de personas en México que padecen estas enfermedades (INEGI 2007).

2.1.1 Información disponible

La OECD (2003) menciona que el 24.2% de la población mayor a los 15 años es obesa. México ocupa el segundo lugar en la tabla de concentración de personas obesas con respecto a la comunidad internacional.

De acuerdo a la encuesta nacional de salud realizada en el año 2000, el 10.75% de la población de 20 a 69 años tienen diabetes.

Por lo tanto, se estima que existen cerca de 6.5 millones de personas con diabetes:

- El 53% de los casos corresponden al sexo femenino y el 47% al masculino.
- El índice de crecimiento de la prevalencia es de 2.55 puntos porcentuales. Se elevó de 8.2% a 10.75%.
- Se estima mueren 11 personas con diabetes cada 2 horas en México.

2.2 Análisis de la competencia, producto y/o servicios, empresas, mercado que satisface, formas de venta, precio, posicionamiento, ventajas, desventajas.

Como competencia directa es posible encontrar marcas como El Primo® y las genéricas de los supermercados HEB®. La competencia indirecta la constituirían tortillas de maíz y harina, pan de caja y tostadas que cumplen un propósito parecido. Satisfacen en mayor o menor medida el mismo mercado al que Penka® está dirigido.

Se manejan usualmente créditos a distribuidores, y pago de contado a consumidores finales. El precio más económico de la competencia directa oscila alrededor de los \$19.00, mientras que Penka® se cotiza en \$16.00.

El posicionamiento se llevará a cabo con degustaciones y demostradoras en los puntos de venta. La intención es entrar en la mente del consumidor y crear un hábito de compra.

Como ventajas es posible mencionar el precio de venta y el manejo de las características orgánicas de la materia prima para publicitar el producto. Como desventajas cabe destacar la falta de recursos de capital para promocionar el producto.

2.3 Descripción del producto o servicio

2.3.1 Descripción de las características tangibles: empaque, color, tamaño, nombre, justificación.

Empaque

Bolsa de plástico impresa en español de un lado y en inglés del otro, con la marca, el peso expresado en gramos y libras, la etiqueta de información nutrimental, la forma de uso, una receta para incluirla en platillos tradicionales, información sobre las ventajas del nopal, la leyenda de 100% natural, código de barras, fecha de caducidad, página web, la leyenda "Hecho en México", y demás regulaciones que contempla la norma de etiquetado NOM-051.

Color

Verde característico.

Tamaño

Aproximadamente 13 cm. de diámetro y 1 mm. de grosor por tortilla.

Contenido neto

500 g. Se justifica en ser un estándar de la industria.

Nombre

Tortillas de nopal Penka®.

Se justifica en la penca del nopal, nombre elegido por las socias.

2.3.2 Características intangibles: Uso, necesidades que cubre, durabilidad, tiempo de prestación del servicio o vigencia, garantías, soporte técnico.

Uso

Las mismas ocasiones de uso que una tortilla convencional, para cualquier ocasión de consumo de comida.

Necesidades que cubre

Alimentación.

Durabilidad

Envase sellado 15 días en refrigeración.

Envase al vacío, 4 meses en refrigeración.

Tiempo de prestación del servicio

Con respecto a servicio de ventas, el horario es de 8 A.M. a 8 P.M. en entrega de producto a distribuidores y sistema de entrega a domicilio.

2.3.3 Aspectos innovadores del producto: tecnológicos, del medio ambiente, de funcionalidad, etc.

La innovación en funcionalidad del producto radica en el material del envase, que provee mayor vida de anaquel en 16-17 piezas con un peso neto de 500 g en total.

En cuanto a aspectos innovadores tecnológicos, la mayoría del equipo es de alta tecnología: se cuenta con una máquina tortilladora Celorio®, con capacidad de 70 kg/hr. La máquina de empacado al vacío tiene una capacidad de 450 kg/hr. Se cuenta también con báscula digital, una licuadora industrial de 7 litros y con una revoladora eléctrica batch de 40 kg.

En cuanto a aspectos del medio ambiente, se cuenta con aprovechamiento eficiente del agua en la producción del nopal, y con un programa de disposición correcta de desechos sólidos y líquidos.

2.4 Precio

2.4.1 Estrategias de precios (introducción y operación).

Se ha pensado en diversas estrategias de introducción, dentro de las cuales la más efectiva se considera la paga de un paquete y medio, adquiriendo dos en total. También es posible incluir un producto complementario (nopal fresco) en la compra de un paquete de tortillas, o un obsequio (se ha pensado en bolsas de manta con el logotipo del producto). Durante la operación se manejará el precio calculado de venta.

2.4.2 Condiciones comerciales

Se ha fijado una relación 70/30 en operación de contado. Se ha fijado un rango de crédito de 8 a 15 días en operaciones de venta. Como descuentos se manejará un 10% en la compra de 10 paquetes, especificando la vigencia de la promoción.

2.5 Imagen

2.5.1 Nombre comercial, logotipo y slogan.

Nombre comercial
Productos Penka®.

Logotipo

Muestra la procedencia en colores morado y verde.



Slogans

"Tú lo disfrutas, tu cuerpo de lo agradece".

"Fresco y natural, consume tortillas de nopal".

Etiqueta



2.5.2 Plan de promoción

- Stand en el Tec: venta los días martes de 10 A.M. a 4 P.M. a público en general y oficinas.
- Desarrollo social: Venta dos veces al mes a oficinas y público en general.
- Presencia en ferias 1 ó 2 veces al año.
- Entrada a tiendas de autoservicio.

2.5.3 Medios y frecuencias.

Impresos

Volantes, trípticos, pósters. Repartición cada mes o bimestral, presencia en los puntos de venta.

Electrónicos

Página web, medios masivos, radio.

De Nopal 100% Natural

2 tortillas equivalentes a una de maíz

Cont. Net. 500g

Penka

Las tortillas Penka
contienen Fibra
Son frescas y 100% Naturales
Bajas en calorías y altas en:
Calcio, Hierro y Vitamina C

Consume tortillas de nopal

Penka

www.productospenka.com

MX
HECHO EN
MÉXICO

2.5.4 Costos de publicidad

- Mil trípticos fueron cotizados en \$100, para iniciar la promoción en puntos de venta seleccionados.
- La página web tiene un costo de \$4,000.
- Cien bolsas de manta con el logo del producto tienen un costo de \$100.

2.6 Canales de distribución

2.6.1.1 Ventajas y desventajas de canales de distribución y puntos de venta.

El único canal de distribución formal existente al momento consiste en transportarlo de Salinas Victoria a San Nicolás de los Garza, y de ahí transportarlo a algunos de los puntos de venta:

Edificio CEDES

Presenta como ventaja los contactos y la venta y promoción del producto. Como desventajas es posible mencionar la poca movilidad y exposición del producto al público general (puesto que no cualquiera tiene acceso al CEDES).

Consejo de Desarrollo Social y SAGARPA

Presentan un gran margen de utilidad. Tienen ventajas y desventajas similares al Edificio CEDES.

Ferias

Gran exposición del producto, bajo o nulo margen de utilidad.

Tacos UFF

Sinergia con el propietario y venta constantemente en aumento.

Entrega a domicilio

El trato personal con el cliente puede mencionarse como ventaja, mas presenta un alto costo de venta como desventaja.

2.6.1.2 Ubicación geográfica de la empresa y cobertura.

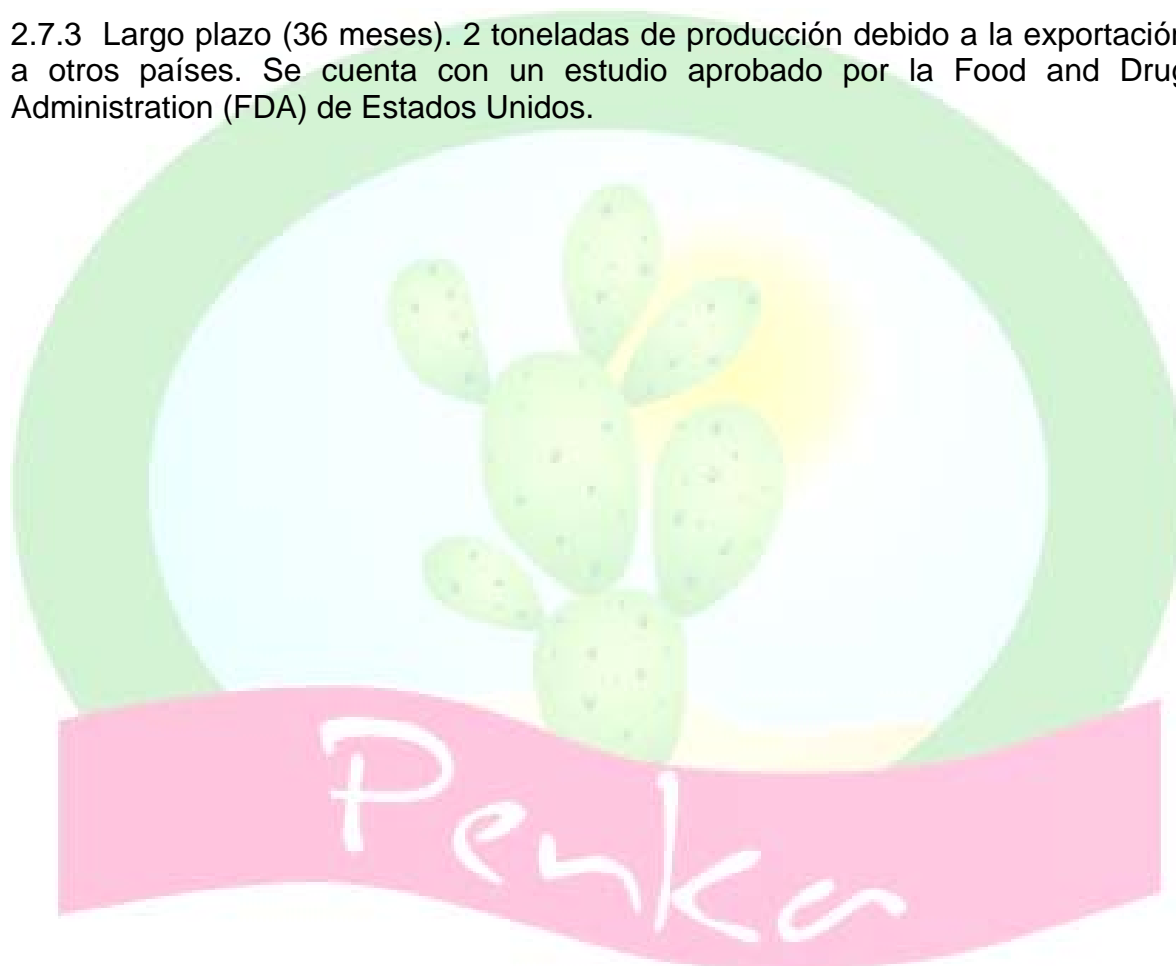
Está ubicada en la Colonia Unión San Javier, en el municipio de Salinas Victoria, Nuevo León, a 24 km o 40 minutos en promedio de San Nicolás de los Garza. Como cobertura se considera la zona metropolitana de Monterrey, que comprende los municipios de San Pedro, Monterrey, San Nicolás, etc.

2.7 Proyección de ventas.

2.7.1 Corto Plazo (12 meses). 102 paquetes por semana (3 bolsas de 20 kg como producción actual). La producción se ha triplicado en el último año, y se espera continuar con ese crecimiento.

2.7.2. Mediano plazo (24 meses). 50 bolsas por semana, ya que los requisitos para la comercialización del producto han sido cumplidos y la venta del producto se disparará.

2.7.3 Largo plazo (36 meses). 2 toneladas de producción debido a la exportación a otros países. Se cuenta con un estudio aprobado por la Food and Drug Administration (FDA) de Estados Unidos.



III. Proceso de producción y ventas.

3.1 Abasto de materia prima y proveedores

Como materia prima podemos mencionar el nopal (del cual se requieren al momento 60 kilos, producido por la misma sociedad). Su producción cuesta \$3.50 kilo. La harina de maíz (de la cual se requieren 3 bultos) se adquiere a \$105.00 con 20 kilos cada uno. Se consumen 20 litros de agua que representan \$120.00 al mes.

Proveedores principales:

- PROGASA de Zuazua, Nuevo León.
- MINSA, del cual se adquiere Harina de Maíz nixtamalizada, ubicado en Monterrey, N.L.
- Agua y Drenaje de Salinas Victoria

3.2 Producción y/o operaciones (prestación de servicios).

3.2.1 Maquinaria y/o herramientas de trabajo (especificación técnica, costo y capacidad de producción)

Maquina tortilladora marca Celorio con capacidad de 70 kilos por hora eléctrica y de gas fácil manejo y mantenimiento con valor de 100 mil pesos

Revolvedora eléctrica con capacidad de 40 kilos de fácil manejo y limpieza con un costo de 15 mil pesos

Licuada eléctrica industrial de acero inoxidable con su base capacidad de 7 kilos fácil manejo y de limpieza con un costo de 7,500 pesos

Empacadora al vacío eléctrica voltaje 220 empaca una bolsa cada 4 segundos fácil uso mantenimiento y limpieza con un costo de 47 mil pesos

Bascula eléctrica digital con capacidad para 10 kilos fácil uso y de limpieza con un costo de 1500 pesos

3.2.2 identificación de los rubros y costos de producción / operación

Harina \$105

Nopal \$63

Agua \$5

Bolsas \$68

Gas \$30

Luz \$36

Gasolina \$200

Sueldo \$400

Total de \$907= 68 paquetes de medio kilo

Maquinaria y/o herramientas de trabajo (especificación técnica, costo y capacidad de producción)

3.2.3 Aspecto de control de calidad (especificación)

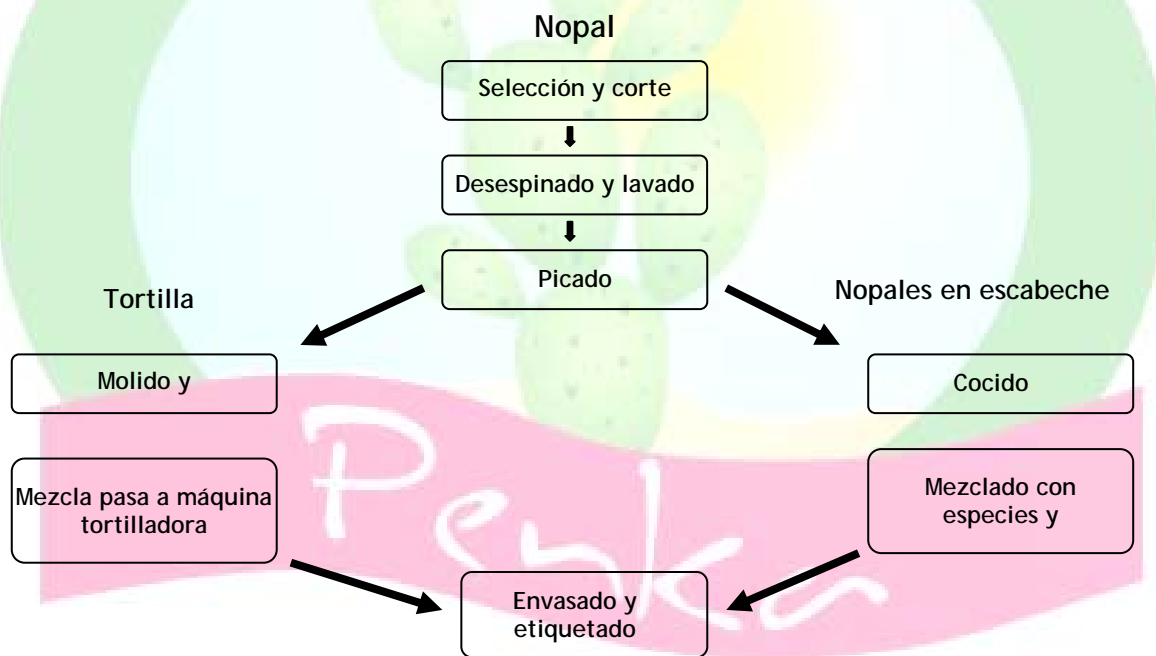
3.3 Distribución y ventas

3.3.1 Actividades y costos para la distribución del producto, servicios de outsourcing

La tortillería se encuentra ubicada en Salinas Victoria, el producto se elabora en Salinas victoria ya elaborado se trae para San Nicolás y de ahí se distribuye para todos los clientes el ir y venir a Salinas gastamos \$200 en gasolina y \$100 aproximadamente en entrega en pedidos.

3.3.2 Actividades para el desarrollo de plan de ventas

Visitar negocios pequeños de tiendas de nutrición y fruterías



V. Administración de Recursos Humanos.

5.1 Responsables del proyecto (currículums de los emprendedores)

Datos personales

Nombre: Celestino Osoria Martínez

Domicilio: Bonampak #713

Col. Balcones de Anáhuac, San Nicolás de los Garza N. L.

Teléfono: 83-07-04-12

Lugar y fecha de nacimiento: Cerros Bancos, Mier y Noriega N. L.

6 de abril de 1960

Registro federal de contribuyentes: 00MC600406

Persona física

Empresa propia

Escolaridad

Primaria: "Emiliano Zapata"

Secundaria: "Emiliano Zapata"

Experiencia laboral

Instalaciones industriales del norte

Designa proyectos y construcciones

Supervisor de obra

Cursos

Integración a la producción de nopal y el grupo de mujeres San Javier

Sinposiom de taller: Producción y aprovechamiento del nopal en el suroeste de México (Octubre de 2007, en UANL)

Congreso internacional sobre la producción del tomate en invernadero

Datos personales

Nombre: Carolina Gloria Gutiérrez

Domicilio: Bonampak #714

Colonia Balcones de Anáhuac, San Nicolás de los Garza, N. L.

Teléfono: 83-07-04-12

Lugar y fecha de nacimiento: Tecolote, Mier y Noriega, N. L.

31 de julio de 1960

Registro federal de contribuyentes: GOGC-600731

Escolaridad

Primaria: "Emiliano Zapata"

Secundaria: "Emiliano Zapata"

Preparatoria #9 UANL

Experiencia laboral

Agencia de publicidad Ay P (jefa de grupo)

Negocio propio

Productora de nopal

Cursos

Curso en la facultad de agronomía UANL

Sinposiom de taller: Producción y aprovechamiento del nopal en el suroeste de México (Octubre de 2007, en UANL)

Congreso internacional sobre conocimientos y aprovechamiento del nopal y otras cactáceas de valor económico (2-7 de agosto de 2004, Universidad Autónoma de Chapingo)

Curso de anticipación en el encuentro estatal de organizaciones económicas rurales 1-2-3 (* de los productores de nopal)

Symposium taller: producción de aprovechamiento de nopal (noreste de México)

Seminario regional de empresas exportadoras agroexportadoras (Guadalajara, Jalisco, 20 y 30 de septiembre del 2005)

Encuentro de productores de nopal en Zacatecas (Noviembre de 2006)

Encuentro nacional de mujeres campesinas (13- 17 de agosto de 2005, Acapulco, Guerrero)

Integración del grupo de mujeres San Javier (como presidenta de Sociedad de Producción de Recursos Limitados, 2006)

Encuentro con productores de San Sebastián de Villa Nueva y muestra gastronómica a base de nopal (Julio de 2006, en Puebla)

Integración a la incubadora de empresas del Tec (Septiembre de 2006)

V Symposium taller: Taller producción y aprovechamiento en el noreste de México y elaboración de productos de nopal: salmuera, escabeche y jugos (Octubre de 2006, en la Universidad Autónoma de Nuevo León)

Datos personales

Nombre: Laura Esther Martínez Monreal

Domicilio: Bonampak #714

Colonia Balcones de Anáhuac, San Nicolás de los Garza, N. L.

Teléfono: 83-07-06-52

Lugar y fecha de nacimiento: Nuevo Laredo Tamaulipas

8 de Mayo de 1963

Registro Federal de contribuyentes: MAML-630508

Escolaridad

Primaria: Lauro Aguirre (Nuevo Laredo)

Secundaria: #1 Profesor Andrés Osuna Hinojosa (Monterrey)

Preparatoria #1 UANL

Facultad de Filosofía y Letras, Licenciada en Pedagogía

Maestría en enseñanza Superior, Formación y Capacitación de Recursos Humanos

Experiencia Laboral

Tienda de Nutrición en Girasol

Agencia de promociones A y P

Soy parte de la Sociedad de producción Rural de Recursos Limitados
Actualmente me integre a la incubadora del Tecnológico de Monterrey

Datos personales

Nombre: Saturnina Cortes Ezequiel
Domicilio: Plutarco Elías Calles #136
San Javier, Salinas Victoria, N. L.
Teléfono: 82-22-88-57
Lugar y fecha de nacimiento: San Luís Potosí
28 de Noviembre de 1962

Escolaridad

Primaria: Moisés Sáenz

Experiencia Laboral

Obrera: Enlaminados y Perfiles Salinas

Datos personales

Nombre: Norma Alicia Montemayor Garza
Domicilio: Maria Guadalupe Soledad Ayala
Colonia Don Lalo Escobedo N. L.
Teléfono: 0448112433122
Lugar y fecha de nacimiento: Monterrey N. L.
31 de Marzo de 1965
Registro federal de contribuyentes: MOGNA-310365

Escolaridad

Primaria: Julio González Perales

Experiencia laboral

Tiendas de abarrotes (negocio familiar)
Servicios a los comedores industriales
Negocios propios

Cursos

Curso de corte y confección
Curso en la facultad de agronomía UANL
Sinposiom de taller: Producción y aprovechamiento del nopal en el suroeste de México (Octubre de 2007, en UANL)
Encuentro con productores de San Sebastián de Villa Nueva y muestra gastronómica a base de nopal (Julio de 2006, en Puebla)

Datos personales

Nombre: Araceli García Cortes
Domicilio: Plutarco Elías Calles #136
Salinas Victoria, N. L.
Teléfono: 82-22-88-57
Lugar y fecha de nacimiento; San Luís Potosí
16 de Noviembre de 1978

Escolaridad

Primaria: Gabriel Mistral
Secundaria: Jaime Nuno

Experiencia laboral

Empleada en una zapatería
Obrera Lamina y Perfiles Salinas
Guardia Sam's Club

Datos personales

Nombre: Martha Maria Osoria Gloria
Domicilio: Bonampak #713
Colonia Balcones de Anahuac
Teléfono: 83-07-04-12
Registro federal de contribuyentes:

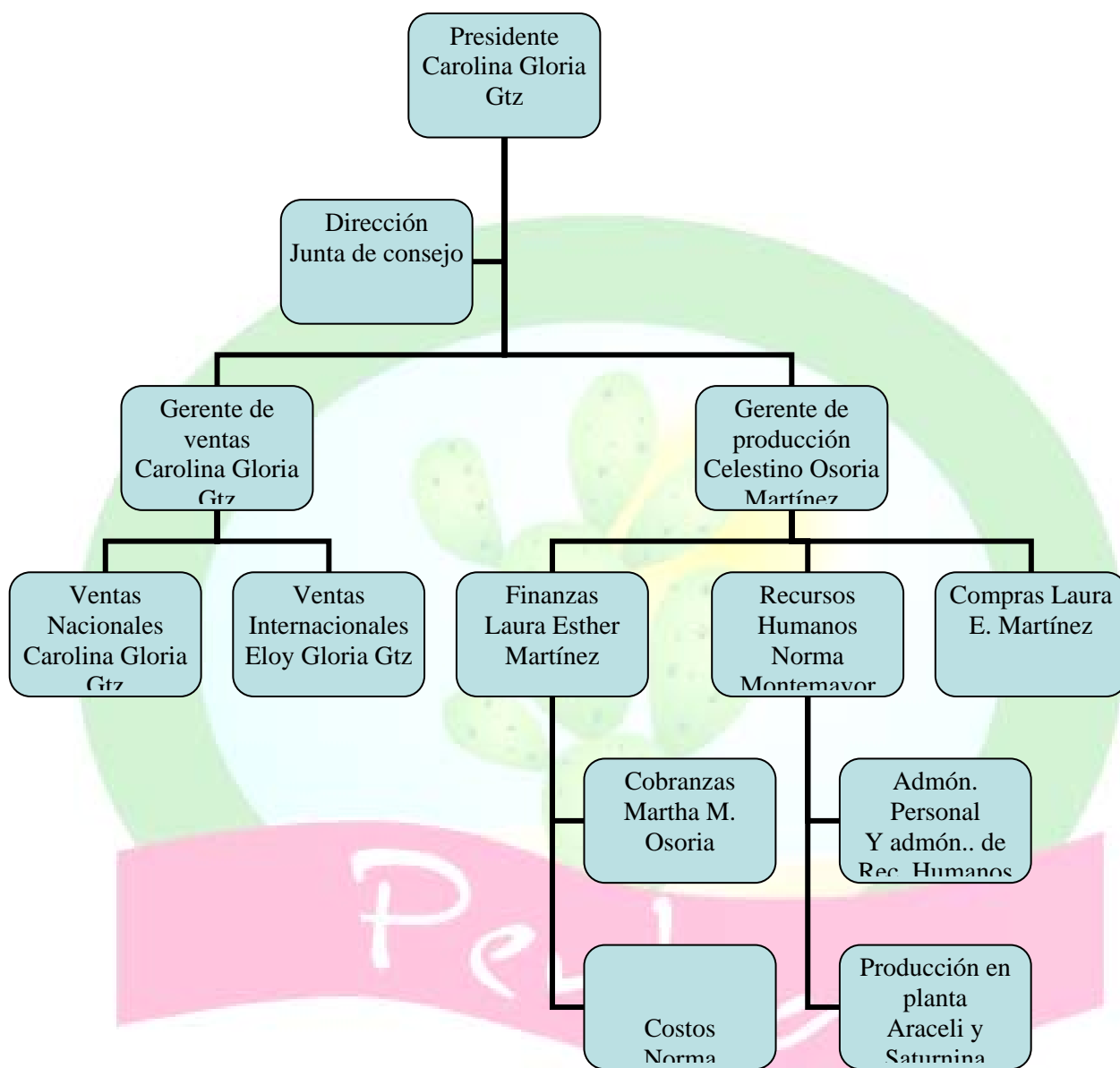
Escolaridad

Primaria: Pablo Livas
Secundaria: Jaime Nuno
Preparatoria: #16 UANL
Facultad: Comunicación y Filosofía y Letras (ingles)

Experiencia laboral

Agencia de publicidad A y P
Procter & Gambler
Daltille de México

Organigrama



5.4 Cantidad de personal y Costo de Nomina (corto, mediano y largo plazo)

Cantidad de personas: 7

Costo de nomina a corto plazo:

\$500 por persona= \$3,500 por semana

Costo de nomina a mediano plazo:

\$800 por persona= \$5,600 por semana

Costo de nomina a largo plazo

A largo plazo se estarían proyectando ocupar 10 personas adicionales para apoyar en la producción.



VI. Contabilidad y Finanzas.

6.1 Balance Inicial (Inversión inicial y fuentes de financiamiento inicial)
(Ver Anexos)

6.2 Estados financieros (en pesos constantes)

Flujo de efectivo por tres años (año 1 mensualmente años 2 y 3 anualmente)

Estado de resultados anual (año 1 mensualmente años 2 y 3 anualmente)

Balance general anual (al final de cada año, por 3 años)

(Ver Anexos)

6.3 Indicadores Financieros

(Ver Anexos)



VII. Aspectos Legales.

7.1 Determinación de la personalidad jurídica (sociedad anónima, persona física con actividad empresarial, etc.).

Somos una sociedad de producción rural de responsabilidad limitada

7.2 Participación de capital de los socios (% de derecho sobre las utilidades de la empresa)

50% la presidenta de la sociedad el resto se divide en 6 socios que es de 8.2 % para cada uno

7.3 Trámite o permiso adicional requerido para iniciar actividades – sólo si para el tipo de actividad se requiriese trámites adicionales a los regulares para cualquier empresa.

Secretaria de relaciones exteriores Hacienda y crédito publico Secretaria de salubridad y asistencia trámites municipales

7.4 Asociaciones con entidades

Actualmente contamos con apoyos institucionales de las siguientes instituciones:

- Secretaría de la Reforma Agraria
- Corporación para el Desarrollo Agropecuario
- Consejo de Desarrollo Social del Estado de Nuevo León (CODESOL)
- Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM)

7.5 Patentes, registros, uso de marcas registradas.

Tenemos una solicitud la cual esta en tramite en el Instituto mexicano de la propiedad intelectual Contamos con el código de barras (AMECE) Tenemos nuestro logotipo (PENKA) Tenemos la tabla nutricional (UANL)



Anexos.



Contacto



Grupo de Mujeres San Javier S. P. R. D. R. L.

Oficina: Bonampak #713, Col. Balcones de Anáhuac
San Nicolás de los Garza, N. L.
Telf. 81-8307-0652

Fabrica: Revolución #1420, Unión San Javier, Salinas Victoria,
N. L. Tel: (044) 811-043-3661
Info@productospenka.com

Penka