



UNIVERSIDAD AUTONOMA DE SINALOA
ZONA REGIONAL NORTE
UNIDAD ACADEMICA DE NEGOCIOS
LIC. RELACIONES COMERCIALES INTERNACIONALES

NOMBRE DEL INTEGRANTE LÍDER DE LA INICIATIVA:

NOMBRE: Camacho Parada Melissa

INTEGRANTES DE LA INICIATIVA:

- 1.-Camacho Parada Melissa
- 2.-Miranda Delgado Lisandre Micaela
- 3.-Delgado Aguilar Kathya Elizabeth
- 4.-Angulo Camacho Daniela
- 5.-Jimenez Ruvalcaba Lorenia del Rocío

INDICE

1.-DESCRIPCIÓN DE PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO Y SU CARÁCTER INNOVADOR.....	3
2.-NIVEL DE DESARROLLO E INCUBACIÓN DEL PROYECTO.....	4
3.-VIABILIDAD EMPRESARIAL Y POSIBILIDADES DE ESCALAMIENTO.....	5
4.-PERTINENCIA DEL PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO.....	6
5.-POSIBILIDAD DE CRECIMIENTO.....	6
6.-RECURSOS MATERIALES, ECONÓMICOS, HUMANOS E INFRAESTRUCTURA NECESARIOS PARA LLEVAR A CABO EL PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO.....	7
7.-CONTEXTO LEGAL, ÉTICO, MORAL Y AMBIENTAL QUE CONTEMPLA EL PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO.....	10
8. PLAN DE NEGOCIOS.....	11

1.-DESCRIPCIÓN DE PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO Y SU CARÁCTER INNOVADOR.

Adherente 100% orgánico llamado SNC-01 estas letras en honor a sus componentes que son: Sábila, Nopal y Cactus, que aportan diversos beneficios a la planta al momento de su uso. Esta Formulado especialmente para ser usado en aplicaciones con f. foliares, insecticidas, herbicidas, fungicidas, nematocidas, etc.

La innovación del adherente es que es totalmente orgánico no cuenta con ningún químico bio-racional que dañe la salud del ser humano ni el medio ambiente brindando diferentes benéficos que nos diferencian de la competencia ya que estos dicen brindar y no lo hacen.

PENETRANTE: Penetra en un cuerpo o follaje de la planta.

ADHERENTE: Tiene el poder de adherir

ANTI-ESPUMANTE: Reduce la espuma del producto

REGULADOR DEL PH: Regula el ph del agua a utilizar de 6.5 a 7.5.

EMULSIFICANTE: Ayuda en la mezcla de dos sustancias difíciles de mezclar (agua y aceite)

DISPERSANTE: Buena distribución de un Producto

2.-NIVEL DE DESARROLLO E INCUBACIÓN DEL PROYECTO

PROYECTO EN NIVEL DE INCUBACION, PROYECTO GANADOR DE UNA EXPO UNIVERSITARIA.

IDETINpyme UANEG: Es el encargado de las asesorías y capacitaciones sobre nuestro proyecto en el cual se encuentra en proceso de pre –incubación mismo que generamos el concepto y modelo de negocio que queremos seguir. El proyecto de emprendimiento se encuentra en proceso de incubación, ya que ha recibido capacitaciones, talleres y procesos para la formación de su empresa.

¿QUÉ ES IDETIN PYME?

Un instituto de consultoría e incubadora para las pequeñas y medianas empresas del Pacífico de México. Nuestros objetivos son incrementar la rentabilidad y viabilidades de las empresas, mejorando su competitividad y favoreciendo su capacidad de innovación e incrementando su cultura empresarial competitiva.

MISIÓN

Contribuir a la competitividad de las Pymes de la región, promoviendo y participando en las redes que dan dinamismo a la innovación, a la tecnología y al desarrollo de la cultura empresarial, generando y difundiendo el conocimiento relativo a los factores que determinan estos procesos.

VISIÓN

Ser un referente internacional en servicios de asesoría, capacitación, información y desarrollo relativo a los factores que determinan estos procesos.

¿QUÉ HACEMOS?

Consultoría



Es un servicio de asesoramiento profesional que ayuda a los gerentes y a las organizaciones a alcanzar los objetivos y fines de ésta mediante la solución de problemas gerenciales y empresariales de manera integral, el descubrimiento y la evaluación de nuevas oportunidades de negocio, el mejoramiento del aprendizaje y la puesta en práctica de los cambios necesarios

Incubación



Proceso donde las ideas y la innovación se transforman en negocio. Brindamos la infraestructura y los servicios necesarios para dar apoyo a las empresas de reciente creación: Asesoría, información, capacitación en habilidades empresariales y acceso a redes de negocios

Internacionalización



Servicio por medio del cual se mantiene una estrecha relación con las empresas exportadoras y/o importadoras de la región brindándoles información detallada en tiempo y forma sobre leyes, reglas, normas, apertura y ampliación de nuevos mercados en colaboración con instituciones de gobierno que apoyan el comercio internacional.

3.-VIABILIDAD EMPRESARIAL Y POSIBILIDADES DE ESCALAMIENTO

El adherente esta hecho a base de 3 plantas naturales: sábila, nopal y cactus considerándolo un producto no dañino para las siembras y el medio ambiente, buscando beneficios para la sociedad ya que es un producto no toxico.

ENUMERA ALGUNAS ASPIRACIONES QUE TIENE COMO EMPRESA EN CRECIMIENTO. EN QUE TIEMPO LAS ALCANZARAN, CORTO, MEDIANO O LARGO PLAZO.

1. Ser un grupo líder en la elaboración de productos orgánicos para el campo, con presencia regional, estatal y nacional.
2. proporcionar una excelente atención personalizada a nuestros clientes.
3. Lograr posicionarnos como unas de las principales empresas productoras y comercializadoras de Agro-insumos en la zona norte del estado de sinaloa reconocida por la calidad de nuestros productos.

4.-PERTINENCIA DEL PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO

La empresa SINAGROR tiene como objetivo resolver una de las más grandes problemáticas que tenemos hoy en día el cual es disminuir la contaminación del medio ambiente, Y LA CONTAMINACION AGRICOLA y el cuidado de la salud humana. Existen peligros para el medio ambiente en los cuales destacan, la toxicidad para los seres vivos, la capacidad de contaminar el agua, la atmósfera o el suelo.

5.-POSIBILIDAD DE CRECIMIENTO

Las posibilidades de crecimiento del producto aumentaran conforme nuestra región adopte una cultura ecológica, ya que el adherente es 100% orgánico, y en base a esto, cabe la posibilidad que dicho producto adquiriera gran demanda. Sera dirigido a un mercado agrícola con la ventaja que es fundamental un adherente para sus siembras y esto les brinda mayor seguridad para sus tierras o productos a cosechar.

La idea de nuestro proyecto del adherente orgánico surgió de la siguiente manera, nos dimos a la tarea de buscar información acerca de la agricultura, productos, campo, la problemática de los productos químicos que se utilizan y dañan al medio ambiente y demás. De la misma manera la idea de nosotros era clara, elaborar un adherente totalmente orgánico ya que en el mercado no existe este producto.

Encontramos que la combinación del nopal sábila y cactus lo utilizaban en el pasado para pintar sus casas se aplicaba estos tres productos totalmente naturales y el color de su pintura se adhería mejor, por lo que se nos ocurrió mezclar estos tres productos para elaborar nuestro adherente es lo que se necesita para que se haga más eficiente el producto que se le aplicara a los distintos cultivos.

Nuestro proyecto nos permite estar en constante innovación porque nos estamos enfocando en brindarles un producto organico indispensable, y este mismo puede complementarse con una línea nueva de productos para agro-insumos.

6.- RECURSOS MATERIALES, ECONÓMICOS, HUMANOS E INFRAESTRUCTURA NECESARIOS PARA LLEVAR A CABO EL PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO

COSTO DE MAQUINARIA, MOBILIARIO Y EQUIPO DE PRODUCCIÓN			
1	BATIDORA INDUSTRIAL	\$15,700	\$15,700.00
1	SELLADORA INDUSTRIAL	\$20,000	\$20,000.00
3	BARRILES INDUSTRIALES	\$3,000	\$9,000.00
1	MESA DE TRABAJO	\$2,000	\$2,000.00
5	BOTES DE BASURA	\$100	\$500.00
4	CUCHILLOS	\$75	\$300.00
12	RECIPIENTE	\$50	\$600.00
TOTAL COSTO MOB Y EQUIPO PRODUCCIÓN			\$48,100.00

PRODUCTOS

Sábila

Nopal

Cactus

Conservador natural

RECURSOS HUMANOS

PERSONAL INTERNO

4 personas en el área de producción

2 personas en el área almacén

1 ing. Agrónomo

1 persona en el área administrativa

1 gerente general

1 persona en recepción

2 personas en el área ventas

1 persona en el área de limpieza

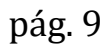
PERSONAL EXTERNO

Despacho contable

Agencia de publicidad

PROCESO DE FABRICACION

Primero se extrae la pulpa de las pencas de cactus, nopal y sábila para agregarlas a un recipiente después de varios minutos agregar el conservador a utilizar, se mezcla por unos minutos luego se pasa al proceso de fermentación, enseguida se hace la colación de líquidos pasamos a las pruebas de laboratorio para verificar que haga correctamente sus funciones y por último se manda al área de envasado, se sella y etiqueta.



7.-CONTEXTO LEGAL, ÉTICO, MORAL Y AMBIENTAL QUE CONTEMPLA EL PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO

TRÁMITES

PERSONA NATURAL

Aquí la persona asume a título personal todos los derechos y obligaciones de la actividad comercial que ejerce.

REQUISITOS LEGALES COMERCIALES

- En la CAMARA DE COMERCIO
- Confirme que el nombre que quiere usar para su empresa no ha sido registrado.
- Tramitar el formulario de Registro de matrícula mercantil.
- Tramitar el anexo de la solicitud del NIT. (DIAN)
- Pagar los derechos de Registro de matrícula mercantil.
- Requisitos legales Tributarios

EN LA SECRETARIA DE HACIENDA

- Registro de Industria y Comercio.
- Certificado del uso del suelo.
- Licencia sanitaria.
- Licencia de seguridad

PERSONA JURÍDICA

Persona ficticia, capaz de ejercer derechos y contraer obligaciones, y de ser representada judicial y extrajudicialmente.

- Los mismos Requisitos Comerciales, Tributarios y de Funcionamiento
- Estatutos de la Persona Jurídica
- a) **Minuta de constitución:** Por documento privado si la empresa a constituir posee activos totales por valor inferior a quinientos (500) salarios mínimos mensuales legales vigentes ó una planta de personal no superior a diez (10) trabajadores y no se aportan bienes inmuebles. (Ley 1014 de 2006, Decreto 4463 de 2006)

Nota: Independientemente del valor de los activos o de la planta de personal, también podrá constituir su empresa por documento privado a través de la figura de Sociedad por Acciones Simplificada con las formalidades que establece la Ley 1258 de 2008.

La empresa unipersonal puede constituirse igualmente por documento privado, indistintamente de sus activos o su planta de personal, de conformidad con lo preceptuado en el Artículo 72 de la Ley 222 de 1995.

Tenga en cuenta que el documento privado debe contener presentación personal de todos los socios o accionistas ante Notaría.

b) Escritura pública: En cualquier notaría sin importar el valor de los activos o el número de trabajadores, según lo establecido en el Artículo 110 del Código de Comercio

Cuando se aporten bienes inmuebles, el documento de constitución deberá ser por escritura pública, el impuesto de registro deberá ser cancelado en oficina de instrumentos público y presentar copia del recibo o certificado de libertad que acredite la inscripción previa de la escritura pública en esa oficina, al momento de presentar los documentos

8. PLAN DE NEGOCIOS

ANTECEDENTES

La empresa SINAGROR se creó con el objetivo de satisfacer las necesidades de la sociedad en gran parte más a los agricultores para que sus cultivos fueran mayor y de mejor calidad con el fin de cuidar más el medio ambiente cuidando de la naturaleza y de los productos que en general consume la sociedad. Por esa parte fue que nosotros creamos esta empresa agrícola orgánica. La innovación tiene como objetivo adaptarse a las nuevas situaciones y exigencias del mercado para ser cada vez más competitivos a partir de la identificación de las oportunidades tanto para los agricultores como para nuestros empleados.

JUSTIFICACION DEL PROYECTO

Debido a la variedad de productos químicos que hay en el mercado en la rama de la agricultura nos vimos a la necesidad de introducir al mercado un adherente orgánico que no dañe el medio ambiente por lo cual implementaremos diversas estrategias de promoción.

Se hace este proyecto para ofrecer un producto de calidad y de mayor eficiencia en el campo, además de generar ingresos económicos a la empresa y de esta manera ofrecer a los agricultores un adherente de calidad y que aporte los beneficios necesarios para su siembra y a un menor costo que otros químicos que existen en el mercado.

Consciente del mercado competitivo y cambiante y sobre todo de la necesidad de productos orgánicos y económicos es por eso por lo cual creamos este producto que satisfagan las expectativas de los compradores y que se vean reflejados en buenos cultivos sin dañar el medio ambiente y así tengan una mayor producción de sus cultivos en base a esto se harán estudios para promocionar adecuadamente la campaña promocional de este product, estudios para promocionar adecuadamente la campaña promocional de este producto.

MISIÓN Y VISIÓN

MISION

Somos una empresa dedicada a la producción y comercialización de Agro-insumos con alta calidad y precios competitivos, totalmente responsable con el medio ambiente.

VISION

Lograr posicionarnos como unas de las principales empresas productoras y comercializadoras de Agro-insumos reconocida por la calidad de nuestros productos.

ANÁLISIS FODA

FORTALEZAS

- *Bajo costo en producción
- *Buena calidad de los ingredientes
- *Conocimiento de la siembra de los ingredientes a utilizar (sábila, nopal y cactus,)
- *Producto ecológico
- *Aprobado por ingenieros agrónomos capacitados

*Poca inversión en infraestructura

*Mano de obra barata

*Producto innovador

*Fácil forma de pago

AMENAZAS

*La sobre oferta

*El renombre de algunos de nuestros competidores

*El clima

*Retrasos en el tiempo de paga de nuestro producto

*Competidores locales

*Elevación de los fletes

*Contracción de los precios internacionales

*Incremento de la demanda por productos similares con origen químico

OPORTUNIDADES

*Introducir nuestro producto a una empresa de prestigio

*Poder establecer nuestra empresa en otros países

*Ventas favorables

*Exportación internacional con buenos resultados

*Reconocimiento mundial de nuestro producto

*Creciente demanda por productos ecológicos*Asociarnos con empresas del ámbito económico pero que sin que competencia

DEBILIDADES

*Elevados costos de transporte

*Alta elasticidad de precios

*Alta concentración de exportación de adherentes a España

*Bajo nivel de tecnología

*Rechazo de los consumidores por ser nuevos en el mercado

*Deficiente planificación

FA

- **F9.A4** Los competidores locales son una amenaza pero podría contrarrestarse con la fácil forma de pago que nos hace diferentes a la competencia.
- **F9.A3** No podemos controlar algún retraso de pago de nuestro producto, pero la fácil forma de pago hace reducir ese riesgo.
- **F4.A7** Al ser nuestro producto ecológico no veríamos en una amenaza si incrementara la demanda por productos similares con origen químico por eso daremos publicidad donde resalte los beneficios que tiene nuestro producto al ser natural.

FO

- **F1.O3** Como el producto tiene bajo costo de producción y por consecuente lo daremos a un precio accesible podemos tener ventas favorables.
- **F8.O5** Como es un producto innovador podríamos tener un reconocimiento mundial del producto.
- **F4.O6** Al ser un producto ecológico hay posibilidad de una oportunidad como lo es una creciente demanda por productos ecológicos.

DO

- **D4.O2** Aunque tenemos bajo nivel de tecnología eso no nos impide poder introducir nuestro producto en otros países.
- **D4.O1** Aunque nuestra empresa cuenta con bajo nivel de tecnología eso no nos impide poder establecer nuestra empresa en otros países ya que no necesitamos de alta tecnología para la elaboración de nuestro producto.
- **D6.O7** Al contar con una deficiente planificación podríamos solucionar eso al asociarnos con empresas del ámbito económico pero que sin que competencia (maquinaria, semillas) para que estas nos ayuden a planificar y obtener mejores resultados.

DA

- **D2.A6** La alta elasticidad de precios podría crear una contracción de los precios internacionales por eso te
- nemos que establecer estrategias inteligentes en cuanto el pago y el tipo de moneda.
- **D6.A1** Una deficiente planificación podría crear una sobre oferta para controlar eso implementaremos el control de la producción de nuestro producto.
- **D1.A5** Los elevados costos de transporte afectan directamente como la elevación de los fletes pero para que no nos afecte eso investigaremos que es lo nos conviene según las leyes arancelarias y los precios.

MERCADO META

El adherente orgánico será dirigido al sector agrícola, como lo son agrónomos y agricultores deseando obtener de su cosecha productos sanos y naturales, con el fin de satisfacer sus necesidades y obtener un producto libre de químicos para que no afecte el medio ambiente y al ser humano. La empresa quiere dar una manera de cuidar y producir como ellos buscan.

Analizándolo más a fondo nos podemos dar cuenta que es un producto cuyos criterios de segmentación son:

SEXO: Indistinto

EDAD: indefinida

GEOGRÁFICOS: que cuente con la tierra apta para una buena siembra, Ya que no en cualquier parte existe tierra para sembrar, que deseen que sus productos sean orgánicos.

NIVEL SOCIOECONÓMICO: medio, medio-alto o que cuenten con algún programa de apoyo para su campo. Deseando obtener de su cosecha productos sanos y naturales, con el fin de satisfacer sus necesidades y obtener un producto libre de químicos para que no afecte el medio ambiente y al ser humano ya que este producto es para el tratamiento de las tierras a sembra.

INVESTIGACIÓN DE MERCADO FUENTES PRIMARIAS Y SECUNDARIAS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Primaria:

Como fuente primaria aplicamos encuestas a personas al que va dirigido nuestro producto en este caso al sector agrícola.

Secundario:

Como fuente secundaria nos hemos apoyado del internet, al momento de investigar sobre el pasado de los componentes de nuestro producto.

PLAZA Y/O CANALES DE DISTRIBUCION. VENTAJAS Y DESVENTAJAS



VENTAJAS:

- Acceso a nuevos mercados.
- Desarrollo y crecimiento de la empresa al generar nuevos ingresos.
- Aprovechamiento de la capacidad de producción instalada.
- Fortalecimiento de la competitividad de los productos en calidad y precio.
- Actualización tecnológica. Mejora de la imagen empresarial.
- Generación de empleos y de divisas para el estado.

DESVENTAJAS:

- Extrema diversificación de los mercados.
- Falta de conocimiento de la contraparte.
- Incumplimiento en tiempos y cantidades de entrega.

PRECIO

El precio de nuestro producto fue establecido basándose en los costos de producción, brindándoles a nuestros clientes un precio accesible, y de calidad, totalmente orgánico.

POLITICAS DE VENTAS

- Los descuentos otorgados al distribuidor son calculados automáticamente por el sistema, de acuerdo al volumen de compra generado por el cliente.
- La entrega fuera del área de Los Mochis, Sin. será de acuerdo al tiempo que la mensajería se tome en entregar.
- El horario de atención a clientes es de 8:00 a 19:00 Hrs., de Lunes a Viernes.
- El personal de ventas de SINAGROR. no está autorizado a realizar actos que comprometan a la empresa, salvo que sus ofertas estén confirmadas por escrito por personas autorizadas. SINAGROR; se reserva el derecho a cancelar los pedidos efectuados sin su confirmación expresa.

Los gastos de envío que se generen serán pagados por el cliente.

Todos los envíos son empaquetados con una cinta especial de la empresa. Si al recibir su paquete la cinta viene rota o la caja o sobre vienen dañados, NO RECIBA EL PAQUETE Y COMUNÍQUESE DE INMEDIATO CON NOSOTROS que haremos el reclamo pertinente a la empresa de mensajería. Si se recibió satisfactoriamente el paquete pero la mercancía presenta algún desperfecto, debe enviar su reclamación a nuestra empresa en un plazo no mayor a tres días (después de recibido el paquete).

ESTRATEGIA DE VENTAS

1. Hacer cambios en el producto

Hacer cambios o modificaciones en el producto, por ejemplo, en el diseño, la presentación, el empaque, la etiqueta, los colores o el logo.

2. Aumentar la variedad del producto

Aumentar la variedad del producto que vendemos, por ejemplo diferentes cantidades de producto.

3. Mejorar la atención al cliente

Con consumidores cada vez más exigentes, mejorar la atención del cliente, por ejemplo, siendo más amables o atentos con él, procurándole un ambiente más agradable, brindándole más comodidades, o dándole un trato más personalizado, es una estrategia efectiva para aumentar las ventas que, por lo general, no implica mayores costos.

4. Brindar servicios adicionales

Brindar servicios adicionales al producto, tales como la entrega del producto a domicilio, que de preferencia sean gratuitos, nos permite darle a este un mayor valor ante los consumidores, y así aumentar las posibilidades de que lo compren.

5. Ofrecer una diferenciación

Debido a la gran competencia que hoy en día existe en todos los sectores, ofrecer una diferenciación, por ejemplo, una característica en nuestro producto que sea difícilmente imitable por la competencia o una excelente atención al cliente que no se dé en ningún otro lado, es una de las estrategias más efectivas para incrementar las ventas.

6. Aumentar la publicidad

Aumentar la publicidad, ya sea utilizando más veces el mismo medio publicitario (por ejemplo, repartiendo más folletos o volantes), o utilizando nuevos canales publicitarios (por ejemplo, además de anunciar en prensa escrita, anunciar también en Internet), es otra estrategia efectiva que nos permite hacer más conocido nuestro producto, así como persuadir más a los consumidores de que lo compren o utilicen.

7. Participar en redes sociales

Debido al gran alcance que hoy en día tienen las redes sociales tales como Facebook, Twitter y YouTube, participar activamente en estas es una estrategia de ventas efectiva, sobre todo si nuestro público objetivo está conformado por un público joven.

8. Usar promociones de ventas

El uso de promociones de ventas tales como ofertas de dos productos por el precio de uno, descuentos por cantidad, cupones de consumo, regalos, sorteos y concursos, es una estrategia efectiva para incentivar y aumentar rápidamente las ventas.

9. Usar testimonios de clientes satisfechos

El uso de testimonios de clientes satisfechos, por ejemplo, en nuestra página web, nuestros folletos o nuestros anuncios impresos, nos permite dar fe de la calidad de nuestro producto o servicio, y así generar confianza en los consumidores y aumentar las posibilidades de que nos compren o visiten.

PROMOCIÓN

CONSUMIDORES.

PREMIOS

Este se entregara cuando el consumidor se acerque y se convenza del producto y lo compre en cualquiera de sus presentaciones, se le dará un kit de pluma, gorra y bote para agua. Se realizara en el mes de Enero los días 3,4,5 y 6 del año 2017.

CONCURSOS.

Habrà juegos para que los consumidores se acerquen y se animen a ver el producto, habrá una ruleta y tiro al blanco esto con la intención de llamar la atención del consumidor. Este consistirá que a cierta distancia tiraran un dado cuando el tiro al blanco este dando vueltas se les dará 3 oportunidades a los participantes, después se les entregara un premio por participar y se le dara a conocer el producto. Se llevara a cabo del 2 al 4 de Febrero de 2017.

SORTEOS EN TIENDAS.

Este funcionara de manera que si el comerciante compra un mínimo de \$500.00 en producto se le otorgara un boleto para participar en la rifa de un iPhone 6splus.se realizara el 31 de Enero de 2017.

COMERCIANTES.

DINERO DE IMPULSO.

Este motivara a los vendedores del producto para que se mas sus ventas y sean más sus ganancias. Sera todo el mes de Marzo de 2017.

FERIAS COMERCIANTES.

Se presentara nuestro producto en ferias como EXPOCERES para darse más a conocer nuestro producto y relacionarse más con agricultores e intentar hacer tratos directos con ellos. Se llevara a cabo del 11 al 13 de Marzo de 2017.

CAPACITACION DEL PERSONAL.

En este tipo de promoción se capacitara al personal para que conozcan el producto desde en que consiste, de que están hecho, para que sirve hasta su precio para poderlo ofrecer al público agrónomo. Dell 1 al 21 de enero de 2017.

MEDIOS MASIVOS Y COMPLEMENTARIOS

MEDIOS MASIVOS

TELEVISION

Usaremos este medio para dar a conocer nuestro producto iniciando a nivel nacional pasándolo por el canal 2, ya que se con este medio podemos desarrollar más nuestro producto diciendo en que consiste, cuáles son sus beneficios y para qué sirve en el campo. Este mismo se pasara por la televisión en el mes de Febrero del 17 al 21 del 2017.

PERIODICO

Este medio nos servirá de mucho ya que se publicara en los periódicos más conocidos nacionalmente y será abarcando media página del periódico luciendo el producto en sus diferentes tamaños, será colorido, tendrá la dirección y croquis de donde estamos ubicados para poder llegar más fácil así como también, sus teléfonos. Este será publicado en el mes de Febrero del 10 al 17 de este mismo mes. En periódicos El debate más conocidos en Los Mochis.

RADIO

Se grabaran spot para poderlos pasar por la radio, donde se dirá que es el producto y que va dirigido a los agricultores con ansias de que su siembra crezca de la mejor manera y de mejores resultados. Este se estará escuchando en el mes de Febrero del 5 al 9 de 2017 y será pasado en mediodía de a la 1:00pm en el programa la tatahuila, y a mitad del programa.

MEDIOS COMPLEMENTARIOS.

FOLLETOS

Estos se entregaran en expo que valla habiendo en las diferentes ciudades para dar a conocer el producto así como también se repartirán en eventos que halla en empresas agrícolas. Este tendrá una explicación amplia del producto como en que consiste, para que sirva, sus beneficios, sus diferentes tamaños en que los podemos encontrar, que contiene para que sea más eficiente al ponerlo en la planita. Este se estará entregando en el mes de Marzo del 11 al 13 de este mes en la Feria comercial EXPOCERES.

INTERNET

Vía Facebook, aquí para podernos contactar y pedirnos información y poder responder a los clientes en el instante. Este estará el mes de Enero, Febrero y Marzo de 2017.

CARTEL

Este será muy colorido con la diferentes presentaciones del productor a vender y se señalara la dirección de donde los podemos encontrar y el teléfono para que les sea fácil contactarnos. Este estará todo el mes de Octubre pegado en diferentes partes de la ciudad. Este se dedicara todo el mes Marzo a colocarse en la carretera Mochis-Topo.

PRODUCCIÓN O SERVICIOS

EMPRENDIMIENTO SOCIAL

SINAGROR como empresa socialmente responsable aplicara diferentes métodos de ayuda y capacitación a las personas agricultoras de la región creando conciencia del daño que ocasionan los agroquímicos que utilizan al momento de sembrar o mantener el cultivo.

ESPECIFICACIONES DEL PROYECTO SUSTENTABLE.

Nuestro adherente orgánico SNC-01 no causa daños al medio ambiente y al consumidor, porque está elaborado a base de sábila, nopal y cactus y no cuenta con ningún químico bio-razional que afecten la salud de las personas al momento de ingerir los productos que han sido cosechados utilizando este producto, además no contamina el suelo donde fue utilizado. Tenemos como ventaja competitiva:

- Elaborado con productos naturales: Sábila, Nopal y Cactus.
- Precio de venta más accesible: precio más bajo.
- Penetrante: penetra en un cuerpo o follaje de la planta
- Adherente: tiene el poder de adherir
- Dispersante: Buena distribución de un Producto
- Anti-espumante: Reduce la espuma del producto
- Regulador de PH: Regula el pH de 6.5 a 7.5 del agua a utilizar.
- Emulsificante: Ayuda en la mezcla de dos sustancia difíciles de mezclar (agua y aceite)

PROCESO DE DESARROLLO.

Primero se extrae la pulpa de las pencas de cactus, nopal y sábila para agregarlas a un recipiente después de varios minutos agregar el conservador a utilizar, se mezcla por unos minutos luego se pasa al proceso de fermentación, enseguida se hace la colación de líquidos pasamos a las pruebas de laboratorio para verificar que haga correctamente sus funciones y por último se manda al área de envasado, se sella y etiqueta.

INDICADORES DE IMPACTO ECONÓMICO-SOCIAL.

El impacto económico-social que deja el proyecto de adherente Orgánico SNC-01 basándose en las tres presentaciones que brinda, deja una serie de indicadores donde muestra un gran interés por el medio ambiente. Uno de ellos es,:

- Se requiere de un proveedor que suministre las pencas de sábila, nopal y cactus, lo que permite que la planta crezca más y nos siga proveyendo.
- Es un producto totalmente orgánico libre de sustancias químicas, a comparación de los demás adherentes todos contienen químicos.
- Los materiales necesarios para su elaboración son 100 % naturales.
- El material a utilizar, para la elaboración del producto son totalmente orgánico.
- Los materiales para la elaboración son fácil de adquirir en la región y a un precio accesible.

COSTOS DE PRODUCCION

COSTO DE PRODUCCIÓN	COSTO ANUAL (2017)
GASTOS DIRECTOS	
M.PRIMA	\$2,858,325
SUELDOS Y SALARIOS **	\$185,280
GASTOS INDIRECTOS	
MAT Y ART. DE LIMPIEZA	\$24,000
OTROS GASTOS	
LUZ	\$60,000
AGUA	\$6,000
SEGUROS	\$72,000
IMPUESTOS	\$1,775
DEPRECIACIÓN	\$19,720
AMORTIZACIÓN	\$10,000
MANTENIMIENTO	\$55,000
TOTAL	\$3,292,100

PRODUCCIÓN	PRECIO	PRODUCCION	PRECIO
1 LITRO		10 LITRO	
AGUA	¢50	AGUA	\$5.00
SABILA	\$4.00	SABILA	\$40.00
NOPAL	\$4.00	NOPAL	\$40.00
CACTUS	\$4.00	CACTUS	\$40.00
CONSERVADOR	\$1.50	CONSERVADOR	\$15.00
ETIQUETA	\$4.00	ETIQUETA	\$10.00
ENVASE	\$12.00	ENVASE	\$22.00
TOTAL	\$ 30	TOTAL	\$ 172

PRONOSTICO DE VENTAS

AÑO	10 litros		VENTAS \$	1 litros		VENTAS \$	INGRESOS TOTALES
	UNIDADES	PRECIO PROM		UNIDADES	PRECIO PROM		
2016	4,839	\$700.00	\$3,387,300.00	20736	\$70.00	\$1,451,520.00	\$4,838,820.00
2017	4,984	\$735.00	\$3,663,240.00	21,358	\$73.50	\$1,569,813.00	\$5,233,053.00
2018	5,134	\$771.75	\$3,962,164.50	21,999	\$77.18	\$1,697,772.83	\$5,659,937.33
2019	5,288	\$810.34	\$4,285,064.70	22,659	\$81.03	\$1,836,143.74	\$6,121,208.44
2020	5,447	\$850.85	\$4,634,603.78	23,339	\$85.09	\$1,985,809.03	\$6,620,412.81
TOTAL							\$61,575,495.60

PUNTO DE EQUILIBRIO

Costo Variable unitario (CVu) = Costo Variable total / Total de Unid. Producidas	
P.E.U.P = P.E.I / PVu	
P.E.I = CFt / (1 – CVu / PVu)	
COSTO VARIABLE TOTAL	\$ 2,896,725.00
COSTO VARIABLE UNITARIO	\$ 113.26
COSTO FIJO TOTAL	\$ 771,273.69
PRECIO PROMEDIO	
P.E.I.	\$ 920,160.89
P.E.U.P.	1314.52

INVERSION INICIO	\$ 1,602,317.55
	\$ 54,477.18

AÑOS	MESES	TOTAL AÑOS
1	0.75	1 años y 0.754465861594488meses

RESPONSABILIDAD SOCIAL

CLASIFICACION DE DESPERDICIOS Y RECICLAJE

Tendremos contenedores especiales para depositar los desperdicios de nuestra materia prima para que nuestros clientes o personas que necesitan estos desperdicios Puedan pasar por ellos.

PROGRAMA DE BENEFICIO A LA COMUNIDAD

Con nuestro proyecto brindaremos empleo a comunidades de escasos recursos, necesitamos personal para el corte y lavado de nuestra materia prima así como también para retirar la pulpa de la sábila, nopal y cactus De esta manera ayudaríamos a la sociedad generando más empleos.

BAJO CONSUMO DE AGUA, LUZ Y GAS

Decidimos ahorrar lo más posible del agua a utilizar al momento de hacer el adherente ya que utilizaremos un 15% de agua solamente puesto que la materia prima suele tener líquido.

Ya que utilizaremos maquinaria decidimos utilizar energía solar colocando placas solares y así ahorrar energía.

CUIDADO Y DESARROLLO DE UNA CULTURA ECOLÓGICA

Apoyando a la ecología decidimos que todas las cáscaras de la sábila, el nopal y el cactus Se regalara ya sea a los agricultores o a las personas que tienen cultivos en sus hogares Para que les sirva de abono para a las plantas y al suelo porque son desperdicios que pueden servir de mucho a otras personas, de esta manera creamos una sociedad responsable con el medio ambiente.