



UNIVERSIDAD JUÁREZ
AUTÓNOMA DE TABASCO

"ESTUDIO EN LA DUDA. ACCIÓN EN LA FE"



SECRETARÍA DE SERVICIOS ACADÉMICOS CENTRO DE EMPRENDIMIENTO

PLAN DE NEGOCIO

Producción y Comercialización de
Helados de Nopal



Emprendedoras:

Roxana Bonastre Santana
Saramaria Cárdenas Cámara
Landy Smith Santos Domínguez
Miradelly González Herrera
Zuleyma Flores Sánchez



Villahermosa, Tabasco. Septiembre del 2016



Contenido del Plan de Negocios



1. OBJETIVOS	4
2. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	4
2.1. DESCRIPCIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL NEGOCIO	5
3. ANÁLISIS DEL MERCADO Y DE LA COMPETENCIA	5
3.1. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO	5
3.2. DESCRIPCIÓN DEL MERCADO DEL PRODUCTO O SERVICIO	6
3.3. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA DIRECTA E INDIRECTA	7
3.4. COMPARACIÓN DEL (LOS) PRODUCTO (S) CON LOS DE LA COMPETENCIA.....	7
3.5. ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN Y VENTAS	8
3.6. TENDENCIAS DEL MERCADO META	10
4. ASPECTOS TÉCNICOS DE PRODUCCIÓN.....	11
4.1. LOCALIZACIÓN DEL NEGOCIO	11
4.2. DESCRIPCIÓN DEL ÁREA DE PRODUCCIÓN	11
4.2.1. CRITERIOS PARA DEFINIR LA UBICACIÓN	11
4.2.2. DESCRIPCIÓN DEL LOCAL O INSTALACIÓN	11
4.2.3. PLANO DE DISTRIBUCIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO	12
4.3. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO PRODUCTIVO	12
4.3.1. DESCRIPCIÓN DE MATERIAS PRIMAS E INSUMOS (TIPO, ORIGEN Y DISPONIBILIDAD)	12
4.3.2. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	14
4.3.3. CAPACIDAD INSTALADA	15
5. ASPECTOS GENERALES DE LA ORGANIZACIÓN Y ADMINISTRACIÓN DEL PROYECTO.....	15
5.1. MARCO LEGAL DE LA ORGANIZACIÓN	15
5.1.1. CONSTITUCIÓN LEGAL DEL NEGOCIO	15
5.1.2. RÉGIMEN FISCAL Y OBLIGACIONES	15
5.1.3. PERMISOS Y LICENCIAS REQUERIDOS PARA FUNCIONAMIENTO	15
5.2. ORGANIZACIÓN PARA LA OPERACIÓN Y ADMINISTRACIÓN	16
5.2.1. ORGANIGRAMA	16



5.2.2. FUNCIONES DE LOS DIFERENTES PUESTOS	16
5.2.3. PERÍODO DE OPERACIÓN; DÍAS TRABAJADOS AL AÑO Y TURNOS POR DÍA	19
5.2.4. RECURSOS HUMANOS REQUERIDOS PARA EL NEGOCIO	19

6. ASPECTOS ECONÓMICOS Y FINANCIEROS..... 20

6.1. NECESIDADES DE INVERSIÓN	20
6.1.1. INVERSIÓN DE MAQUINARIA, EQUIPOS Y ACCESORIOS	20
6.1.2. INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO	21
6.1.3. NECESIDADES TOTALES DE INVERSIÓN.....	22
6.2. ESTRUCTURA FINANCIERA Y ORIGEN DE LOS RECURSOS	22
6.3. PRESUPUESTO DE VENTAS O INGRESOS	22
6.4. PRESUPUESTO DE EGRESOS	22
6.4.1. CANTIDAD Y COSTO DE MATERIAS PRIMAS E INSUMOS	23
6.4.2. COSTOS Y GASTOS DE OPERACIÓN	24
6.5. RESULTADOS FINANCIEROS	25
6.5.1. UTILIDADES	25
6.5.2. GENERACIÓN DE EFECTIVO.....	26
6.6. EVALUACIÓN FINANCIERA Y ECONÓMICA	26
6.6.1. PUNTO DE EQUILIBRIO	26
6.6.2. RENTABILIDAD.....	27

7. CRONOGRAMA DE INSTALACIÓN DEL PROYECTO 28

8. VALORACIÓN GLOBAL 28

8.1. ANÁLISIS DE FORTALEZAS, OPORTUNIDADES, DEBILIDADES Y AMENAZAS (FODA	28
---	-----------

1. Objetivos

El principal objetivo del presente proyecto es sustentar y justificar la idea de negocio de manera técnica, mercadológica y financiera que permita acceder a fondo de apoyo o programas de financiamiento para crear una micro empresa 100% tabasqueña comprometida con el bienestar de la sociedad y el medio ambiente, llevando al paladar de nuestros clientes con desórdenes alimenticios o personas que cuiden de su salud, una experiencia única de sabor través de la producción y comercialización de una nieve artesanal, usando ingredientes frescos y naturales, sin poner en riesgo la salud, que permitan degustar de postres nutritivos.

Objetivos Específicos

- Generar al menos 5 empleos directos al inicio de operaciones de la empresa.
- Crear una nueva micro empresa.
- Crear una empresa bajo un modelo de negocio escalable en un mediano plazo.
- Crear y registrar ante el Instituto Mexicano de Propiedad Industrial (IMPI) una nueva marca 100% tabasqueña (Nop-ICE)
- Crear un nuevo producto de alto consumo (Postre) pero con ingredientes como el nopal y la piña, que permitan contrarrestar problemas de obesidad, diabetes y proporciona fibra para una mejor función intestinal.

2. Descripción del proyecto

Con la idea de negocio Nop-ice se pretende ofrecer un producto natural, elaborado de forma artesanal y con un alto valor nutrimental, ya que al estar elaborado a base del nopal, piña y naranja, brinda dichos nutrientes; es rico en calcio, potasio, y fósforo, sodio, y también contiene, en varias proporciones, diferentes glúcidos o carbohidratos y componentes nitrogenados. El nopal es rico en fibras, vitaminas (A, B, B2, B6, C y K), clorofila y proteínas.

Diversos estudios muestran lo valioso que es el nopal para apoyar a la salud al ser una fuente de nutrientes que apoyan al sistema inmunológico, glandular, nervioso, circulatorio, respiratorio y digestivo.

El producto puede ser consumido por cualquier tipo de personas que quieran degustar un buen helado, incluso personas que padezcan diabetes y desórdenes alimenticios ya que actúa como hipoglucemiante en el organismo, disminuyendo los niveles de glucosa en la sangre, además ayuda a la digestión por su alto contenido en fibra. *El producto es 100% natural y elaborado de forma artesanal.*

2.1. Descripción y características del negocio

En este proyecto describimos la estructuración de un negocio dentro del sector alimenticio. La finalidad es ofrecer productos mediante puntos de ventas creativos e innovadores con diseño moderno, pero a la vez tradicionalista. Los puntos de ventas serán de fácil reubicación ya que estos serán por medio de bicicletas adaptadas, esto con el fin de desarrollar una conceptualización de negocio. Con esta idea de negocio se pretende sobresalir en el mercado con un producto de alta demanda pero diferente, imagen fresca e innovadora y con un concepto innovador que llame la atención de manera visual, a nuestros clientes.

Es importante destacar, que con este proyecto se contempla también el cuidado del medio ambiente, ya que para las bicicletas no se utilizarán combustibles fósiles.

3. Análisis del mercado y de la competencia

3.1. Descripción del producto o servicio

Producto	Descripción
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Helados Cono ▪ Helado Cono Doble ▪ Helados Vasos ▪ Helados Vasos Doble 	<p>Producto elaborado a base de nopal, naranja, piña y Stevia. Apto para que lo consuman personas que padecen diabetes.</p> <p>El producto es de color verde nopal, con sabor a jugo agradable, no conserva ni olor, ni sabor ni textura que caracteriza al nopal.</p> <p>Este producto actúa como hipoglucemiante en el organismo, disminuyendo los niveles de glucosa en la sangre, además ayuda a la digestión por su alto contenido en fibra. El producto es 100% natural y elaborado de forma artesanal.</p>

- El punto de venta de **NOP-ICE** será lo que conocemos como bicicleta, pero ésta se adaptará y llevará un diseño minimalista, creativo y colorido según los colores corporativos de la empresa.
- El punto de venta será móvil e inteligente y traerá consigo un equipo completo, como lo es un sistema de refrigeración para mantener los helados a una temperatura óptima para su conservación.
- Otra amenidad de la estación que la hace inteligente es la conexión wifi tipo hotspot para conectarte a internet y bocinas para escuchar música.
- Las bicicletas serán eléctricas y éstas usarán baterías recargables.
- Para que las personas disfruten de una experiencia de compra en NOP-ICE, se adaptarán 2 mesitas con 4 sillas plegables. Lo anterior, debido a que en ciertos horarios, el Food bike se estacionará por horas para comercializar el producto y las personas puedan vivir una experiencia más completa.

3.2. Descripción del mercado del producto o servicio

El producto es apto para todo público, sin embargo como estrategia, se agrupa un segmento de mercado los cuales son: Hombres y Mujeres de 20 a 45 años de edad, de clase social media baja (D+) a clase Alta (A/B) de la Ciudad de Villahermosa, Tabasco, que se preocupan por la salud y la ingesta de calorías pero que gustan comer postres dulces.

Segmentación de Mercado

Villahermosa, Tabasco.	353,577 habitantes
Sexo:	Hombres y Mujeres
Clase social	Media (C) a clase Alta (A/B)

Fuentes: AGEB INEGI

Nicho de Mercado

Villahermosa, Tabasco.	353,577 habitantes
Sexo:	Hombres y Mujeres
Clase social	Media (C) a clase Alta (A/B)
Nivel Socioeconómico en población de más de 50 mil habitantes (C) a (A/B)	41.6% de la población.
Nicho de Mercado	147,088

Fuentes: AMAI

La industria nacional del helado alcanza un valor de 850 millones de dólares, pero aún tiene un alto potencial de crecimiento, ya que México reporta uno de los más bajos niveles de consumo per cápita en el contexto internacional, aseguró el gerente de la Feria Internacional del Helado, Hugo González.

González apuntó que el consumo per cápita de helados en México es de dos litros al año, cantidad muy inferior al consumo internacional, debido a los mitos relacionados con el producto, como "que engorda o que es nocivo para la salud de los niños", entre otros. *Fuente: (Feria del Helado 2015 y el Financiero)*

En el segundo punto es donde se observó una oportunidad de mercado, que es introducir un producto con alto valor nutritivo.

Considerando el consumo per cápita de 2 litros de helados por persona se estima el siguiente consumo aparente:

Variable	Descripción
Nicho de mercado personal	147,088
Estimación de persona que gustan consumir helados (Fuente: El Financiero)	30%



Número de clientes potenciales que consumen helados en México.	44,126
Por 2 litros de consumo de helados per cápita al años	88, 253 litros.
Estimación de participación del mercado mensual de un 0.01% (Litros de helados)	883

El consumo aparente mensual de comercialización de helados es aproximadamente, 18 mil bolas de helados de 100 gramos, se estiman en aproximadamente 200 litros de helados mensuales con una participación en el mercado del 0.01%

3.3. Análisis de la competencia directa e indirecta

Para efectos del presente proyecto se determinó que la principal competencia en la entidad para nuestra propuesta son "Frice" y "Helados Paraíso".

FRICE. Es una franquicia de helados fundada en la ciudad de Villahermosa, Tabasco. Su modelo de negocio es bajo el modelo de franquicias.

HELADOS PARAISO: Es un modelo de negocios de franquicias.

NOP-ICE: Helados de nopal, piña y naranja con un modelo de negocio Móvil.

3.4. Comparación del (los) producto (s) con los de la competencia

Los atributos que identificamos en nuestra propuesta de valor y que son distintivos de lo que ofrece nuestra competencia, se enlistan a continuación:

- Producto elaborado de manera artesanal.
- Sin conservadores.
- Contar con una bicicleta o triciclo inteligente que trae consigo un equipo completo, como lo es un sistema de refrigeración para mantener los helados a una temperatura óptima para su conservación.
- Otra amenidad de la estación que la hace inteligente es la conexión wifi tipo hotspot para conectarte a internet, así como bocinas para escuchar música.
- El triciclo usa baterías recargables y estas baterías se cargan vía panel solar que se encuentran en el techo de la estación.
- No contaminamos mediante el uso de combustibles fósiles.
- Es bueno para bajar los niveles de glucosa y por sus ingredientes es bueno para la digestión.
- Endulzado con stevia.
- Enfocado tanto para personas sanas como enfermas, que buscan por medio de su consumo tener mejores hábitos alimenticios.
- Producto libre de grasas dañinas y conservadores en sus ingredientes, ya que son totalmente naturales.

Matriz mpc		Frice Frito Bajo Cero		Helados Paraíso		Nop-ice	
Factores claves	Ponderación	Clas.	Res.	Clas.	Res.	Clas.	Res.
Competitividad en precio	.15	3	.45	1	.15	4	.60
Calidad del producto	.15	4	.60	2	.30	3	.60
Posicionamiento en el mercado	.10	4	.40	3	.30	1	.10
Empaque del producto	.15	4	.60	3	.45	2	.30
Sabor del producto	.20	4	.80	4	.80	4	.80
Innovación	.10	4	.40	1	.15	4	.60
Beneficios nutrimentales	.15	2	.10	2	.20	3	.45
Total	1.00		3.45		2.35		3.30

Valores de la matriz

Fortaleza mayor **4**
Fortaleza menor **3**
Debilidad menor **2**
Debilidad mayor **1**

Esta Matriz de perfil competitivo, posiciona a la heladería FRICE frito bajo cero como el competidor más fuerte. Independientemente que el modelo de negocios no sea el mismo.

3.5. Estrategia de promoción y ventas

1. Diseño de imagen



Estrategias para el lanzamiento.

- Desarrollo de social media y comunidad digital con la creación de cuentas en redes sociales como FACEBOOK e INSTAGRAM.
- Creación de página WEB.
- Programa de fidelización de clientes. Tarjeta que premia la fidelidad de nuestros clientes, otorgándole en la 5ta o 10ma visita que el helado chico sea gratis.
- Lanzamiento de NOP-ICE Móvil en la Feria Tabasco 2017, así como en la Expo CANACINTRIA 2017.
- Presentación y degustaciones del producto en ferias y exposiciones gastronómicas.

Estrategias promoción.

- NOP-ICE tendrá una bocina integrada para que por donde se desplace, pueda difundir sus promociones mediante un sonido con jingles regulado.
- Creación de un jingles que ayude a posicionar la marca en la mente del consumidor

Estrategias de comercialización

- La idea Móvil de NOP-ICE, es hacer de la comercialización una experiencia para el cliente, ya que utilizará un método de Marketing Sensorial durante el proceso de compra de los clientes, razón por la cual tendremos música de ambientación, así mismo todo el arreglo que contendrá el Punto de Venta, contribuirá de manera significativa a que sea atractivo a la vista de los clientes.
- Como estrategia de comercialización, se diseñarán promociones exclusivas para las redes sociales, que permita mantener clientes cautivos que estén pendientes de las publicaciones que se realizan por este medio.
- El Punto de Venta contará con sistema de pago móvil por medio de Izettle, el cual ayudará a facilitar las transacciones entre NOP-ICE y los clientes.

Estrategias de escalabilidad.

- Se pretende expandirse a otras ciudades y zonas turísticas en forma de mini-franquicias, lo que permitirá poder contar con presencia de punto de ventas en distintos Estados del Sureste.
- Resaltar las ventajas que ofrece el producto y modelo de negocio, ya que es un producto que se adapta totalmente a la tendencia saludable, donde cientos de personas se van uniendo para poder garantizar un estilo de vida mejor con el paso del tiempo.
- NOP-ICE pretende ser un modelo de negocios que impacte al mercado mexicano ofreciendo productos innovadores, hechos de materia prima peculiar como el nopal, piña y naranja pero con sabores y presentaciones agradables.

- La forma en que se venderá la franquicia se considera mostrando todos los recursos y herramientas para llevar a cabo el negocio de una forma homogénea en cada uno de los puntos de ventas, lo que garantice al consumidor recibir la misma atención y calidad del producto.

3.6. Tendencias del mercado meta

En México, la industria nacional de nieves y helados tiene un valor aproximado de 850 millones de dólares.

Este mercado está controlado por compañías trasnacionales:

- Unilever “Holanda” (40%),
- Nestlé (25%);
- Nutrisa
- Santa Clara (8%),
- El resto se lo reparten pequeñas y medianas empresas.

Según un estudio de mercado realizado por la empresa Mexicana Febbo donde se entrevistó a más de 1200 personas acerca de sus gustos y opiniones sobre sabores de helados y las marcas, sobresalen algunos datos interesantes:

- El 63% nos dijo que prefieren los **helados de leche o crema**, el 22% de **yogurt** y 15% el de **nieve**

Por otro lado, cuando la moda de los food trucks empezó hace cinco o seis años, la ventaja de tener y operar un vehículo era clara: se gasta menos dinero. Para los aspirantes a chefs y restauranteros, el acondicionar un camión, incluso con el caro equipamiento de cocina, es mucho más accesible que pagar un espacio de ladrillos, con renta mensual y sueldos del staff suficiente para mantener un restaurante bien montado.

Pero ahora, muchas compañías de comida se están dando cuenta de que la inversión en una food bike es aún menor que la requerida para un camión. Operar un food truck puede costar de 300 mil hasta 1 millón de pesos, según el sitio web Food Truck Empire; pero empezar un negocio de food bike puede costar solo 50 mil pesos.

La bici es sana y divertida, eficaz y, por qué no, apetitosa. Las ‘food bikes’, negocios de comida preparada y servida sobre una bicicleta, se multiplican en el mundo. Esta revolución gastronómica combina lo económico y lo ecológico, lo urbano y lo saludable.

En conclusión es un mercado potencial atractivo que aún tiene muchas oportunidades para crecer, y se puede combatir la idea de que una nieve puede ser nutritiva y saludable con productos como el nuestro.

4. Aspectos técnicos de producción

4.1. Localización del negocio

La ubicación del proceso de producción de nuestros productos, así como el domicilio fiscal estará ubicado en la Calle Niños Héroes 124-A, Col. Atasta, C.P. 86100 en la ciudad de Villahermosa, Tabasco.

Se eligió esta localización, ya que es una aportación de los socios del proyecto y cumple el lugar con las condiciones necesarias para elaborar nuestros productos.



4.2. Descripción del área de producción

4.2.1. Criterios para definir la ubicación

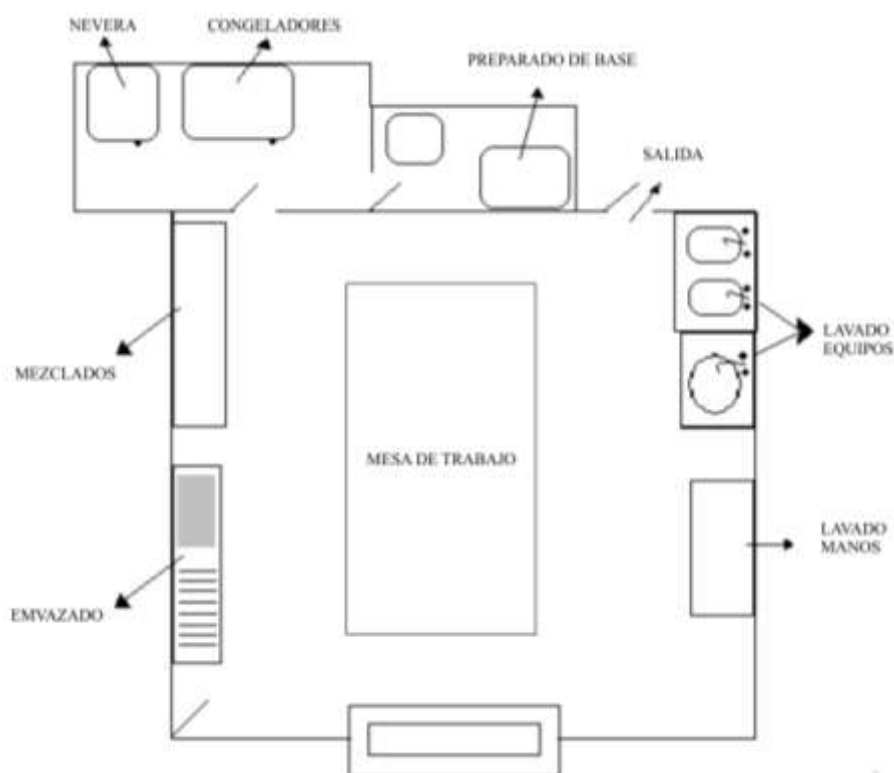
- Ubicación estratégica en la ciudad, lo que permite facilitar los traslados.
- Fácil acceso de proveedores.
- El área para proceso será parte de la aportación de los emprendedores, al contar con espacio físico para la elaboración de los productos, al que se le harían algunas modificaciones necesarias a fin de contar con todos los requerimientos que permitan llevar a cabo el proceso de producción de forma idónea.

4.2.2. Descripción del local o instalación

Las instalaciones se adaptarán exclusivamente para proceso de producción de los helados, para posteriormente colocarlos en los contenedores adecuados y colocarlos en los puntos de ventas móviles.

El área de producción contará con área de almacén, área de producción y área de desinfección. Éstas se pueden observar detalladamente en el plano del área.

4.2.3. Plano de distribución de maquinaria y equipo



4.3. Descripción del proceso productivo

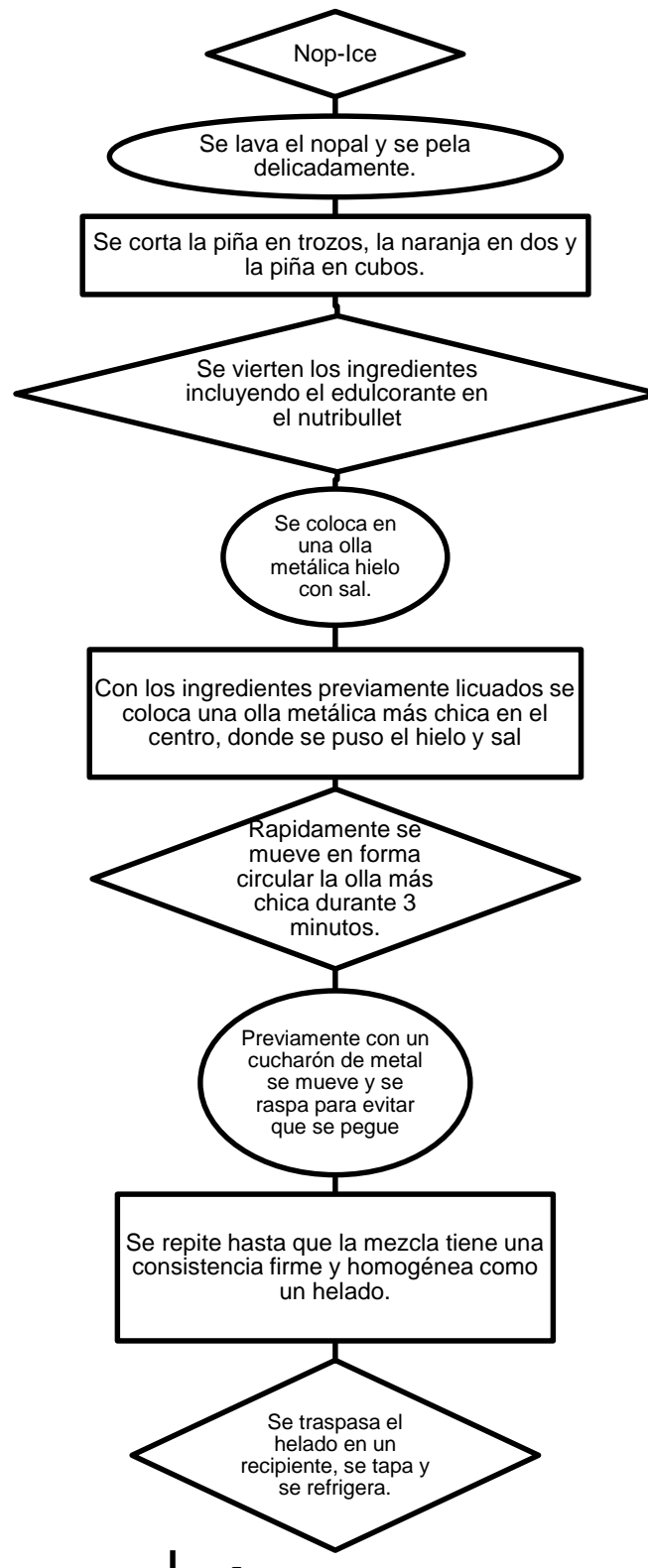
4.3.1. Descripción de materias primas e insumos (tipo, origen y disponibilidad)

Materia Prima	Proveedor	Disponibilidad
Nopal	Central de Abastos Villahermosa y Puebla	La producción de nopal a nivel nacional es de alrededor de 400 000 toneladas anuales, en nuestro país se da en lugares que tengan una altura de 2 420 metros sobre el nivel del mar. La especie que se dispone es la de cultivada <i>Opuntia mill.</i> (9)
Piña	Central de Abastos	A nivel estatal se cultiva principalmente en Huimanguillo desde hace 45 años y actualmente este sector emplea a más de 800 personas, quienes cosechan al año más de 40 mil toneladas, se producen diferentes tipos conocidos como cayena. El centro de la producción se ubica en la villa Estación



		Chontalpa, una pequeña población ubicada al sur de este municipio.
Naranja.	Central de Abastos	A nivel nacional es cultivada en Veracruz ocupando el primer lugar con una superficie de 145.6ml ha (45.9%), siguiendo Tabasco con una superficie de 14.8ml ha con un (20.6%). Pero por dificultades como precios bajos a nivel internacional del jugo de naranja concentrado, ha bajado la producción en 3.7ml y ha incrementando el limón persa.
Stevia	Proveedor Ciudad de México	Se cultiva en tierra de carácter areno-arcilloso, y debe contar con una proporción regular de humus, puede adaptarse bien en terrenos arcillosos con el drenaje necesario, esta planta crece en terrenos con ph de 4-5 o 7.5, es decir en suelos alcalinos.

4.3.2. Descripción del proceso



4.3.3. Capacidad instalada

Producto	Capacidad Instalada Mensual
Helados Cono	6000
Helado Cono Doble	2400
Helados Vasos	3600
Helados Vasos Doble	1920
Total de Litros de Helados	180

5. Aspectos generales de la organización y administración del proyecto

5.1. Marco legal de la organización

5.1.1. Constitución legal del negocio

La empresa estará constituida bajo la figura de persona física, bajo el régimen de incorporación fiscal (RIF), y tendrá su domicilio fiscal en la Calle Niños Héroes 124-A, Col. Atasta, C.P. 86100 Villahermosa, Tabasco.

De acuerdo a la Ley de Competitividad para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, es catalogada como micro empresa, teniendo en cuenta el número de empleados y el sector de la economía al que pertenece.

Fuentes: Secretaría de Economía y Servicio de Administración Tributaria.

5.1.2. Régimen fiscal y obligaciones

Luego de analizar las obligaciones que contempla el Régimen de Incorporación Fiscal, e equipo emprendedor está consciente de que se deberán presentar declaraciones de manera bimestral, es decir cada dos meses: enero y febrero, en marzo; marzo y abril, en mayo y así sucesivamente.

Otras obligaciones:

- Se entregarán notas de venta cuando los clientes no requieran factura, es decir por las ventas que se realicen.
- Se efectuarán pagos de las compras, cuyo importe sea superior a dos mil pesos, mediante cheque, tarjeta de crédito, débito o de servicios.
- Se presentarán declaraciones informativas de manera bimestral de los ingresos, gastos y proveedores, así mismo se realizará el registro de los ingresos y gastos en la aplicación electrónica "Mis Cuentas".

Fuentes: Secretaría de Hacienda y Crédito Público – Régimen de Incorporación Fiscal.
http://www.sat.gob.mx/informacion_fiscal/preguntas_frecuentes/Paginas/rif.aspx

5.1.3. Permisos y licencias requeridos para funcionamiento

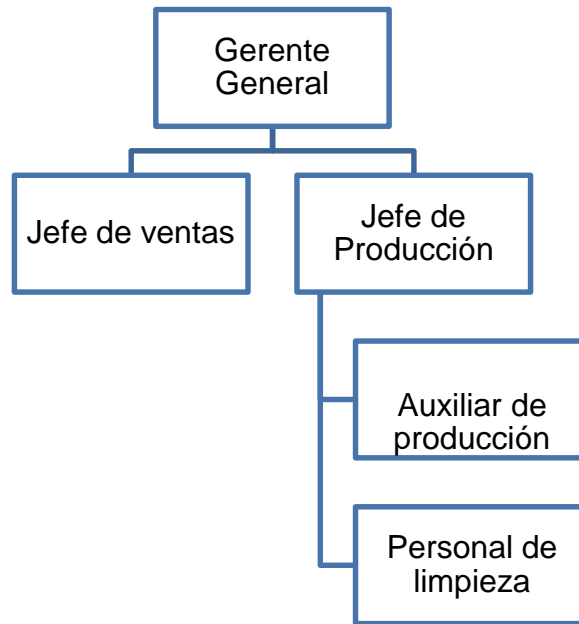
Para la ejecución del proyecto se solicitará permiso de uso de suelo o por negocio en operación al H. Ayuntamiento del Municipio de Centro.

Asimismo, se gestionará un permiso para el reparto o exhibición de publicidad en lugares públicos.

5.2. Organización para la operación y Administración

5.2.1. Organigrama

A continuación se muestra la forma en que el equipo emprendedor se organizará para llevar a cabo las operaciones de la empresa:



5.2.2. Funciones de los diferentes puestos

Gerente general:

Es el responsable de todos los aspectos del funcionamiento de la empresa y debe asegurarse de que las operaciones se ejecuten sin problemas y de acuerdo a las políticas de la empresa.

Actividades:

- Planificar, organizar, dirigir, controlar, coordinar, analizar el trabajo de la empresa.
- Es el encargado de contratar al personal adecuado.
- Hacer uso correcto de los recursos de la empresa.
- Supervisar el desempeño de los trabajadores.
- Inspeccionar la calidad del producto.
- Brindar apoyo a los trabajadores.
- Buscar mejoras para la empresa.



Jefe de ventas:

Es la persona encargada de vender los productos y tratar con proveedores cuando el gerente no se encuentre.

Actividades:

- Se encargará de mantener a los clientes, dando seguimiento a ventas.
- Buscar nuevos clientes.
- Cumplir los objetivos establecidos.
- Diseñar y presentar estrategias de ventas.
- Rendir cuentas al gerente general.

Jefe de producción:

Es la persona encargada de dirigir y supervisar la elaboración del producto.

Actividades:

- Supervisar la transformación de la materia prima en el producto final.
- Supervisar el funcionamiento adecuado de utensilios y maquinaria de trabajo.
- Recepción y verificación de los insumos
- Compra de insumos
- Elaboración y control de inventario.
- Mantener los estándares de calidad de la empresa.

Auxiliar de producción:

Es el encargado de realizar las actividades de producción de los productos, asistencia en elaboración del helado.

Actividades:

- Almacenar la materia prima
- Ayudar en la transformación de la materia prima en un producto final
- Mantener el área de trabajo limpia.
- Rendir cuentas al jefe de producción
- Colaborar en el levantamiento del inventario.

Personal de limpieza:

Es la persona encargada de mantener los espacios de la empresa limpios, con especial atención en el proceso de producción.

Actividades:

- Mantener limpias las áreas de trabajo.



- Lavar el baño
- Hacer uso correcto de las herramientas de limpieza.
- Debe tener llave de las diferentes puertas.

Relación de trabajo

Estos se medirán de acuerdo a los siguientes puntos:

- La satisfacción del cliente con respecto a la calidad de los productos.
- La calidad del producto y servicios otorgados a los clientes.
- Cero desperdicio de materia prima.
- Cuidados de los equipos de trabajo.

Puesto de ventas: indicador

El área de ventas se podrá medir de acuerdo al incremento de la cartera de clientes y generación de ventas en un periodo determinado.

- La satisfacción de los clientes.
- Las recomendaciones de los clientes actuales.
- De igual forma se evaluará mediante la aplicación de una encuesta de satisfacción.
- Reportes que manifiesten incrementos referentes a la asistencia de los clientes.

Modelo de Reglas Generales de Trabajo

A continuación se presenta una lista de conductas que la empresa considerará inaceptables. Si se descubre a un empleado involucrado en estas conductas, estará sujeto a medidas disciplinarias que incluyen amonestaciones, advertencias, suspensiones o despido.

- Presentarse al lugar de trabajo, después de los 15 minutos de tolerancia.
- Dañar, destruir o robar intencionalmente bienes de sus compañeros de trabajo o de la empresa.
- Pelear, hacer bromas pesadas o tener conductas escandalosas.
- No aceptar o dejar de acatar las instrucciones de un supervisor.
- Abandonar su área de trabajo (excepto por necesidades personales razonables) sin el permiso de su supervisor.
- Pasar por alto las obligaciones laborales o haraganear durante las horas de trabajo.
- Presentarse al trabajo bajo la influencia de alcohol o drogas, o ingresar bebidas alcohólicas o drogas.
- Dar intencionalmente información falsa o engañosa para obtener un empleo o permiso para ausentarse.
- Usar lenguaje amenazador u ofensivo al dirigirse a un compañero de trabajo.
- Marcar la tarjeta de asistencia de otro empleado o falsificar cualquier registro.
- Fumar en contravención de la política establecida o infringir otras reglas de prevención de incendios.

- Infringir intencional o habitualmente los reglamentos de seguridad e higiene.
- No vestirse de conformidad con las normas de la empresa.
- Llegar tarde o ausentarse del trabajo injustificadamente.
- No cuidar adecuadamente, desatender o maltratar los equipos y herramientas de la empresa.
- Utilizar los equipos de la empresa en forma no autorizada.
- Poseer armas de fuego o armas de cualquier tipo en la propiedad.
- Sustraer materiales y herramientas de la empresa.

5.2.3. Período de operación; días trabajados al año y turnos por día

- La jornada laboral que tendrá la empresa será de 2 turnos diarios, formadas por seis horas cada turno.
- Los turnos serán rotativos, cambiando entre semana a los colaboradores de mañana a tarde.
- Se trabajarán los 7 días a la semana, respetando el día de descanso de cada trabajador, de acuerdo a lo estipulado en la Ley Federal del Trabajo.
- Todo el personal tendrá un día de descanso en la semana, cualquier día acorde a la programación de horarios.
- Aquel personal que labore en domingos, se le pagará la prima dominical correspondiente.

La empresa acatará algunos días de descanso que marque la ley, respetando que los días de descanso que se trabaje serán pagados doble a los colaboradores, de conformidad con la Ley Federal del trabajo.

Días festivos y descansos obligatorios:

- 1° de enero (Año Nuevo).
- 1° de mayo (Día del Trabajo).
- 5 de mayo (aniversario de la Batalla de Puebla).
- 16 de septiembre (Independencia de México).
- 25 de diciembre (Navidad)

5.2.4. Recursos humanos requeridos para el negocio

Se pretenden generar al menos 5 empleos directos en la empresa y por lo menos 6 empleos indirectos

Nombre del puesto	Sueldo diario	Sueldo semanal	Sueldo quincenal	Sueldo mensual
Gerente general	\$350.00	\$2450.00	\$5250.00	\$10500.00
Jefe de ventas	\$290.00	\$2030.00	\$4350.00	\$8700.00
Jefe de producción	\$250.00	\$1750.00	\$3750.00	\$7500.00
Auxiliar de producción	\$170.00	\$1190.00	\$2550.00	\$5100.00
Personal de limpieza	\$150.00	\$1050.00	\$2250.00	\$4500.00
Vendedores	80.00 pesos diarios más comisiones por ventas			

6. Aspectos económicos y financieros

6.1. Necesidades de inversión

6.1.1. Inversión de maquinaria, equipos y accesorios

Adecuación de área de producción			
Cantidad	Descripción	P.U.	Importe
3	Rollos de Cable	650.00	1,950.00
8	Contactos	30.00	240.00
8	Apagadores	90.00	720.00
4	Focos	90.00	360.00
1	Centro de carga	300.00	300.00
5	Tubo cpvc ½ x 3m	40.00	200.00
1	Lavabo	1,209.00	1,209.00
1	Tarja	2,800.00	2,800.00
6	Codo	40.00	240.00
1	Tee PVC	37.00	37.00
1	Inodoro dos piezas	2,200.00	2,200.00
		Sub Total	\$10,256.00
		Iva	\$1,640.96
		Total	\$11,896.96

Equipo de Trabajo			
Cantidad	Descripción	P.U.	Importe
1	Mostrador para helados	\$21,000	\$21,000
2	Balanzas	\$1,500	\$3,000
2	Tarja con lavabo	\$1,500	\$3,000
1	Tarjas	\$980	\$980
2	Máquina para helados	\$32,500	\$65,000
5	Tablas de picar	\$410	\$2,050
2	Licuada industrial	\$4,500	\$9,000
1	Juego de chuchillos	\$1,200	\$1,200
5	Cuchara metálica	\$100	\$500
2	Bowl metálico	\$200	\$400
1	Refrigerador	\$27,500	\$27,500
2	Congelador	\$10,000	\$20,000
5	Cubetas	\$100	\$500
2	Mezcladora industrial	\$10,000	\$20,000
		Sub Total	\$174,130.00
		Iva	\$27,860.80
		Total	\$201,990.80



Equipo de cómputo y Oficinas

Cantidad	Descripción	P.U.	Importe
1	Computadora de escritorio	\$6,800	\$6,800
1	Impresora	\$1,500	\$1,500
2	Archivero	\$4,200	\$8,400
1	Escritorio	\$2,800	\$2,800
1	Material de papelería	\$2,000	\$2,000
1	Sillas	\$1,600	\$1,600
		Sub Total	\$23,100.00
		Iva	\$3,696.00
		Total	\$26,796.00

6.1.2. Inversión en capital de trabajo

Sueldos y Salarios

Cantidad	Descripción	P.U.	Importe
1	Gerente general	10,500.00	10,500.00
1	Jefe de ventas	8,700.00	8,700.00
1	Jefe de producción	7,500.00	7,500.00
1	Auxiliar de producción	5,100.00	5,100.00
1	Personal de limpieza	4,500.00	4,500.00
6	Vendedores	2,440.00	14,640.00

Insumos y Accesorios

Cantidad	Descripción	P.U.	Importe
3	Escoba y recogedor	\$505.00	\$1,515.00
3	Trapeador	\$69.00	\$207.00
5	Cubeta con exprimidor	\$129.00	\$645.00
5	Paños y trapos	\$50.00	\$250.00
5	Jabón para manos	\$220.00	\$1,100.00
3	Desinfectante	\$345	\$1,035.00
5	Bolsa de basura	\$73.00	\$365.00
2	Botes de basura	1867	\$3,734.00
2	Concentrado para limp. Pino 1ra calidad p/20 lts	\$80.00	\$160.00
1	Lavatrastos líquido	\$70.50	\$70.50
1	Concentrado limp. Tipo fabuloso varios aromas p/20 lts	\$60.00	\$60.00
		Sub Total	\$9,141.50
		Iva	\$1,462.64

6.1.3. Necesidades totales de inversión

Inversionistas	Cantidad
Capital de Trabajo	61,544.14
Fijas	240,683.76
Inversión Total Neto	302,227.90

6.2. Estructura financiera y Origen de los recursos

La inversión inicial que requiere este proyecto asciende a un monto de **302 mil 277 pesos**, la inversión será mixta, quedando la participación de la manera siguiente:

Inversionistas	Porcentaje	Cantidad
Fondo Emprendedor (INADEM)	60%	181,336
Gobierno del Estado (SDET)	25%	75,556
Emprendedor	15%	45,334
Inversión Total Neto		302,277

6.3. Presupuesto de ventas o ingresos

Los ingresos para el primer año de operación se calculan en **\$1, 695, 987 pesos**, para el segundo año de operación será de **\$2, 065,851.00 pesos**, para el tercer año de operación será de **\$2, 342,675.00 pesos**, para el cuarto año de operación será de **\$2, 705,790.00 pesos**, para el quinto año de operación será de **\$2, 926,312.00 pesos**, para el sexto año de operación será de **\$3, 226,259 pesos**.

6.4. Presupuesto de egresos

Las salidas serán por concepto de adquisición de los equipo, herramientas, material e insumos, además de cubrir los costos fijos, como son luz, sueldos, etc., con lo cual se calcula tener durante el primer año de operaciones, salidas por **\$1,504, 417.00 pesos**, para el segundo año se calcula en **\$2, 005,064.00 pesos**, para en el tercer año será de **\$2,263,892.00 pesos**, para el cuarto año será de **\$2, 467,187.00 pesos**, para el quinto año será de **\$2, 753,117.00 pesos** para el sexto año de operación será de **\$2, 858,572.00 pesos**.



6.4.1. Cantidad y costo de materias primas e insumos



Alimento	Cantidad	Costo
Nopal	300 gr	\$5
Piña	150 gr	\$10
Jugo de naranja	120 ml	\$5
Hielo	1 bolsa	\$24
Sal	1000 gr	\$ 6
Stevia	3 gr	\$10
Total		\$59



6.4.2. Costos y gastos de operación



CALCULO DE GASTOS DE OPERACION

MES	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Gerente general	10,500	8,094	8,094	8,094	8,094	8,094	8,094	8,094	8,094	8,094	8,094	8,094
Jefe de ventas	8,700	7,418	7,418	7,418	7,418	7,418	7,418	7,418	7,418	7,418	7,418	7,418
Jefe de producción	7,500	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450
Auxiliar de producción	5,100	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450
Personal de limpieza	4,500	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Vendedores	14,640	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500
Pago de Contador Externo	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500
Línea telefónica móvil	799	799	799	799	799	799	799	799	799	799	799	799
Publicidad	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
Luz	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500
Renta Local Producción	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000
Pago de Prestamo	0	0	0	5,877	5,877	5,877	5,877	5,877	5,877	5,877	5,877	5,877
Pago de Intereses	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Depreciación	3,458	3,458	3,458	3,458	3,458	3,458	3,458	3,458	3,458	3,458	3,458	3,458
Amortización	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	70,197	39,569	39,569	45,446	45,446	45,446	45,446	45,446	45,446	45,446	45,446	45,446

6.5. Resultados financieros

6.5.1. Utilidades

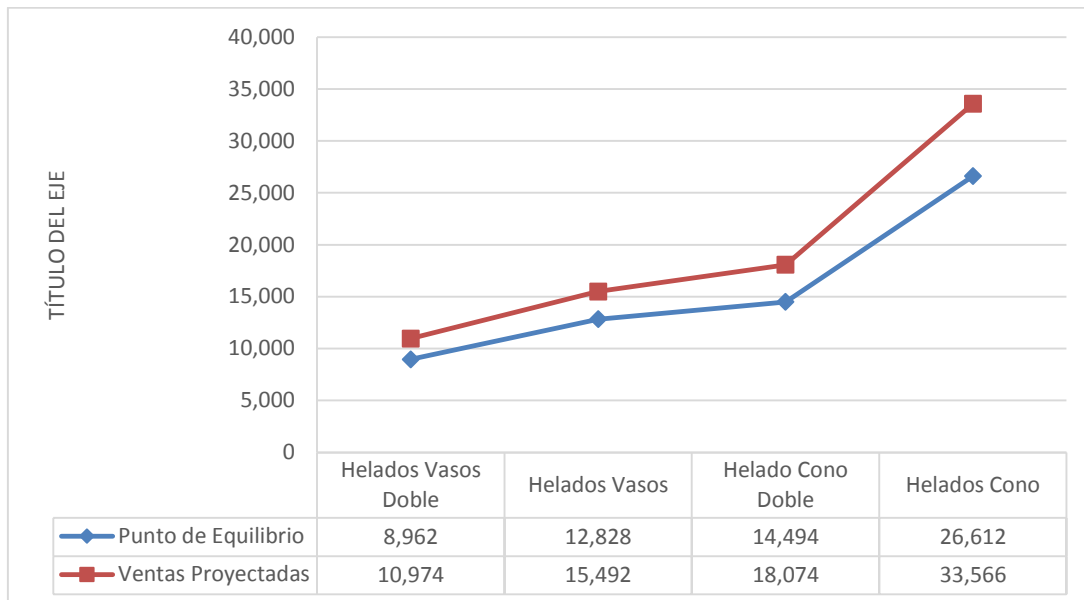
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

Estado de Resultados	Año 1											
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Ventas Contado	113,250	124,575	124,575	124,575	137,033	124,575	124,575	113,250	124,575	113,250	124,575	113,250
Ventas Crédito	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total Ventas	113,250	124,575	124,575	124,575	137,033	124,575	124,575	113,250	124,575	113,250	124,575	113,250
Costo de Ventas	58,219	64,309	64,579	64,851	71,635	65,397	65,671	59,952	66,224	60,456	66,781	60,965
Utilidad Bruta	55,032	60,266	59,996	59,724	65,397	59,178	58,904	53,298	58,351	52,794	57,794	52,285
Gastos												
Gerente general	10,500	8,094	8,094	8,094	8,094	8,094	8,094	8,094	8,094	8,094	8,094	8,094
Jefe de ventas	8,700	7,418	7,418	7,418	7,418	7,418	7,418	7,418	7,418	7,418	7,418	7,418
Jefe de producción	7,500	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450
Auxiliar de producción	5,100	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450
Personal de limpieza	4,500	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Vendedores	14,640	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500
Pago de Contador Externo	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500
Línea telefonica móvil	799	799	799	799	799	799	799	799	799	799	799	799
Publicidad	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
Luz	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500
Renta Local Producción	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000
Pago de Intereses	2,116	2,116	2,116	2,116	2,057	1,998	1,998	1,939	1,881	1,822	1,763	1,704
Depreciación	3,458	3,458	3,458	3,458	3,458	3,458	3,458	3,458	3,458	3,458	3,458	3,458
Amortización	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total de Gastos.	72,313	41,685	41,685	41,685	41,626	41,567	41,567	41,509	41,450	41,391	41,332	41,274
Utilidad de Operación	(17,281)	18,581	18,311	18,039	23,771	17,611	17,336	11,789	16,901	11,402	16,461	11,011
Impuestos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
UTILIDAD NETA (PERDIDA)	(17,281)	18,581	18,311	18,039	23,771	17,611	17,336	11,789	16,901	11,402	16,461	11,011

6.5.2. Generación de efectivo



Estado de Resultados	Periodo				
MES	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas Contado	1,462,058	1,780,906	2,019,548	2,332,577	2,522,682
Ventas Crédito	-	-	-	-	-
Total Ventas	1,462,058	1,780,906	2,019,548	2,332,577	2,522,682
Costo de Ventas	769,040	937,928	1,065,212	1,232,172	1,334,600
Utilidad Bruta	693,017	842,978	954,336	1,100,406	1,188,083
Gastos					
Gerente general	99,537	132,300	138,915	138,915	138,915
Jefe de ventas	90,298	109,620	115,101	115,101	115,101
Jefe de producción	12,450	94,500	99,225	99,225	99,225
Auxiliar de producción	10,050	64,260	67,473	67,473	67,473
Personal de limpieza	8,900	56,700	59,535	59,535	59,535
Vendedores	53,140	184,464	193,687	193,687	193,687
Pago de Contador Externo	18,000	18,076	18,152	18,152	18,152
Línea telefónica móvil	9,588	9,628	9,669	9,669	9,669
Publicidad	60,000	60,252	60,505	60,505	60,505
Luz	30,000	30,126	30,253	30,253	30,253
Renta Local Producción	72,000	72,302	72,606	72,606	72,606
Pago de Intereses	23,624	15,867	41,497	2,116	2,116
Depreciación	41,497	41,497	41,497	41,497	41,497
Amortización	-	-	-	-	-
Total de Gastos	529,084	889,592	914,022	907,205	906,617
Utilidad de Operación	163,933	(46,614)	40,314	193,201	281,466
UTILIDAD NETA (PERDIDA)	163,933	(46,614)	49,931	224,131	86,247



6.6.2. Rentabilidad

Tasa Interna de Retorno (TIR): conforme al análisis y evaluación del proyecto se considera viable financieramente, ya que los flujos de efectivos retornarán al término de los 5 años, a una tasa del **85%**, cuando la tasa mínima de deuda tiene como referencia del 0%.

Valor Presente Neto (VPN): con base en este criterio económico, el proyecto es viable financieramente porque la condición es, que cuando el $VPN > 0$; el proyecto se acepta, en este caso el VPN asciende a **935,957.00**; lo que es mayor al monto de la inversión inicial.

Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI): el periodo para recuperar la inversión será de **28 meses**, los flujos de efectivos que se generen después de este periodo, serán íntegros para continuar fortaleciendo el proyecto.



7. Cronograma de instalación del proyecto

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	TIEMPO
Reclutamiento y capacitación de personal	Emprendedora y Bolsa de Trabajo UJAT	30 Días.
Compra de equipo, material e insumos	Emprendedora	5 días hábiles
Requerimientos fiscales y legales como permisos, nómina etc.	Contador (externo)	30 días hábiles
Desarrollo de campaña en medios digitales previo lanzamiento	Emprendedora	60 días hábiles
Capacitación en estrategias de comercialización y ventas	Emprendedores/Centro de Emprendimiento UJAT	5 días hábiles antes de abrir los primeros 5 días hábiles después de haber abierto
Desarrollo de página web	Proveedor	30 Días.

8. Valoración global del proyecto

8.1. Análisis de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA)

Fortalezas (aspectos internos):

- Es una nieve con gran sabor y refrescante
- Libre de endulzantes refinados.
- Elaborados con ingredientes 100% naturales
- No tiene conservadores.
- Sin aditivos ni colorantes artificiales.
- Incremento de consumo de nopal.
- Las emprendedoras están estudiando Licenciatura en Nutrición.

Debilidades (aspectos internos):

- Análisis de vida del producto.
- Estudio de información nutrimental.
- Falta de capital para poder iniciar.
- Empaques.
- Falta de personal capacitado en comercialización.
- No tener registrada la marca.

Oportunidades (aspectos externos):

- Tendencia de las personas por consumir productos saludables.
- Participación en expos y ferias.
- El clima de tabasco ayuda a que la nieve sea aceptada.
- Producto innovador

Amenazas (aspectos externos):

- Escasez de la materia prima por temporadas.
- Inseguridad.
- Cambio climático.
- Empresas posicionadas.
- Productos sustitutos.

Anexo
Logotipo



Prototipo de FOOD BIKE

