

PRODIPS

es de mexicanos ser PRO

PLAN DE NEGOCIOS

ASESORES:

I.I. ALEJANDRA ARAGON PARRA

L.E. MAGDALENO MARTINEZ DEMETRIO

L.I. EMMANUEL VAZQUEZ BENITO

RESUMEN EJECUTIVO

Descripción del proyecto de emprendimiento.

PRODIPS es un grupo de jóvenes que se integra desde Enero del 2015 e inician juntos un proyecto de investigación sobre los principales desventajas que tiene el aguacate criollo en la región de Teziutlán concluyendo que es necesario darle un valor agregado y generar una nueva propuesta de negocio que beneficie a la región, productores y la empresa misma. El resultado es Guacamix un queso petit suisse.

Carácter innovador del proyecto.

Guacamix: producto derivado de leche, homogeneizado con guacamole, alimento tradicional de México que emplea aguacate criollo de la región nororiental del Estado de Puebla. Actualmente los quesos petit suisse comercializados emplean únicamente sabores dulces, tales como *Danonino* y *Chiquitín*, Guacamix potencializa la producción de aguacate, aumentando ganancias, generando empleos e innovando en sabores salados.

Pertinencia del proyecto de emprendimiento (resolución de retos y/o problemas de la sociedad en sus ámbitos local, estatal, regional y/o nacional).

En Puebla, se produce del 1% al 2% de aguacate de la totalidad de la producción en México; en estas estadísticas se toman en cuenta todas las clases del fruto (SAGARPA, 2011) La especie más popular y comercial es el aguacate Hass, caracterizado por su cáscara gruesa, hueso pequeño y gran cantidad de pulpa. Por otra parte, el aguacate criollo cuenta con una cáscara muy delgada, hueso grande y cantidad de pulpa variable (Osterwalder, 2011). En la región de Teziutlán, este último tipo de aguacate, es vendido en su mayoría por comerciantes de las localidades aledañas. Las ganancias no son redituables para estas personas, pues venden su mercancía a intermediarios, que no pagan un precio justo. Por su alta cosecha y rápida maduración, el desperdicio es amplio, de esta forma se encuentra una oportunidad de negocio que busca el aprovechamiento del aguacate criollo y ganancias justas para los productores.

Identificación de mercado y sus posibilidades de crecimiento nacional e internacional.

México es el principal país exportador del sector agroalimentario del mundo en productos como cerveza, tomate, chiles y pimientos, además de sandía, pepino, limón, aguacate, cebolla, tequila y papaya, entre otros, para el caso del aguacate México se ha convertido en un productor internacional al cerrar el 2014 con una cosecha de 1 millón 100,000 toneladas del fruto, monto que representa más de 50% de la producción mundial que osciló en 2 millones 100,000 toneladas (El economista, 2015). Lo que representa una gran viabilidad para cualquier tipo de proyecto que se pueda implementar. La producción nacional de aguacate abastece las necesidades de consumo del mercado interno, así como del mercado internacional. Las características y cualidades del producto son acorde al canal de comercialización al que

llega el consumidor final para demandar el fruto, es decir, se toma en consideración si el destino son los canales tradicionales (mercados, fruterías, etc) o canales modernos (supermercados, tiendas de conveniencia, etc.).

Planeación del proyecto: recursos materiales, económicos, humanos e infraestructura necesarios para llevar a cabo el proyecto.

Actualmente se rentan las instalaciones del instituto tecnológico superior de Teziutlan con ello se cubre gran parte los insumos necesarios como son la tecnología para llevar a cabo su producción, sin embargo, por cuestiones de infraestructura no se han podido cubrir la demanda que se ha tenido en el último mes. El equipo actualmente está integrado por 12 alumnos del instituto y que están divididos por departamentos, sin embargo por cuestiones de la convocatoria solo se registraron los cinco alumnos.

- Presupuesto del proyecto.

La inversión requerida para el siguiente paso es de \$418,288.00, proyectado de manera anual una utilidad neta de \$418,288.00 lo que refleja un ROI de 77% y lo hace un proyecto altamente rentable.

- Contexto legal y ético que permitirá la implementación de la empresa o negocio.
Los integrantes de PRODIPS firmaron el 26 de febrero del 2016 un acta constitutiva de manera interna, en la que establecen sus obligaciones y derechos conforme a las disposiciones establecidas en la Ley Federal de Trabajo.

- Especificar si se cuenta con la patente o se inició el proceso de patentamiento u otro medio de protección.

En estos momentos pese a que ya se ha tenido un gran avance en ventas, el proceso de patente está en proceso, pero se han realizado las diferentes búsquedas y no se ha encontrado ningún registro anterior lo que se tiene la posibilidad de generar la patente.

- Descripción del perfil de cada emprendedor y su aporte al proyecto.

Mónica Agustín García, estudiante del 7mo semestre de Ingeniería en Industrias Alimentarias. Cuenta con capacitaciones administrativas, liderazgo, organización, planificación y control; así como conocimientos en el sector alimentario, como manipulación de alimentos, sistemas de gestión de calidad, tecnologías de conservación y análisis de alimentos.

Andrea Edith Juárez Jiménez, estudiante del 7mo semestre de Ingeniería Industrial. Capaz de la optimización de tiempo, materia y dinero, para brindar productos de calidad al consumidor; así como de la aplicación de las principales filosofías de calidad para la producción en masa de productos con beneficios al cliente. Además planifica la producción de acuerdo a la demanda potencial establecida y los pedidos realizados por ventas, teniendo en cuenta las diferentes variables como la materia prima, maquinaria, personal, los tiempos de entrega, la vida de anaquel del producto y la distribución del mismo.

Brenda Joselin Ascención Benavides estudiante del 7mo semestre de Industrias Alimentarias. Capaz de innovar, con conocimiento del ciclo de vida de un producto

que lo hacen capaz de aplicar el diagrama de Deming de mejora continua cuenta con competencias necesarias en el sector alimentario, como manipulación de alimentos, sistemas de gestión de calidad, tecnologías de conservación y análisis de alimentos.

Ángel Giovanni Juárez Moreno estudiante del 7mo semestre de Ingeniería en Gestión Empresarial. Capaz de administrar los recursos financieros por conocimientos de contabilidad, generando una empresa rentable y generando el debido reconocimiento al capital humano.

Denisse Santes carrasco estudiante del 5to semestre de la Ingeniería en Informática. Cuenta con conocimientos mercadológicos de imagen, mercadotecnia digital, elaboración de etiquetas, programación y diseño.

Misión

En PRODIPS, somos una empresa de la región de Teziutlán, que ofrece calidad, inocuidad, sabor y nutrición en sus productos, beneficiando la economía de productores y ganaderos de la región, siendo una empresa socialmente responsable.

Visión

Ser la empresa líder en la producción, comercialización y distribución de productos lácteos y frituras en el estado de Puebla.

Objetivo general

Potencializar el uso de materia prima regional no procesada a través de la elaboración de un queso con guacamole, para comercializarlo en la región.

Objetivos específicos

- Aumentar las ganancias de los productores de aguacate criollo de la región
- Insertar un nuevo producto en el mercado con un valor nutrimental alto y un bajo contenido calórico
- Innovación de sabores en quesos petit suisse
- Crear una empresa socialmente responsable
- Crear un producto que compita con marcas extranjeras con propiedades organolépticas y nutritivas

Recuadro de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas

FORTALEZAS

- ✓ Experiencia del equipo de trabajo.
- ✓ Productos de alta calidad.
- ✓ Producción local.
- ✓ Alto nivel de innovación.
- ✓ Alto aporte nutrimental.
- ✓ Disposición y adaptación al cambio.
- ✓ Utilización de la capacidad instalada en la planta.
- ✓ Calidad en materia prima y procesos.
- ✓ Procesos de mejora continua.
- ✓ Excelentes estatutos que rigen a la empresa.
- ✓ Desarrollo de nuevas líneas de producción.
- ✓ Planificación de proceso y actividades empresariales.
- ✓ Personal calificado.

OPORTUNIDADES

- ✓ Gran aceptación del producto.
- ✓ Mercado amplio y en constante movimiento.
- ✓ Competencia limitada.
- ✓ Oportunidad de crecimiento.
- ✓ Alto valor agregado.
- ✓ Estrategias digitales de publicidad.
- ✓ Acercamiento a proveedores.
- ✓ Capacitación a posibles productores.
- ✓ Contacto con empresarios

DEBILIDADES

- ✓ Equipo de producción limitado
- ✓ Tiempos disponibles reducidos

AMENAZAS

- ✓ Competidores más desarrollados
- ✓ Los productores pueden no ser fieles
- ✓ Constantes variaciones de clima
- ✓ Mas gama de productos en la competencia

PRODIPS

es de mexicanos ser PRO

PRODUCCIÓN

PLAN DE NEGOCIOS DE PRODUCCIÓN

El departamento de producción de la empresa “PRODIPS” es el encargado de elaborar el producto “Guacamix” con una alta calidad, aceptando solo materia prima que cumpla con los estándares de calidad establecidos, así también cuenta con equipo y maquinaria óptima para el proceso de nuestro producto; implementado el sistema de gestión de calidad HACCP (Análisis De Peligros Y Puntos Críticos De Control) que ayudara a evitar y/o controlar los riesgos que pudiesen afectar el proceso de producción. Trabajando bajo normas para cumplir los estándares de calidad ofreciendo un producto apto para el consumidor.

El departamento de producción se compromete a estandarizar el proceso así como optimizar tiempos durante todo el proceso de elaboración y evitar variaciones organolépticas en el producto terminado, de esta forma entrega el producto terminado en tiempo y forma, y con excelente calidad e inocuidad que satisfaga las necesidades del consumidor.

Misión

Producción es un departamento comprometido a la optimización de tiempos en la producción, así como el uso y aprovechamiento al máximo de materias primas, cumpliendo con las normas, de esta manera ofertamos un producto de calidad, con un envasado aséptico para almacenamiento, distribución y atractivo para el cliente, entregándose en tiempo y forma.

Visión

Adquirir la maquinaria y el equipo de alta tecnología para la elaboración del producto “Guacamix” y evitar errores al máximo para evitar pérdidas monetarias, con ello ser el departamento más rentable y con más ganancias de la empresa.

Objetivo general

Elaborar un producto de calidad y agradable al consumidor, mediante la eficiencia del trabajo en equipo, reduciendo costos de producción.

Objetivos específicos

Determinar la cantidad a producir para el producto considerando la capacidad productiva.

Determinar el envase adecuado al producto que no aumente el costo de producción.

Determinar el conservador adecuado para el producto.

Establecer una formulación optima al agrado del consumidor evitando su variación.



Estrategias

- Identificar operaciones unitarias en las cuales se pueda reducir tiempos para acelerar el tiempo de producción
- Aprovechamiento máximo de materia prima

Valores

- Eficiencia: trabajar con gran empeño y en compañerismo, evitando pérdidas de tiempo.
- Responsabilidad: cumplir con las reglas implementadas del área así como también cumplir adecuadamente con los horarios de trabajo y las funciones de acuerdo a su cargo.
- Ética: trabajar con estricta higiene, para evitar contaminación en el producto y evitar perjudicar la salud del consumidor.
- Respeto: respeto mutuo entre compañeros para trabajar en un ambiente confortable y de calidad.

Reglamento del área de producción

1. Puntualidad en tiempo y forma al área de trabajo.
 - a. La hora y el día para las sesiones de producción serán acordadas dentro de la junta de trabajo previa a la sesión, esto para evitar faltas de los colaboradores.
 - b. Cada colaborador deberá contar con una bata blanca de algodón, cubre bocas y cofia o gorro de enfermería, todo limpio y seco.
 - c. Para mujeres, en caso de tener esmalte en las uñas, únicamente se les permitirá el acceso al área de trabajo las que cuenten con guantes, o bien con uñas cortas y sin esmaltes.
 - d. Entrar sin ningún tipo de joyería
 - e. Evitar la entrar con algún tipo de enfermedad, ejemplos: tos, gripe.
 - f. Si llegase a tener alguna lesión cutánea esta deberá ser cubierta para evitar contaminación.
2. Eficiencia y ética de trabajo.
 - a. Utilizar abundante agua potable purificada para el lavado de materia prima y materiales que lo requieran.
 - b. Utilizar recipientes limpios y lavar al terminar de usarlos.
 - c. Realizar el pesado adecuado de materia y aditivos, respetando la formulación establecida en el proceso de producción.
 - d. Sólo colaboradores capacitados para el uso de algunos materiales, como báscula analítica, tendrán acceso al manejo del mismo.
3. Mantener siempre limpia el área de trabajo.
4. Evitar el uso de celulares durante la producción.

1.- Proceso de producción (leche)

- a) Recepción de materia prima (leche semi descremada)
 - Traslado al área de producción
 - Inspección
- b) Acondicionamiento de materia prima
 - Pasteurización
 - Activación
 - Pesado de cultivo
 - Medición de la leche para cultivo
 - Incubación
 - Adición
 - Suministrar el cultivo activado
 - Medición y agregar cuajo
 - Pesado y adición de cloruro de calcio
 - Cuajada
 - Cortado
 - Corte de cuajada en cubos
 - Reposo
 - Desuerado
 - Obtención
 - Inspección

2.- Proceso de producción (aguacate)

- c) Recepción de materia prima
 - Traslado al área de producción
 - Inspección
- d) Acondicionamiento de materia prima
 - Lavado
 - Despulpado
 - Pesado
 - Molienda
 - Inspección

3.- Proceso de producción de chile y cebolla

- e) Recepción de materias primas
 - Traslado al área de producción
 - Inspección

f) Acondicionamiento de materia prima

- Lavado
 - Pesado
 - Triturado
 - Inspección
- g) Aditivos
- Pesado
 - Inspección

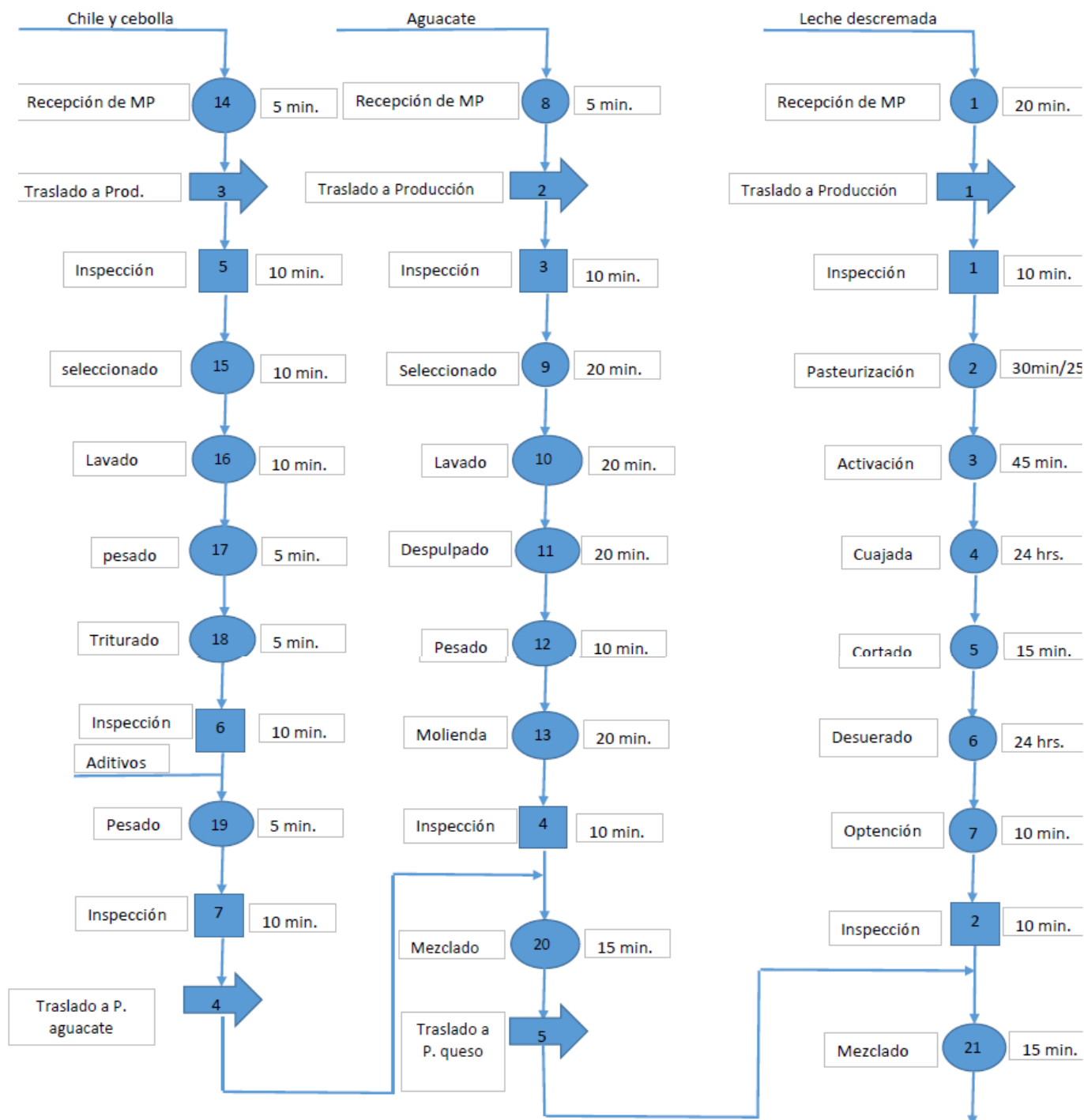
4.- Producto terminado (Elaboración del queso petit suisse con guacamole)





- h) Formulación
- i) mezclado
- j) Inspección

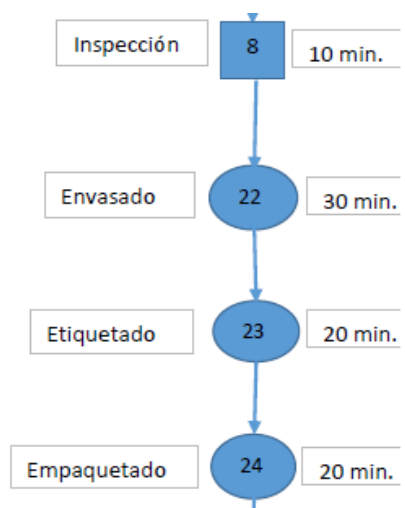
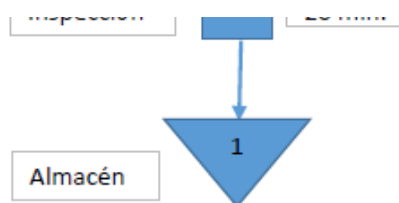
5.- Envasado

- k) Llenado
- l) Sellado
- m) Etiquetado
- n) Inspección

FECHA:	15 DE MARZO 2016
EMPRESA:	PRODIPS
DEPARTAMENTO:	PRODUCCIÓN
ANALISTA:	Alexis Justo Irineo

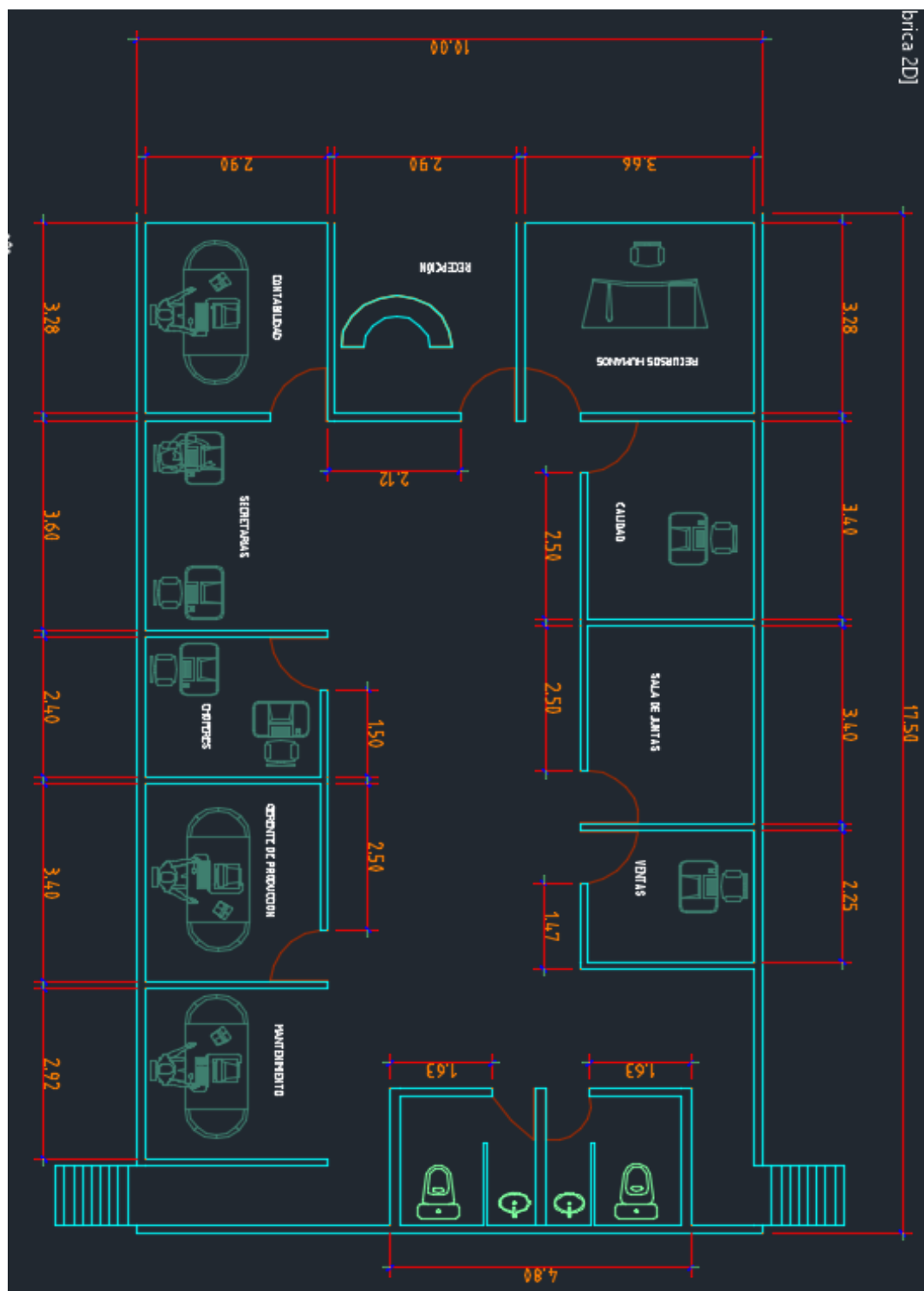


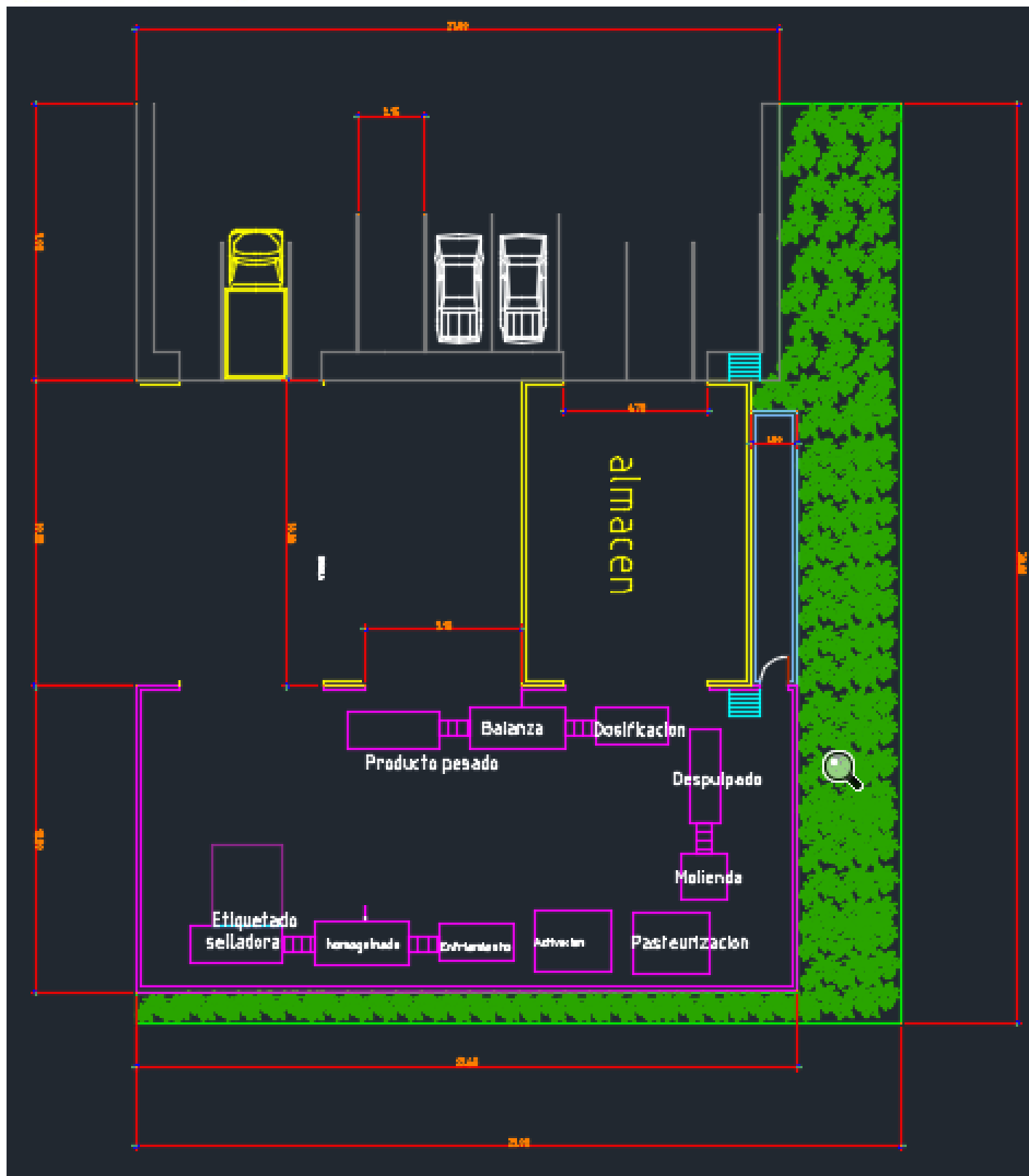
SIMBOLO	DESCRIPCION	CANTIDAD
	OPERACIÓN	24
	TRASLADO	5
	INSPECCIÓN	9
	ALMACÉN	1



LAYOUT PRODIPS

Oficinas de departamentos





Procesos de control de calidad en el área de producción, de la empresa PRODIPS

Recepción de materia prima: En esta etapa es inspeccionada la materia prima recibida, para analizar e identificar si el proveedor entrega su producto en las condiciones adecuadas cumpliendo así con los estándares de calidad establecidos por la empresa PRODIPS, en cuestión de no cumplir con las especificaciones de calidad por parte del proveedor la materia prima será rechazada, o almacenada para su maduración, que la cuestión del aguacate. De esta forma solo se trabajara con materia prima que cumpla con los requerimientos específicos establecidos y así obtener un producto terminado con excelente calidad.

Formulación de producto: determinación de las concentraciones exactas de cada materia prima y aditivos con el objetivo de producir un producto alimenticio con agradables propiedades organolépticas para el consumidor, esta formulación deberá ser respetada en cada producción de lote para que el producto terminado no adquiera variación en sus propiedades sensoriales.

Tiempos de proceso: estimación de tiempos necesarios en cada operación unitaria en proceso del producto, de la misma forma identificando opciones de mejora para optimizar tiempos de producción que influirán en reducir el tiempo disminuyendo costos de producción.

Instalaciones, maquinaria y equipo: efectuación de las BPH para así trabajar en condiciones favorables evitando contaminación en cualquier etapa del proceso, asimismo inspección de maquinaria y equipo, para dar mantenimiento y evitar paro de producción.

Pesado de producto: calibración de equipo de medición de peso para evitar variaciones de contenido neto en el envasado, también realizando capacitación a los operadores para mejorar esta etapa de pesado, el peso establecido por presentación individual es de 250 gr.

Características de empaque: adecuado al producto, bolsa de metalizada con capacidad de 250 gr con tapa, envase aséptico para evitar contaminación, principalmente biológica.

Producto terminado: análisis microbiológico, fisicoquímicas y evaluaciones sensoriales del alimento para identificar si no existe alguna inconformidad, para que así decidir si sale el lote o no.

Producción por lotes: garantiza mejores registro de producto elaborado.

Sistema HACCP: aplicación de este sistema para identificar posibles peligros durante la producción del producto, asimismo identificando los puntos críticos de control (PCC) para prevenir y/o controlar circunstancias que pudiesen afectar la calidad del producto.

BPM: aplicación de las buenas prácticas de manufactura (BPM) para realizar el producto con excelente calidad.

BPH: aplicación de buenas prácticas de higiene (BPH) que implican el trabajo en condiciones limpias durante todo el proceso que ayudaran a evitar cualquier tipo de contaminación (física, química, microbiológica).

NORMA OFICIAL MEXICANA NOM-091-SSA1-1994. BIENES Y SERVICIOS. LECHE PASTEURIZADA DE VACA. DISPOSICIONES Y ESPECIFICACIONES SANITARIAS.

NORMA OFICIAL MEXICANA NOM-121-SSA1-1994, BIENES Y SERVICIOS. QUESOS: FRESCOS, MADURADOS Y PROCESADOS. ESPECIFICACIONES SANITARIAS.

NORMA OFICIAL MEXICANA NOM-243-SSA1-2010. PRODUCTOS Y SERVICIOS. LECHE, FÓRMULA LÁCTEA, PRODUCTO LÁCTEO COMBINADO Y DERIVADOS LÁCTEOS. DISPOSICIONES Y ESPECIFICACIONES SANITARIAS. MÉTODOS DE PRUEBA.

Normas aplicadas a la producción del producto “Guacamix” que ayudan a identificar su clasificación, especificaciones sanitarias, límites permisibles de microorganismos para poder ser comercializado, cumplimientos. Con el fin de trabajar bajo estrictos requerimiento de calidad, aplicando BPM y BPH beneficiando al producto terminado ofreciendo de esta manera un alimento inocuo y con agradables propiedades organolépticas, que a su vez favorezca las necesidades del consumidor, ya que si no se trabaja bajo normas no es posible ofrecer un producto de alta calidad.

Descripción de producto

- Producto realizado con una mezcla de aguacate, queso petit suisse, chile y cebolla.
- Las características distintivas son su cremosidad y sabor salado.

Envase

- El envase utilizado para su mejor manejo es en una bolsa de plástico con tapa en presentación individual de 150 grs.

Tiempo de vida

- La vida de anaquel en envase cerrado esta estimada en 6 meses, en condiciones favorables para su almacenamiento.

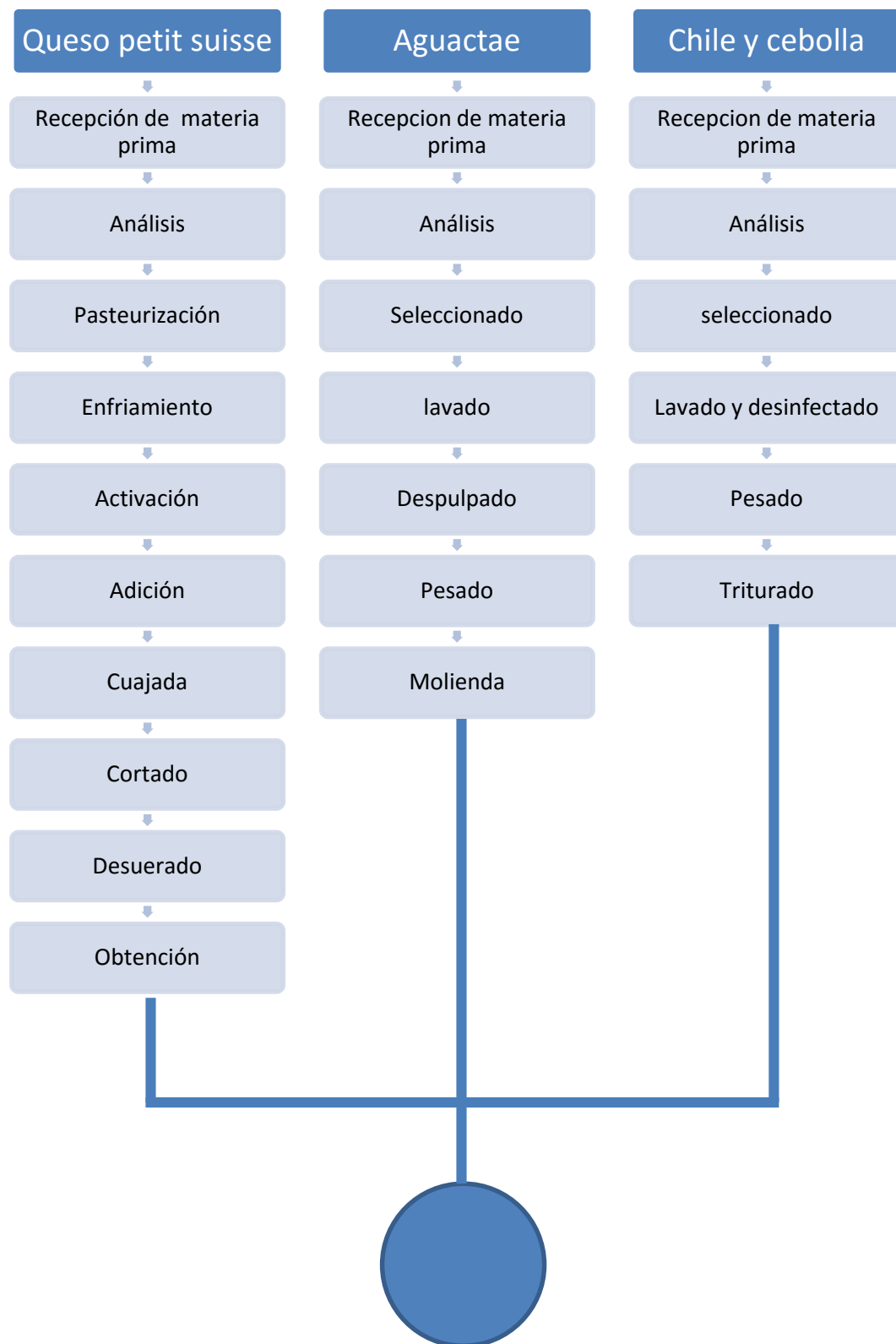
Condiciones de almacenamiento

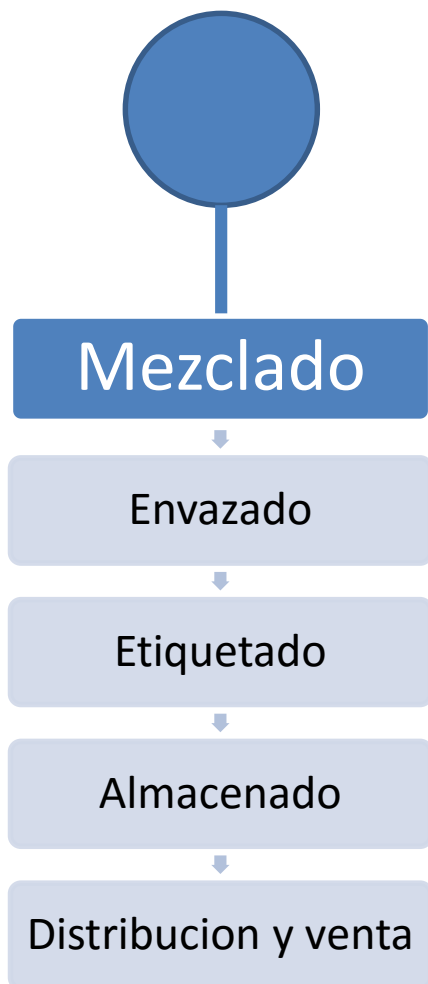
- Las condiciones adecuadas para que el producto terminado se conserve, hasta la fecha de caducidad establecida, es necesario mantenerlo en refrigeración

Uso

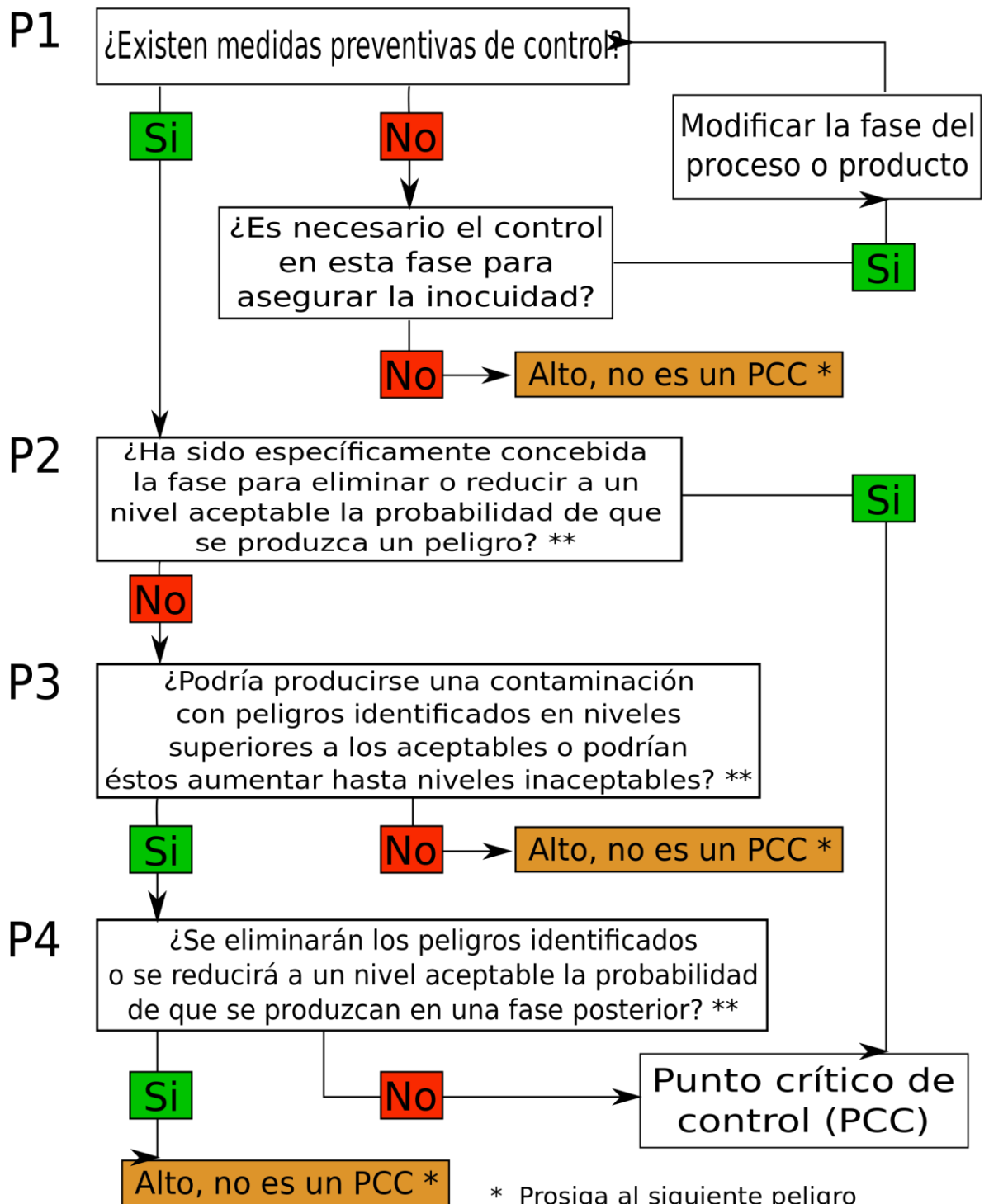
- Su consumo puede ser ingerido con cualquier tipo de comida según las preferencias del consumidor, producto dirigido a personas de ...
- La ingesta se realiza con la botana integrada en el producto, de forma directa, no necesita de un procesado para poder ser consumido.

DIAGRAMA DE FLUJO PRODUCTO TERMINADO



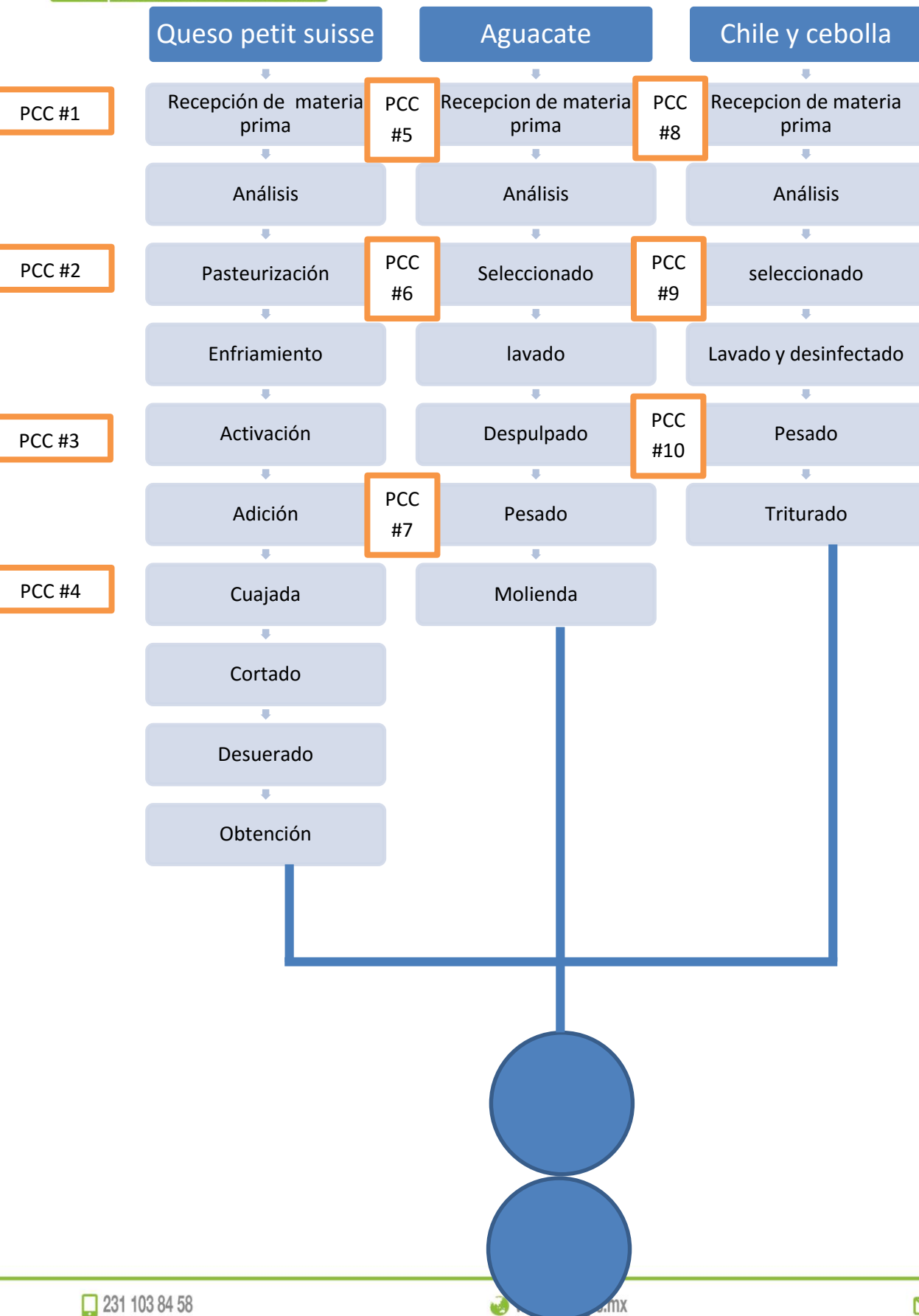


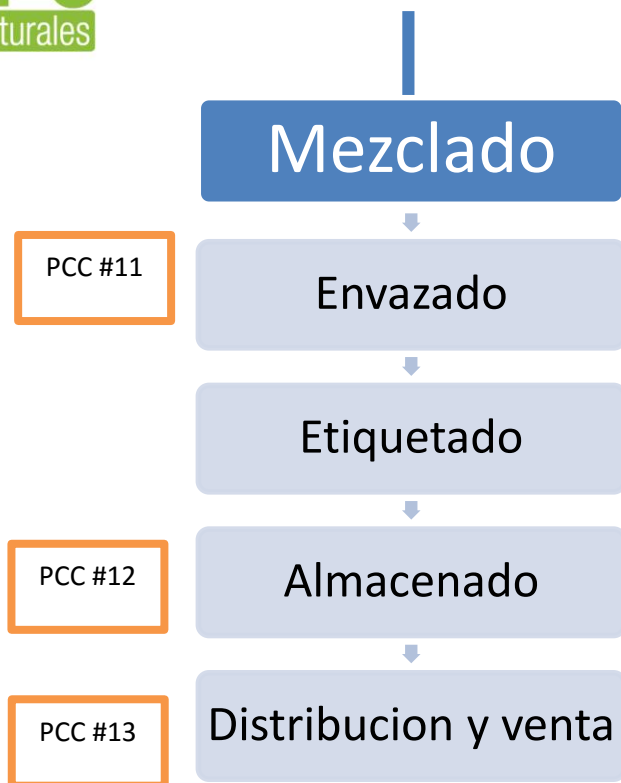
Árbol de decisiones para los PCC en el proceso de producción de producto "Guacamix"



* Prosiga al siguiente peligro

** Es necesario definir los niveles aceptables





Recepción de materia prima (leche)

Peligro :	Riesgo	Justificación	Medidas preventivas
Contaminación Física: partículas extrañas, ajenas a la materia prima, ejemplo: polvo, tierra, ramas, metales.	Medio	El proveedor no efectuó adecuadamente las BPH y BPM al extraer y envasar la materia prima.	Realizar análisis físicos, seleccionando materia prima adecuada y rechazando la inapropiada, con el objetivo de que no afecte la calidad del producto terminado.
Contaminación Química: presencian de antibióticos, sustancias alterantes de características intrínsecas	Alto	Utilización de antibióticos para mejorar el estado de salud de los animales productores de leche. adición de sustancias para modificar características de la leche	Realizar análisis químicos para identificar si la materia prima ha tenido una perturbación en su calidad. Aceptar materia prima que apruebe los exámenes de calidad.
Contaminación Biológica: presencia de microorganismos dañinos para la materia prima.	Alto	Incorrectas prácticas de manufactura e higiene por parte del proveedor. Entrega de materia prima en senescencia. Envases de transporte con mala higiene por parte del proveedor	Aceptación de materia prima que no sobrepasen los límites permisibles de microorganismo según normas.

Peligro :	Riesgo	Justificación	Medidas preventivas
Contaminación Física: equipo de pasteurizado sucio.	Medio	Mala higiene en los equipos por falta de BPH.	Mejorar método de lavado.
Contaminación Química: equipo en mal estado, residuos de detergentes.	Alto	Equipo en oxidación Deficiente ejecución de lavado	Cambio de equipo. Capacitación a operadores para mejorar las BPM
Contaminación Biológica: presencia de microorganismos resistentes a altas temperaturas	Alto	Temperaturas y tiempos incorrectos para la pasteurización.	Determinar tiempos y temperaturas adecuadas a la materia prima, para la eliminación de carga microbiana.

Activación

Peligro :	Riesgo	Justificación	Medidas preventivas
Contaminación Física: cabello, joyería, polvo.	alto	Incumplimiento del reglamento por parte de los operadores	Capacitar o hacer mención de reglas del área para evitar contaminación física.
Contaminación Química: residuos de detergente en el material implementado.	Alto	Lavado erróneo del material	Capacitación a operadores para mejorar las BPH.
Contaminación Biológica: crecimiento de microorganismos diferentes a los necesarios.	Alto	Contaminación por parte de los operadores con mala higiene. Contaminación por ambiente no estéril.	Limpieza frecuente y capacitación para mejorar la higiene del personal.

Peligro :	Riesgo	Justificación	Medidas preventivas
Contaminación Física: cabello, joyería, polvo.	Medio	Mala higiene en los equipos por falta de BPH Mal uso de cofia.	Mejorar método de lavado y uso de accesorios de trabajo.
Contaminación Química: residuos de detergentes empleados para la limpieza del equipo	Medio	Limpieza deficiente dejando residuos apreciables, por la mala formulación de la disolución del detergente.	Mejorar técnicas de limpieza y enjuague.
Contaminación Biológica: presencia de microorganismos patógenos.	Alto	Deficiencia en BPM.	Mejorar las BPM

Desuerado

Peligro :	Riesgo	Justificación	Medidas preventivas
Contaminación Física: partículas extrañas.	Medio	Contaminación por corrientes de aire.	Evitar corrientes de aire cerrando toda entrada al área de producción.
Contaminación Química: residuos de detergentes	Alto	Concentraciones excedidas de detergente en el lavado de material empleado para llevar a cabo esta etapa.	Determinar concentraciones apropiadas para las soluciones de lavado.
Contaminación Biológica: crecimiento microbiano	Alto	No tener temperaturas adecuadas, que influyan en el crecimiento de bacterias y hongos.	Identificar las temperaturas bajas para evitar crecimiento microbiano.

Peligro :	Riesgo	Justificación	Medidas preventivas
Contaminación Física: cabello, joyería, polvo.	Medio	Mala higiene en los equipos por falta de BPH Mal uso de accesorios de trabajo.	Practicar el uso de accesorios de trabajo Estricta vigilancia para los operadores que cumplan el reglamento.
Contaminación Química: residuos de detergentes empleados para la limpieza del equipo	Medio	Limpieza deficiente dejando residuos apreciables, por la mala formulación de la disolución del detergente.	Mejorar técnicas de limpieza y enjuague.
Contaminación Biológica: presencia de microorganismos patógenos.	Alto	Falta de higiene del personal	Mejorar las BPM y BPH

Desuerado

Peligro :	Riesgo	Justificación	Medidas preventivas
Contaminación Física: cabello, joyería, polvo.	Medio	Uso erróneo de accesorio de trabajo. Violación al reglamento.	Mejorar el uso de cofia, cubre bocas y bata. Respetar reglamento del área
Contaminación Química: residuos de detergentes	alto	Lavado incorrecto o deficiente del material de uso de filtración.	Mejorar técnicas de limpieza y enjuague.
Contaminación Biológica: presencia de microorganismos patógenos.	Alto	Mantas cielo no esterilizadas adecuadamente	Mejorar el proceso de esterilización.

Peligro :	Riesgo	Justificación	Medidas preventivas
Contaminación Física: partículas extrañas	Medio	Corrientes de aire	Mantener cerrada todas las ventanas y puertas de las instalaciones de trabajo para evitar intercambio de aire.
Contaminación Química: gases desprendidos por el refrigerador	Medio	Refrigerador en malas condiciones y falta de higiene.	Mantenimiento frecuente del equipo de refrigeración Mejorar limpieza.
Contaminación Biológica: presencia de microorganismos patógenos.	Alto	Temperaturas inadecuadas para el proceso de desuerado propiciando el crecimiento de microorganismos.	Mejorar las BPM

Recepción de materias primas (aguacate, chile y cebolla)

Peligro :	Riesgo	Justificación	Medidas preventivas
Contaminación Física: polvo, tierra, piedras, ramas, insectos.	Medio	Contaminación mediante corrientes de aire durante el transporte de materia prima.	Selección de materia prima adecuada al proceso.
Contaminación Química: residuos de fertilizantes, insecticidas.	Alto	Trabajadores sin capacitación para realizar el mantenimiento de las materias primas en el campo, efectuando de manera incorrecta el uso de insecticidas y fertilizantes dejando un exceso de los mismos en los frutos.	Mejorar técnicas de riego por parte del proveedor
Contaminación Biológica: presencia de microorganismos patógenos.	Alto	Materia prima en proceso de senescencia, llevando consigo carga microbiana.	Selección de materia prima apta para su procesado.

Peligro :	Riesgo	Justificación	Medidas preventivas
Contaminación Física: polvo, tierra, piedras, ramas, insectos.	Medio	Contaminación durante el transporte de materia prima. Selección deficiente.	Selección de materia prima adecuada al proceso.
Contaminación Química: residuos de fertilizantes, insecticidas.	Alto	Residuos de sustancias químicas debido a la falta de lavado de materia prima	Realizar un lavado eficiente.
Contaminación Biológica: presencia de microorganismos patógenos.	Alto	Selección inadecuada, eligiendo materia prima en mal estado.	Determinar estándares de calidad.

Lavado

Peligro :	Riesgo	Justificación	Medidas preventivas
Contaminación Física: polvo, tierra, piedras	Medio	Uso de agua contaminada.	Uso de agua purificada.
Contaminación Química: metales pesados	Alto	Uso de agua contaminada	Uso de agua purificada.
Contaminación Biológica: presencia de microorganismos patógenos.	Alto	Uso de agua de la llave	Uso de agua purificada.

Peligro :	Riesgo	Justificación	Medidas preventivas
Contaminación Física: polvo, joyería, cabello.	Medio	Falta de BPM, violación al reglamento por parte de los operadores.	Capacitación a operadores para mejorar higiene y BPM.
Contaminación Química: residuos de fertilizantes, insecticidas.	Alto	Deficiente lavado y desinfectado de materia prima. Mal seleccionado.	Mejorar técnicas de lavado, capacitación frecuente.
Contaminación Biológica: presencia de microorganismos patógenos.	Alto	Crecimiento de microorganismo por materia prima en senescencia.	Selección de materia prima apta para su procesado.

Pesado

Peligro :	Riesgo	Justificación	Medidas preventivas
Contaminación Física: partículas extrañas	Medio	Restos de materia prima pesada anteriormente.	Extremo cuidado con las balanzas, así como su limpieza frecuente.
Contaminación Química: residuos de detergentes.	Alto	Deficientes BPH	Mejorar técnicas de limpieza de equipos.
Contaminación Biológica: presencia de microorganismos patógenos.	Alto	Mal manejo de materia prima teniendo. Contaminación por falta de higiene de personal.	Capacitación a personal para mejorar su higiene. Mejoramiento de BPH

Peligro :	Riesgo	Justificación	Medidas preventivas
Contaminación Física: partículas extrañas.	Medio	Corrientes de aire. Mala higiene de personal y de equipo.	Mejorar BPM y BPH
Contaminación Química: residuos de detergentes	Alto	Enjuague deficiente en el lavado.	Mejorar técnicas de lavado y capacitación de personal.
Contaminación Biológica: presencia de microorganismos patógenos.	Alto	Mal manejo de materia durante el procesado.	Aplicar BPM y BPH

Mezclado

Peligro :	Riesgo	Justificación	Medidas preventivas
Contaminación Física: partículas extrañas.	Medio	Uso de joyería, esmalte, durante proceso. Mal uso de accesorios de trabajo.	Respeto al reglamento
Contaminación Química: residuos de detergentes	Alto	Lavado inadecuado de equipo. Concentraciones erróneas para la solución de detergentes.	Mejorar técnicas de lavado y capacitación de personal.
Contaminación Biológica: presencia de microorganismos patógenos.	Alto	Mal manejo de materia durante el procesado.	Aplicar BPM y BPH

Peligro :	Riesgo	Justificación	Medidas preventivas
Contaminación Física: partículas extrañas.	Medio	Suciedad en el envase. Uso de joyería, etc. en el envasado. Fragmentos del mismo envase.	Rectificar que el envase este bien elaborado.
Contaminación Química: residuos de detergentes	Alto	Enjuague deficiente en el lavado.	Mejorar técnicas de lavado y capacitación de personal.
Contaminación Biológica: presencia de microorganismos patógenos.	Alto	Envase no aséptico	Establecer medidas adecuadas para la esterilización de envase

Empaquetado

Peligro :	Riesgo	Justificación	Medidas preventivas
Contaminación Física: partículas extrañas.	Medio	Mal sellado de producto, permitiendo entrada de aire.	Verificación de sellado de producto.
Contaminación Química: residuos de producción de empaque	Alto	Elaboración errónea	Identificar material dañado por alguna sustancia durante su transporte.
Contaminación Biológica: presencia de microorganismos patógenos.	Alto	Almacenamiento a temperaturas favorables al crecimiento microbiano	Aplicar BPM, capacitando operadores.

PCC# Etapa de proceso	Riesgo	Monitorización	Límite crítico	Medidas preventivas	PCC	Procedimiento de vigilancia	Medidas correctivas	Registro
PCC #1 Recepción de materia prima (leche)	Contaminación física, química y biológica	Materia prima. Condiciones de transporte	Análisis aleatorio de muestras identificando límites permisibles, especificaciones de acuerdo a normas.	Exigencia al proveedor sobre la calidad de materia prima	X	Temperatura y revisión de higiene en envases de transporte	Rechazo o de materia prima.	Análisis realizados, físicos, químicos.
PCC #2 Pasteurización	Temperaturas elevadas y tiempos prolongados	Temperatura Tiempo	Exceso de temperatura y tiempo.	Indicar las temperaturas y tiempos establecidos	X	chequeo de temperatura y tiempo	Capacitación de personal	Registro de temperaturas y tiempos
PCC #3 Activación	Temperaturas incorrectas	Temperatura	Variación de temperaturas	mantenimiento de equipo	X	Monitorización de equipo	Reparación o cambio de equipo.	Registro de mantenimiento
PCC #4 Cuajado	Temperaturas incorrectas. Contaminación biológica	Temperaturas e higiene de equipo	Aumento de temperatura.	Mantenimiento a equipo.	X	Chequeo de temperatura. Pruebas microbiológicas	Buenas prácticas de higiene y manufacturas. Reparación de equipo.	Registros de temperatura análisis microbiológicos.
PCC #5 Recepción de materia prima (aguacate)	Contaminación física, química y biológica	Materia prima. Condiciones de transporte	Materia prima que no cumpla el estado de madures requerido	Exigencia al proveedor sobre la calidad de materia prima	X	Revisión aleatoria de la materia prima recién llegada	Devolución de materia prima	Registros de materia prima aceptada y rechazada.
PCC #6 Selección	Contaminación física y biológica	Estándares establecidos de calidad	Exceso de contaminación, daños mecánicos.	Aceptación de materia de calidad	X	Chequeo de selección	Separación de materia en buen estado de la cual no lo está.	Registro de cantidades de materia prima aceptadas y rechazadas.

PCC# Etapa de proceso	Riesgo	Monitoriza ción	Limite critico	Medidas preventivas	PCC	Procedimient o de vigilancia	Medidas correctivas	Registro
PCC #7 Pesado	Descalibrac ión	Pesado de materia prima	Variación en el pesado	Mantenimie nto frecuente de equipo	X	Vigilancia durante el pesado	Calibración de equipo.	Resultados obtenidos en las variaciones de pesado y fechas de mantenimient o de equipo y calibrado
PCC #8 Recepción de materia prima (chile y cebolla) PCC #9 Selecciona do	Contaminac ión física, química y biológica	Materia prima. Condicion es de transporte	Exceso de materia prima que no cumpla el estado de madures requerido	Exigencia al proveedor sobre la calidad de materia prima	X	Revisión aleatoria de la materia prima recién llegada	Rechazo de materia prima	Registro de entradas o devoluciones de materia prima
	Contaminac ión física y biológica	Cumplimi ento de estándare s de calidad	Materia prima contaminada o abollada	Aceptación de materia prima en buenas condiciones	X	Revisión de materia aceptada.	Separación de materia en óptimas condiciones de para ser utilizada en el proceso	Registro de cantidades de materia prima en buen estado.
PCC #10 Pesado	Descalibrad o de equipo de pesado	Pesado de materia prima	Errores de pesado	Mantenimie nto de equipo	X	Vigilancia en el pesado	Calibración instantánea	Registro de variaciones de pesado, de calibración y mantenimient o en equipo.
PCC #11 Envasado	Contaminac ión física, química y biológica.	Calidad de envase	Envases fracturados, impúdicos, residuos de sanitizantes	Exigencia de calidad sobre envase al proveedor.	X	Chequeo de envases en buen estado.	Reposición de piezas defectuosa s al proveedor	Registro de piezas defectuosas.
PCC #12 Almacenad o	Contaminac ión biológica	Temperat ura	Sobrepaso de temperaturas de almacenamiento	Adecuación de temperatur as	X	Revisión de temperaturas	Reparación de sistemas de temperatur a.	Registros de fallas del sistema.
PCC #13 Distribució n y venta	Temperatur as de transporte.	Trazabilid ad y rastreabili dad	Temperaturas variables durante su distribución.	Capacitació n de manejo para la distribución	X	Lugares de distribución.	Acondicion amiento de equipo de transporte.	Registro de salidas y lugares destinados de entrega.

PRODIPS

es de mexicanos ser PRO

MERCADOTECNIA

Trabajar con ética, relacionarse con diferentes comercios y realizar convenios para compartir publicidad como si fuera propia, dándoles un valor incondicional de fuerza publicitaria para mantener y aumentar nuestras ventas en el mercado.

Visión

Fortalecer nuestra publicidad, para agradar a nuestros clientes, y cumplir con las necesidades y gustos más sentidos de la sociedad.

Objetivo general

Causar un gran impacto dentro del mercado con cada una de las estrategias que se utilice y así mismo ser un producto competitivo.

Objetivos específicos

Analizar características buscadas en el mercado, en cuanto a productos alimenticios.

Aumentar significativamente el número de consumidores con estrategias mercadológicas.

Elaborar estrategias publicitarias para la atracción de clientela.

Fortalezas	Oportunidad
<ul style="list-style-type: none"> • Impacto digital • Facilidad de incursión de nuevos productos • Producto natural • Producto mexicano • Extensiones de líneas de producto 	<ul style="list-style-type: none"> • Mercadotecnia digital • Fácil persuasión • Alto alcance regional y estatal • Contacto digital con consumidores
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Fallo organizacional 	<ul style="list-style-type: none"> • Nuevas tendencias • Alta competitividad

El nombre de una empresa será su distintivo al igual que el logotipo. Escoger un nombre es complicado, pues debe poseer distintas características para funcionar de una manera adecuada.

Joseph R. Mancuso, ha clasificado los nombres con los que se conocen las empresas, en cuatro grupos: muy egocéntricos, relativamente egocéntricos, absurdos y eficaces.

Los primeros son aquellos empleados por empresas que únicamente buscan ser famosas y donde la misma empresa es el vehículo básico para las obsesiones personales, es decir, personas que emplean su contracción de nombre o algún apellido.

En la segunda clasificación según Mancuso, se encuentran los nombres de empresas en donde se han colocado las iniciales de las personas dirigentes de la empresa. En la tercera clasificación, sólo son nombres absurdos.

Para la cuarta y última clasificación que ha sido propuesta por Mancuso, se trata de crear un nombre para la empresa que pueda quedarse en la mente de todo consumidor y población en general. Un nombre con significado, corto, claro y preciso.

De esta última definición, se consideraron algunos posibles nombres, mismos que cumplían todos los requisitos anteriores, sin embargo, algunos ya han sido empleados para otras empresas, por tal motivo se tomó la decisión de descartar y elegir el único que no es empleado actualmente.

Algunos de los nombres que surgieron, son: JACDAL, LATEZ, LACTEZ, LAGTEZ, DIMEX, FLMEX, LAPROTEZ, PROLATEZ, PROLAMEX, PRODIPS.

Aunque todos fueron descartados por pertenecer a la segunda y la tercera clasificación de Mancuso. Además, por poseer anglicismos.

Finalmente, tras cubrir todos los requisitos anteriormente marcados, y al no ser usado por otra empresa, se ha optado por tomar el nombre PRODIPS, un nombre corto, fácil de pronunciar, fácil de quedar en la memoria de la gente, y en pocas palabras, colocado en la cuarta clasificación de Mancuso, corto, claro y preciso.

De tal forma que el logotipo, es el siguiente:



Naturalidad y crecimiento. Es ideal para empresas que se relacionan con el medio ambiente.

Blanco

Representa simplicidad, pureza, verdad, limpieza, higiene. De ahí que sea utilizado por empresas relacionadas con la salud, y por aquellas que quieran proyectar simplicidad

Análisis de mercado

En primera instancia, para analizar el mercado, se ha segmentado para la aplicación de herramientas que coadyuvarán a la investigación de mercado. Los criterios que fueron tomados en cuenta para realizar la segmentación de mercado son:

Geográfico:

- ✓ Municipio de Teziutlán Puebla

Demográfico:

- ✓ Edad entre 20 y 34 años,
- ✓ Sin religión y características físicas
- ✓ Socioeconómico: C- a C+
 - El comportamiento de compra de este nivel está muy bien definido, compran productos que ya conocen, no son leales a una marca, compran muchos productos en promoción, realizan sus compras quincenalmente en tiendas de autoservicio aunque acuden a mercados sobre ruedas para comprar otros productos, las decisiones se toman en pareja.
 - Este nivel reacciona ante las influencias externas y la publicidad por televisión, haciendo que modifiquen su comportamiento.
 - Con respecto a la ropa buscan calidad a precio accesible, reaccionan ante las temporadas de baratas de los grandes almacenes; el mobiliario también es comprado en estos almacenes.
 - Generalmente compran a crédito, poseen una tarjeta de crédito nacional.
 - Acostumbran hacer un viaje nacional de vacaciones al año.

Psicográfico:

- ✓ Población que gusta por comprar productos nuevos.
- ✓ Hombres y mujeres que deseen probar siempre comida mexicana.
- ✓ Población que acostumbra agregar Dips a su comida.
- ✓ Hombres y mujeres extrovertidos.
- ✓ Población que gusta por el picante.

Posición del usuario

- ✓ Usuarios potenciales y primera vez.

Guacamix es un producto derivado de la leche, homogeneizado con un alimento tradicional de México, empleando como materia prima principal el aguacate criollo de la región de Teziutlán y localidades aledañas. Este producto es acompañado de otro producto con textura crujiente, obtenido de la raíz de chayote.

A diferencia del queso petit suisse ya comercializado, que únicamente emplea sabores dulces, como en el caso de *Danone* y *Chiquitín*, Guacamix, busca potencializar la producción y las ganancias de productores de aguacate en la región, innovando en sabores salados para este tipo de productos derivados lácteos.

Guacamix, contiene una gran variedad de macro y micro nutrientes necesarios para la ingesta diaria. Además de un aporte calórico reducido y bajo contenido graso, el aporte nutrimental de las materias primas de Guacamix, se conserva debido a que no se emplean procesos térmicos durante su elaboración.

Se trata de un producto mexicano, que con sus características nutritivas y organolépticas, favorece al paladar de la comunidad mexicana, al mismo tiempo, debido al bajo aporte calórico se ve involucrado y dirigido a personas que cuidan de su salud y se preocupan con el consumo de alimentos saludables, sin perder el hábito de consumo de productos mexicanos.

Además, para analizar la aceptación de este producto, se ha realizado un estudio de mercado, el cual se muestra a continuación:

Los objetivos básicos de la investigación de mercados de PRODIPS se pueden dividir en tres:

- ✓ **Objetivo social.** Satisfacer las necesidades del consumidor final mediante un producto requerido.
- ✓ **Objetivo económico.** Determinar el grado económico de éxito o fracaso que tendrá PRODIPS dentro del mercado real o potencial y así diseñar el sistema adecuado a seguir.
- ✓ **Objetivo administrativo.** Ayudar a PRODIPS en su desarrollo mediante la adecuada planeación, organización, control de los recursos y elementos de la empresa, para que ésta lleve el producto correcto y en el tiempo oportuno al consumidor final.

Razones por las que PRODIPS realiza el estudio de mercado.

- ✓ Conocer al consumidor
- ✓ Disminuir los riesgos
- ✓ Informar y analizar la información

Se planea llevar a cabo una investigación para determinar el grado de aceptación de parte de la población que se encuentran entre 20 a 34 años. Para lo cual es necesario determinar el tamaño de muestra que será utilizada, tomando en cuenta un intervalo de confianza del 95% y un error de estimación del 5%. la investigación se llevara a cabo en un universo de 22968

$$n = \frac{(\sigma)^2 N \cdot p \cdot q}{e^2 (N-1) + \sigma^2 (p)(q)}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 (22698) (.50) (.50)}{(.05)^2 (22698-1) + (1.96)^2 (.50) (.50)}$$

$$n = 377.78 \text{ encuestas}$$

El resultado total para aplicar a las mujeres es de 378 encuestas.

FUENTES PRIMARIAS Y SECUNDARIAS

LA ENCUESTA

Constituye el método de recogida de información más utilizado. Se realiza a través de un cuestionario, por lo que es vital conocer las reglas básicas para confeccionarlo. La encuesta se puede realizar mediante una entrevista personal, telefónicamente, o a través del correo. Recientemente, algunas empresas están utilizando Internet para realizar encuestas a sus clientes potenciales.

VENTAJAS	INCONVENIENTES
Se pueden incluir gráficos, fotos, etc., como material complementario al cuestionario	Consume mucho tiempo, y puede resultar caro si el número de encuestas a realizar es grande o si son extensas
Se evita la influencia de terceras personas en las respuestas	Es necesario controlar la labor de los entrevistadores con el fin de asegurar la fiabilidad de los datos obtenidos
Se sabe con claridad quien es la persona que ha contestado el cuestionario, pudiendo obtener de la misma datos adicionales por observación	

FUENTES SECUNDARIAS

Las principales fuentes secundarias de información son las externas. Entre éstas, se pueden destacar:

- ✓ Publicaciones, páginas WEB, bibliotecas, etc.
- ✓ Una de las principales fuentes secundarias es el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI).
- ✓ Consejo Nacional de Población (CONAPO)
- ✓ Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL).

ENCUESTA

OBJETIVO: Conocer la aceptabilidad que tiene nuestro producto **GUACAMIX**.

INSTRUCCIONES: Lea detenidamente las preguntas y contesta subrayando por cada una, la respuesta que sea de su preferencia.

1.- Marque con una X los tipos de queso que consume

- | | |
|---|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Crema | <input type="checkbox"/> Amarillo |
| <input type="checkbox"/> Doble crema | <input type="checkbox"/> Manchego |
| <input type="checkbox"/> Petit (Danonino, Chiquitin, etc) | <input type="checkbox"/> Parmesano |
| <input type="checkbox"/> Hebra | <input type="checkbox"/> Panela |
| <input type="checkbox"/> Añejo | <input type="checkbox"/> Fresco |

2.- Marque con una X, ¿Qué queso consume frecuentemente?

- ☐ Crema
- ☐ Doble crema
- ☐ Petit (Danonino, Chiquitin, etc)
- ☐ Hebra
- ☐ Añejo
- ☐ Amarillo
- ☐ Manchego
- ☐ Parmesano
- ☐ Panela
- ☐ Fresco

3.- ¿Con qué frecuencia consume quesos?

- a) 1 vez a la semana b) 2 o 3 veces a la semana c) 3 o más veces a la semana d) no consume

4.- ¿Consume picante?

- a) Sí b) No

5.- ¿Ha probado algún tipo de queso picoso?

- a) Sí b) No

6.- ¿Le gusta el aguacate?

- a) Sí b) No

7.- ¿Conoce y ha consumido el guacamole?

- a) Sí b) No

8.- De la escala del 1 al 10, ¿qué tan picoso consume los alimentos?

- 0) 1) 2) 3) 4) 5) 6) 7) 8) 9) 10)

9.- Cuando consume guacamole, con que complemento lo hace

- ☐ Totopos
- ☐ Papas
- ☐ Tostadas
- ☐ Pan
- ☐ Otro _____

10.- ¿Le gustan las frituras comerciales?

- a) Sí b) No

11.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un queso que contiene guacamole, en presentación de 250 ml?

- a) \$20-\$30 b) \$30-\$40 c) \$40 y más.

HIPOTESIS DE LA ENCUESTA

PREGUNTA 1

H1.- El entrevistado consume entre sus quesos el queso petit.

H0.-El entrevistado no consume entre sus quesos el queso petit.

PREGUNTA 2

H1.- El consumidor frecuentemente consume el queso petit.

H0.- El consumidor no consume frecuentemente el queso petit.

PREGUNTA 3

H1.- El consumidor compra frecuentemente queso.

Ho.- El consumidor no compra frecuentemente el queso.

PREGUNTA 4

H1.- El cliente consume picante.

H0.- El cliente no consume picante.

PREGUNTA 5

H1.- El cliente ha consumido un queso picoso.

H0.-El Cliente no ha consumido un queso picoso.

PREGUNTA 6

H1.- Al cliente le gusta el aguacate.

H0.- Al cliente no le gusta el aguacate.

PREGUNTA 7

H1.- El cliente conoce y ha consumido el guacamole.

H0.- El cliente no conoce y tampoco ha consumido el guacamole.

PREGUNTA 8

H1.- El cliente consume picante

Ho.- El cliente no consume picante

PRREGUNTA 9

H1.- El cliente consume acompañado el guacamole.

H0.- El cliente no consume acompañado el guacamole.

PREGUNTA 10

H1.- Al cliente le gustan las frituras comerciales

H0.- Al cliente no le gustan las frituras comerciales.

PRGUNTA 11

H1.- La mayoría de los clientes están dispuestos a pagar entre 20 y 30 pesos por una presentación de 250gr.

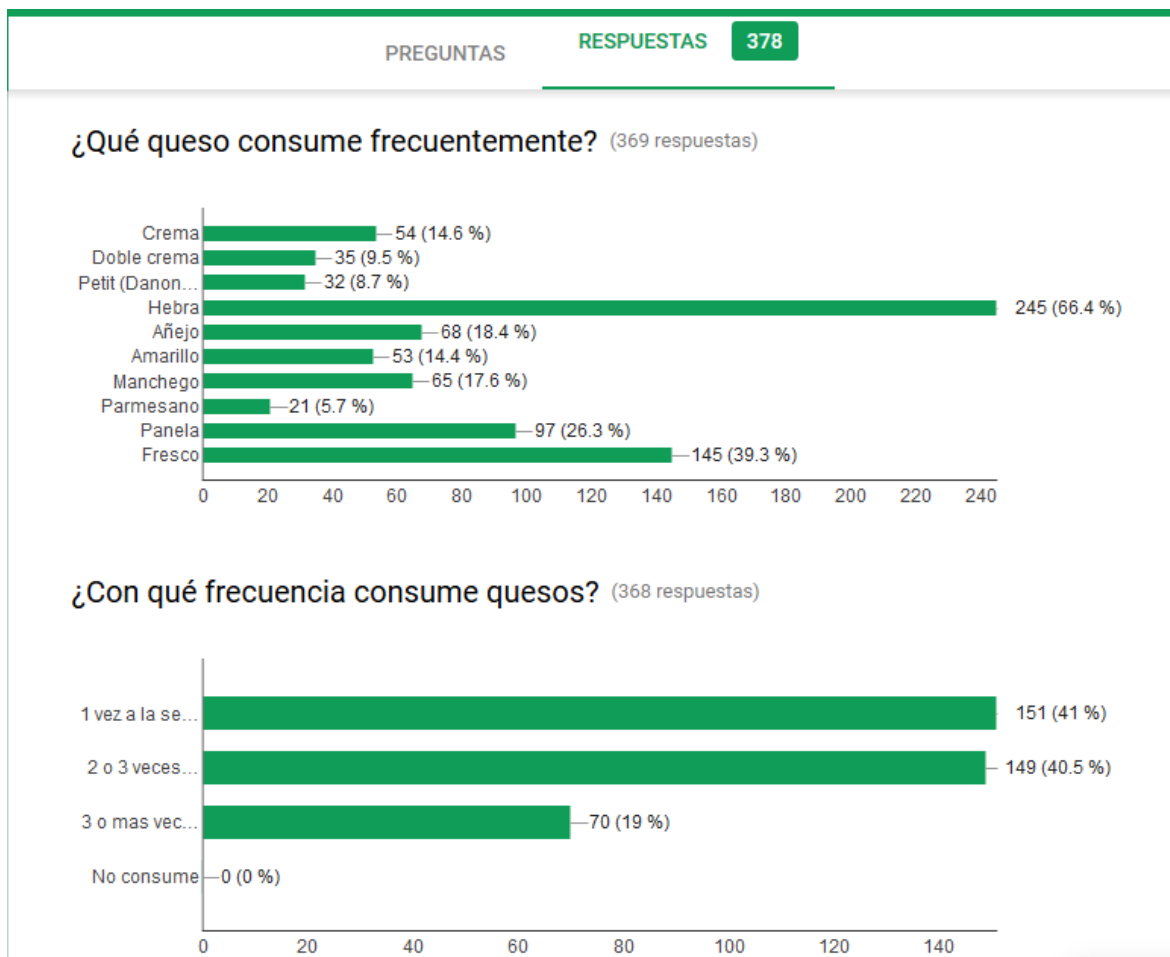
H0.- La mayoría de los clientes no están dispuestos a pagar entre 20 y 30 pesos por una presentación de 250gr.

RESULTADOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

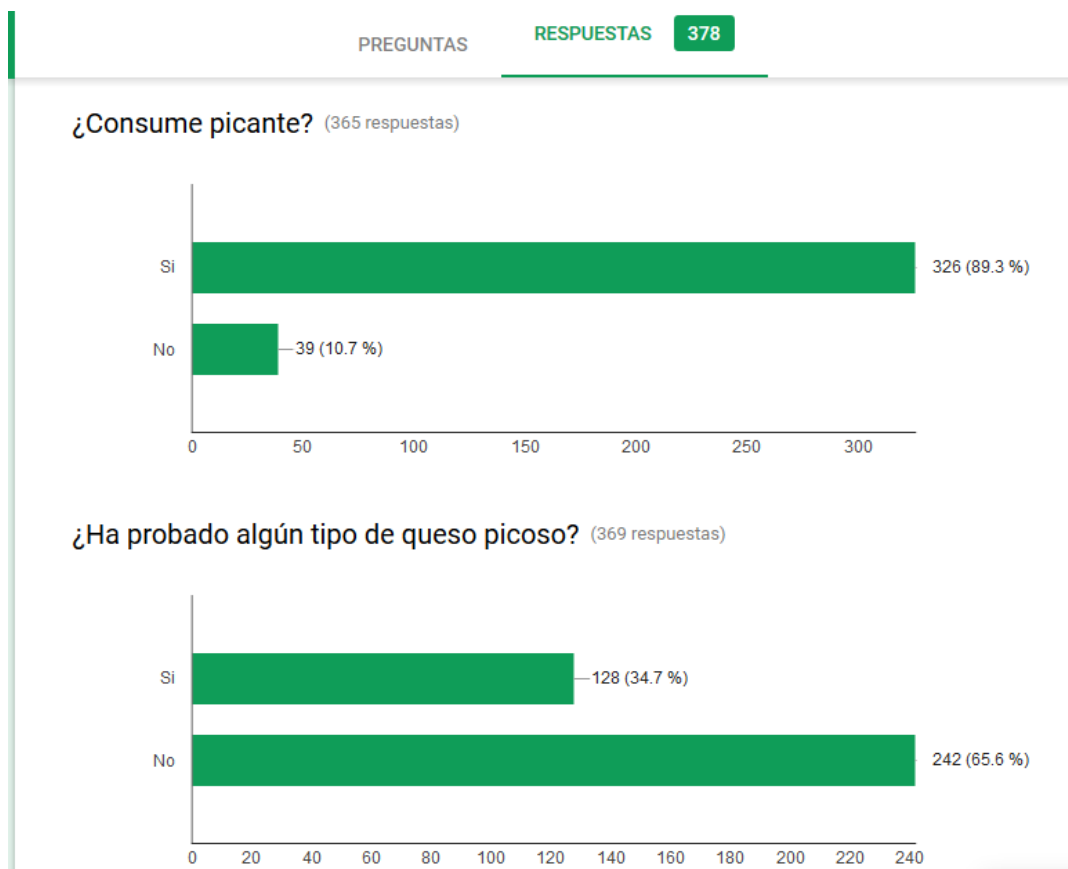
En la primera pregunta y como se observa, el 79.5% de la población consume queso de hebra y el queso petit lo consume en 27.8%, lo que se muestra como una ventaja para el mercado ya que significa que no toda la población conoce los beneficios de consumirlo.



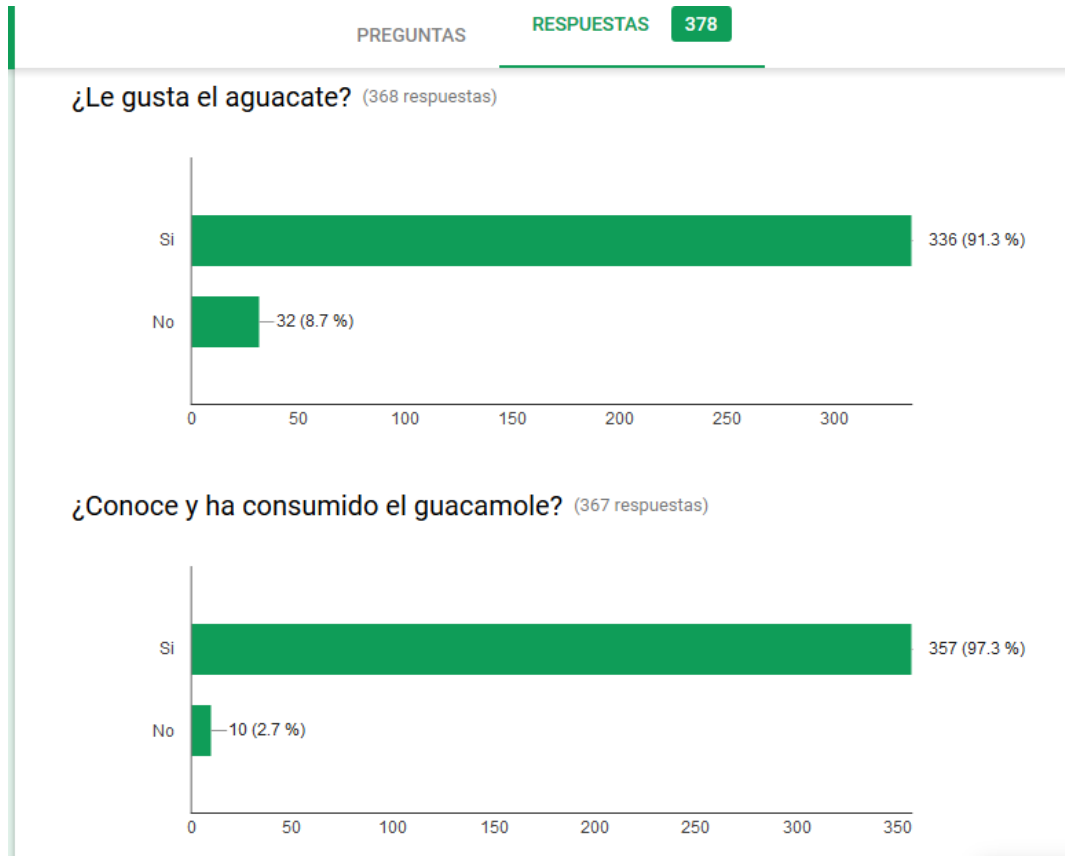
En la pregunta numero dos el 8% de la población consume queso petit al igual que en la pregunta número 1, es una gran ventaja porque no se ha proyectado los beneficios por otra empresa para su consumo, en el caso de la pregunta tres como lo muestra la siguiente gráfica, el 80% de la población consume al menos una vez queso y de este 80% la mitad lo hace más de una vez a la semana.



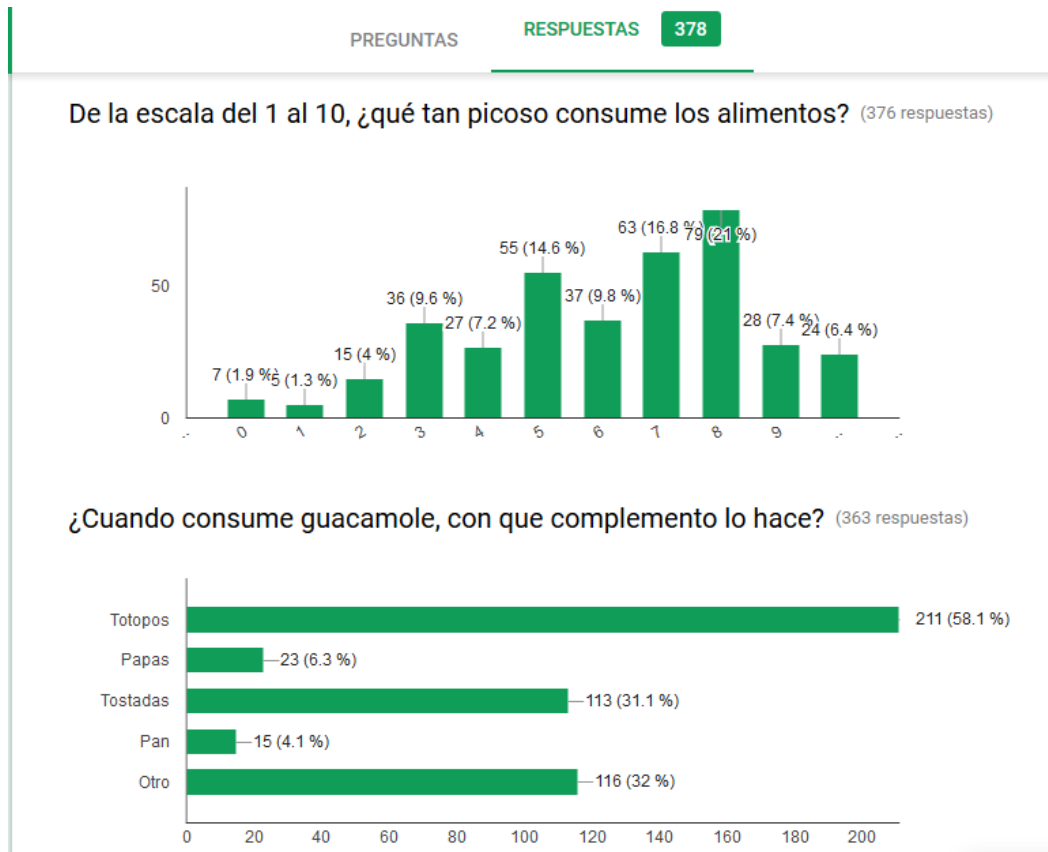
Por otro lado, la siguiente pregunta sobre el picante, casi un 90% de la población dice consumir picante en sus comidas y el 65% de los encuestados también confirman no haber consumido un queso picoso.



De la población entrevistada a más del 90% de la población le gusta el guacamole y un 97% no solo lo conoce sino también lo ha consumido.



Por ultimo en las preguntas finales la población dice comer picante a un nivel de 8 con un porcentaje muy variado pues el 21% dice tener este nivel y los restos están muy divididos, sin embargo el nivel numero 8 es el ideal para nuestro producto. De lo anterior se debe agregar que casi un 60% de la población lo consume con totopos como lo muestra la siguiente gráfica.



Una de las principales pregunta es la del precio en esta, los encuestados establecieron que estaba dispuestos a pagar entre 20 y 30 pesos, lo cual es aceptable ya que el precio del producto se establecerá en \$25.00

Estrategia de mercado

El producto *Guacamix* de la empresa PRODIPS está destinado a personas que deseen cuidar su salud sin tener que dejar de comer lo que les gusta y que además les guste cuidar de su figura.

La estrategia de precios de la empresa consiste básicamente en reunir los costos que absorbemos (costo de producción, fuerza laboral, publicidad) y adicionarles un porcentaje extra para generar ganancia. Cabe mencionar que el precio de venta será un precio de penetración para posicionarnos y además, atraer clientes. El producto tiene un costo de \$25.00. Este será distribuido en tiendas de autoservicio, supermercados, tienda de abarrotes y de manera a granel en restaurantes. Para vender de esta manera se manejará la publicidad mediante marketing digital, teniendo una cuenta en redes sociales populares (Facebook, Twitter, Instagram, etc.) además de contar una página web. Por otra parte se crearán carteles, folletos y se dará a conocer mediante pláticas y reuniones con empresarios de esta región.

Distribución

El canal de distribución que se manejará será el canal detallista y se venderá a establecimientos como:

- ✓ Tiendas de autoservicio
- ✓ Supermercados
- ✓ Tienda de abarrotes
- ✓ Restaurantes

Publicidad

La mercadotecnia que se manejará por varias vías de comunicación, teniendo mayor impacto la publicidad digital. Las herramientas que utilizaremos son:

- Página web oficial de la empresa
- Redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, etc.)
- Folletos
- Carteles
- Espectaculares

Todos los elementos de publicidad (marcadores, tableros para pósteres, etc.) costarán: \$ 2000, se utilizarán redes sociales para llevar a cabo la publicidad, ya que hoy en día son de las más utilizadas por la sociedad, el hecho de tener una página en la red social Facebook tiene la ventaja de ser vista por cientos de personas, ya que es una de las redes sociales con mayor número de usuarios en diferentes partes del mundo, al igual que se compró un dominio para crear la página oficial de la empresa, la cual se encuentra en construcción, sin dejar atrás las tarjetas de presentación, invitaciones para eventos y lonas impresas con el logotipo de la empresa las cuales se han colocado en lugares donde suelen asistir cierta cantidad considerable de personas.



PRODIPS

es de mexicanos ser PRO

FINANZAS

Objetivo General

- Rentabilizar la empresa PRODIPS a través de estrategias que permitan disminuir los costos de producción, distribución y consumo a nuestros clientes, logrando con ello las mas altas utilidades en el corto plazo.

Objetivos específicos

- Desarrollar de manera eficiente las actividades internas y externas que puedan intervenir en el proceso contable de la empresa.
- Realizar de manera oportuna y eficaz la contabilidad en pagos del personal que labora en la empresa.

Misión

Ser un departamento de Finanzas que presente de manera clara, confiable y oportuna los informes anuales y mensuales de la ejecución de los diferentes programas administrativos y financieros, gestionando de manera eficiente para optimizar el recurso financiero y alcanzar las metas establecidas.

Visión

Ser distinguido por los demás departamentos por contar con ética en sus operaciones , logrando en dos años asociarse con organizaciones financieras para obtener recursos económicos y actualizarse día a día con software que faciliten la aplicación en finanzas.

Valores

- Liderazgo: Esforzarse en dar forma a un futuro mejor.
- Colaboración: Potenciar el talento colectivo.
- Integridad: Ser transparentes.
- Compromiso: Ser responsables y honestos en nuestro trabajo.

Recuadro de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas

FORTALEZAS

- Planificación de salarios para el personal.
- Personal capacitado en el área.
- Conocimiento respecto a cuentas bancarias.
- Conocimiento del proceso administrativo

OPORTUNIDADES

- Buena gestión y control de ingresos y egresos.
- Posibilidad de gestionar convenios con otras empresas.
- Aplicación de los principios de la contabilidad dentro y fuera de PRODIPS.
- Dar seguimiento al procesos administrativo

DEBILIDADES

- Falta de control
- Falta de comunicación oportuna y eficaz
- Existe poca experiencia en el área.

AMENAZAS

- Perdida de registros financieros.
- Crisis económica.
- No cumplir con las metas establecidas

¿COMO SABER SI ES RENTABLE LA EMPRESA?

Se consideraron algunas razones financieras, debido a que la empresa apenas está iniciando y no se cuentan con todas las cuentas financieras. Pero por el momento se toman en cuenta las que demuestran que la empresa es rentable con lo que cuenta actualmente.

RAZONES FINANCIERAS

- **ROI:** ROI (índice de retorno sobre la inversión): indicador financiero que mide la rentabilidad de una inversión y su fórmula es la siguiente: $ROI = (Utilidad\ neta\ o\ Ganancia / Inversión) \times 100$

Si nosotros como empresa estamos teniendo una inversión inicial de \$7,500 y las ganancias o utilidades netas son del periodo son de \$3000. Se obtiene lo siguiente.

$$3000/7500 \times 100 = 40\%$$

Por lo que el proyecto tuvo una rentabilidad del 40%. Mientras más alto es el ROI más eficiente es la empresa para generar utilidades.

- **ÍNDICE DE LIQUIDEZ:** Permite conocer de cuanto se dispone para hacer frente a las obligaciones a corto plazo.

Liquidez = Activo circulante
Pasivo circulante

$7500/1800 = 4.16$ de acuerdo al resultado, la empresa cuenta con \$4.16 de activos circulantes por cada \$1.00 de obligaciones a corto plazo.

- **CAPITAL DE TRABAJO:** Mide la capacidad de pago de una empresa para cubrir las obligaciones a CP. A través del capital de trabajo neto.

Capital de trabajo neto = activo circulante - pasivo circulante

$$7,500 - 1800 = 5,700$$

Por lo que se puede decir que una vez cubiertos los pasivos circulantes, la empresa contara con 5,700 pesos para cubrir sus necesidades de operación.

- **ROTACIÓN DEL ACTIVO TOTAL:** este indicador refleja la eficiencia con la que se utilizan los activos de la empresa para generar ventas.

Ventas netas
Activo total

$$\frac{24,825}{7,500} = 3.31$$

Esto señala que por cada peso invertido en la empresa se generan 3.31 pesos en ventas.
--

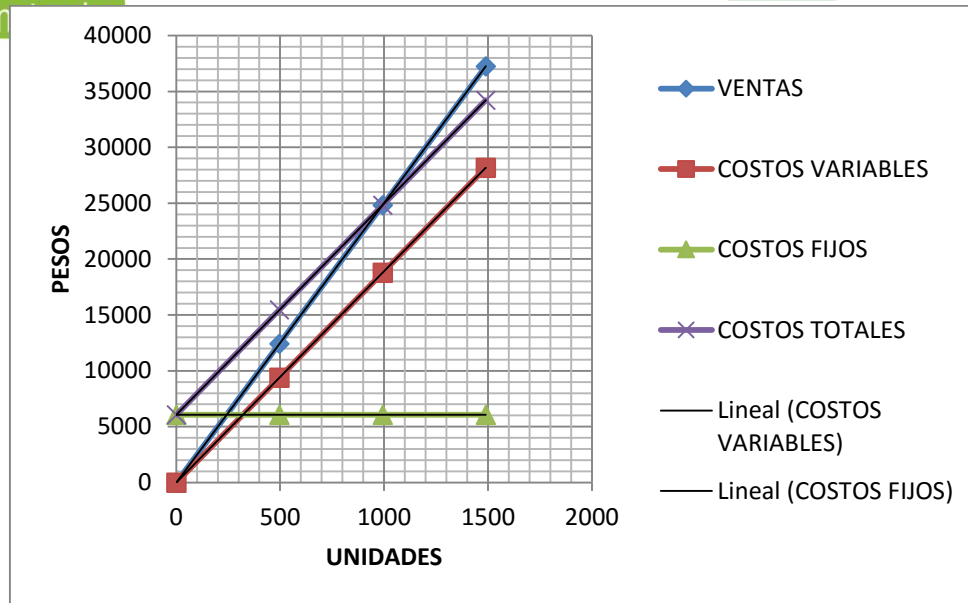
Además, el departamento de Finanzas, se dispuso a obtener del mismo modo, el punto de equilibrio, mismo que se muestra a continuación:

El punto de Equilibrio es aquel en donde los ingresos son iguales a los costos y gastos. De acuerdo a un análisis el punto de Equilibrio muestra que se deben vender 1490 unidades de nuestro producto durante las 10 semanas de producción, lo que se traduce a 149 piezas por semana.

Representando que a partir de las 993 unidades se está generando ganancia contemplando ya los impuestos sobre ventas (5%) y las comisiones sobre ventas (10%).

PRECIO DE VENTA	\$25.00
COSTO DE VAR.	\$19
MARG. DE CONT.	\$6
COSTOS FIJOS	\$6,055
PUNTO EQUILIBRIO	993

	0	497	993	1490
VENTAS	0	\$12,425.00	\$24,825.00	\$37,250.00
COSTOS VARIABLES	0	\$9,393	\$18,768	\$28,161
COSTOS FIJOS	\$6,055	\$6,055	\$6,055	\$6,055
COSTOS TOTALES	\$6,055	\$15,448	\$24,823	\$34,216
UTILIDAD O PERDIDA	-\$6,055	-\$3,023.30	\$2.30	\$3,034.00





RELACIONES PÚBLICAS

PLAN DE NEGOCIOS DEL DEPARTAMENTO DE RELACIONES PÚBLICAS

Visión

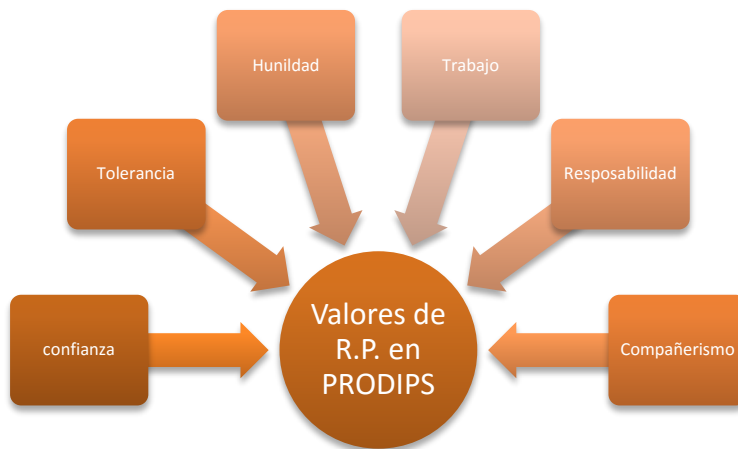
Llegar a hacer un departamento competitivo de la empresa PRODIPS en los primeros 3 años de operación que le permita generar las mejores alianzas de proveedores y clientes, niveles de gobierno y equipo de trabajo.

Misión

Ser el departamento de PRODIPS que permite el desarrollo de mecanismos y canales que faciliten una comunicación interna y externa a través de estrategias de identidad e imagen positivas de la empresa en el contexto local, estatal y nacional.

Valores

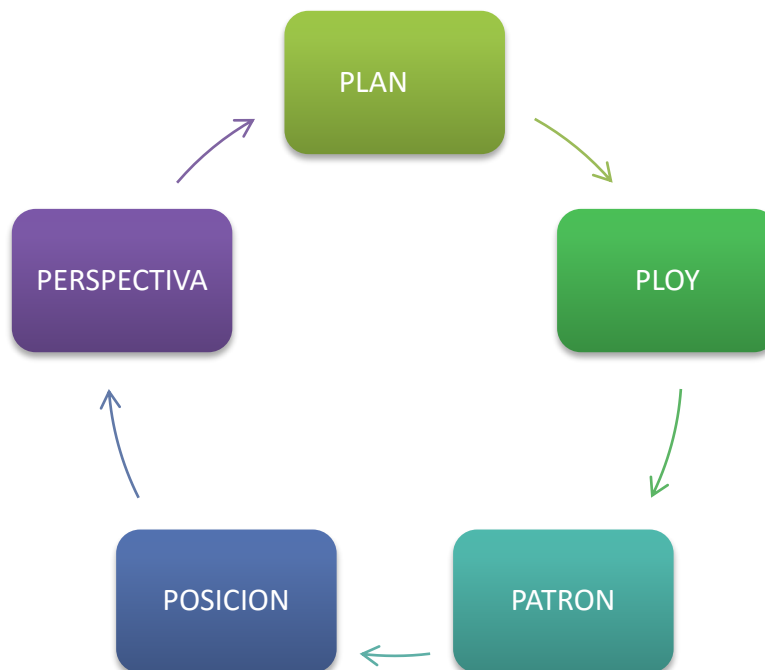
El Departamento de relaciones públicas se caracteriza por los siguientes valores



OBJETIVOS DE RELACIONES PÚBLICAS PRODIPS



PLAN ESTRATEGICO DE LAS RELACIONES PÚBLICAS PRODIPS



EL PLAN DE RELACIONES PUBLICAS CONSTA DE LAS 5 P.

Plan: un curso de acción con un objetivo claro.

Ploy: estratagema una maniobra destinada a burlar un trario.

Parón: un flujo específico de acciones dirigidas hacia un fin aquí pueden distinguirse dos clases de estrategias: la emergente y la de liberada.

Posición: un medio de situar a una organización en su entorno la estrategia es la fuerza que media entre la organización y su entorno

ESTRATEGIAS DEL DEPARTAMENTO DE RELACIONES PÚBLICAS DE PRODIPS



FASE I.- El Departamento se compromete a analizar de manera clara cuales son las principales ventajas y fortalezas que presenta la empresa PRODIPS para canalizarlas al sector externo.

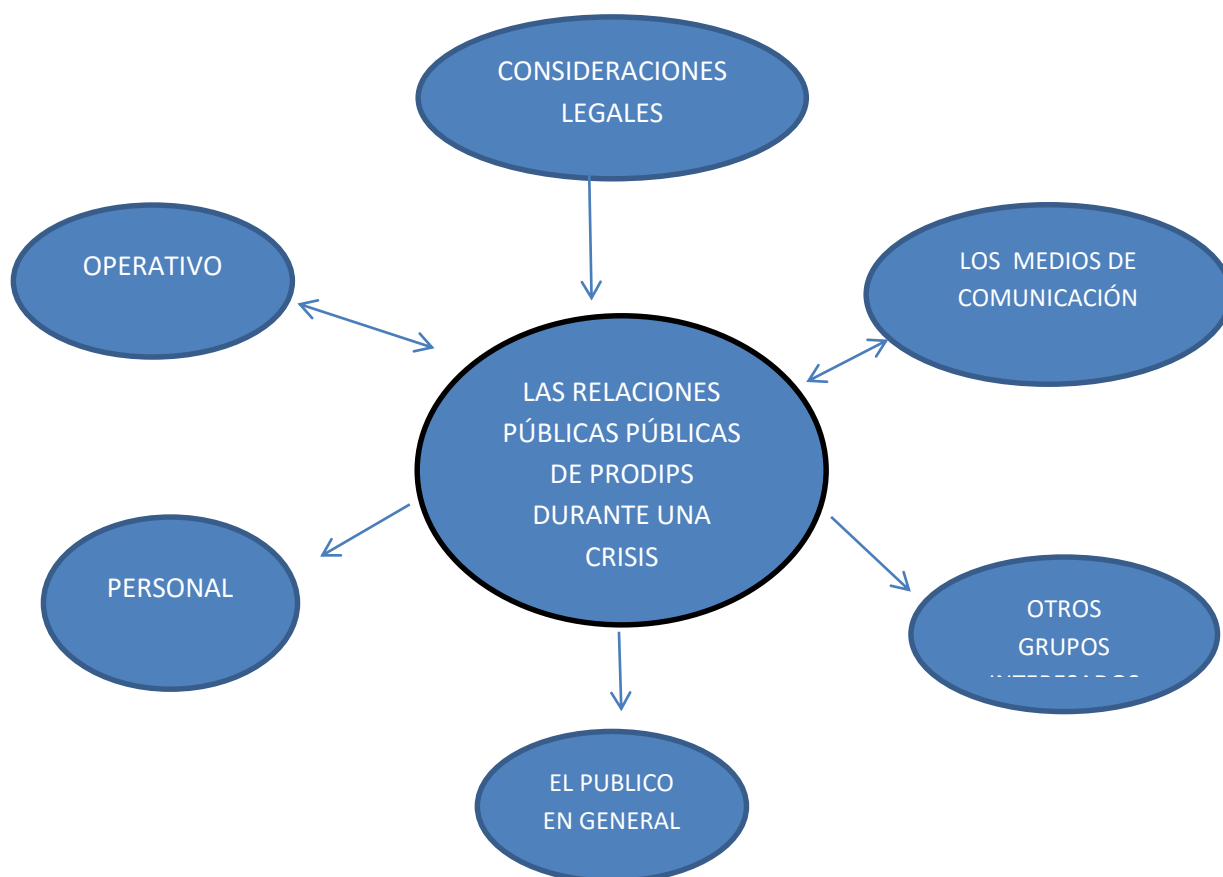
FASE II.- Relaciones públicas llevará a cabo un análisis externo de clientes, proveedores y otras relaciones que permitan proyectar la empresa PRODIPS.

FASE III. Los planes tácticos permitirán que se implemente todo lo analizado y estructurado en las dos primeras fases.

Plan de relaciones públicas PROPDIPS estratégico para una crisis.

- 1- Analizar las posibilidades de problemas
- 2- Preparar un plan
- 3- Selección de personal
- 4- Instalación de comunicación
- 5- Entretenimiento
- 6- La práctica de ejercicios de simulación

En la siguiente figura se muestra el plan de relaciones públicas para una posible crisis.



Fortalezas	Oportunidad
<ul style="list-style-type: none"> • Personal capacitado en el área. • Habilidad para relacionarse con las personas y otras empresas. • Acceso a información eficiente para contactar a clientes. • Cercanía a agentes económicos importantes como funcionarios públicos. • Equipo con una comunicación eficiente. 	<ul style="list-style-type: none"> • La población y empresas buscan siempre excelente atención. • Las empresas de la región están a la disponibilidad para dialogar. • Existen clientes potenciales en la región y por tanto la posibilidad de ser clientes. • EL nivel de productores de aguacate esta creciendo y con ello existen mas posibles proveedores.
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • En ocasiones en difícil tener un seguimiento personalizado. • Las herramientas que se tienen en el departamento no son tan actualizadas que permitan monitorear de manera eficiente a clientes y proveedores, 	<ul style="list-style-type: none"> • Existe un alto nivel de competencia. • Las relaciones públicas deben estar siendo actualizadas. • Es muy difícil encontrar o monitorear los resultados esperados.