



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE TANTOYUCA
DIVISIÓN DE INGENIERIA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

RESUMEN EJECUTIVO Y PLAN DE NEGOCIOS

ESPECIALIDAD:

**DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS E INNOVACIÓN
TECNOLÓGICA**

NOMBRE DEL PROYECTO:

**IMPLEMENTACIÓN DE UN JARDÍN BOTÁNICO
ENFOCADO A LA M MORINGA**

ALUMNA:

LAURA NAVA REYES:

N° DE CONTROL:

123S0511

ASESOR EXTERNO:

ING. FRANCIS SARAHI PACHECO CISNEROS

DEPENDENCIA:

ITSTA

**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE
TANTOYUC**

RESUMEN EJECUTIVO

DESCRIPCION DEL PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO.

comercialización y venta de la moringa para combatir más de 300 enfermedades, esto con la finalidad de ayudar al cuerpo humano a base de minerales y proteínas donde las personas podrán a reducir cualquier tipo de enfermedad

CARÁCTER INNOVADOR DEL PROYECTO.

Se realizarán diferentes variedades de productos formando y mejorando la calidad de vida tener el objetivo de determinar la factibilidad de la apertura de un jardín botánico ofreciendo los mejores servicios profesionales de calidad para la reducción de los conflictos en la salud para dar a conocer cuáles son las propiedades de esta planta. Teniendo una responsabilidad para encontrar la manera de materializar los sueños

PERSISTENCIA DEL PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO (RESOLUCION DE RETOS Y/O PROBLEMAS DE LA SOCIEDAD EN SUS AMBITOS LOCAL, ESTATAL, REGIONAL, Y/O NACIONAL.

Tener una autoestima y afectividad de poder realizar un estudio de mercado con la finalidad de la aceptación de la moringa para el uso humano

Que el diseño del producto atraiga a los clientes contando con el posicionamiento, calidad presentación cumplir con los objetivos Ofrecer variedad de bebidas y aumentar las ventas Con el propósito de crear nuevas alternativas que contribuyan a enriquecer nutritivamente el patrón alimentario de este municipio, como es la incorporación de productos con buen aporte nutritivo en la dieta diaria.

IDENTIFICACION DE MERCADO Y SUS POSIBILIDADES DE CRECIMIENTO NACIONAL E INTERNACIONAL.

Conocer las características de mercado a quien va dirigido el producto solo conociendo a fondo el mercado objetivo identificando con el cliente que te permita la venta a largo plazo

PLANEACION DEL PROYECTO :RECURSOS MATERIALES , ECONOMICOS ,HUMANOS E INFRAESTRUCTURA NECESARIA PARA LLEVAR A CABO EL PROYECTO.

Tener en claro las razones por las cuales se inicia el negocio, o sea, la pasión, los deseos de superación y la puesta en práctica de ideas propias con los que uno sueña para sí y para mejorar su entorno.necesitará dinero,una aportacion para llevar acabo y tener ganas de trabajar obteniendo una idea que lograr brillante dé los frutos contando con el precio del producto acecsible obtener la base necesaria para llevar acabo la comercializacion de la moringa donde se podra sembrar,contanto con 3 personas para yuda de la siembra la formas de fijar un precio

PRESUPUESTO DEL PROYECTO.

En base alas materias primas y manos de obra que requiere el producto se llevara acabo alrededor de \$ 130,000 mil pesos contando con el traslado de la moringa ,la renta del local ,pagar los costos fijos como variables ,el trasporte , los empleados etc

CONTEXTO LEGAL Y ETICO QUE PERMITIRA LA IMPLEMENTACION DE LA EMPRESA O NEGOCIO.

La calida del producto, conociendo la zona donde tener un punto de venta de donde partira el producto cumplir con la mision y vision debera llevarse el tiempo necesario para poder tener la factibilidad y viabilidad necesaria ,no cuento con patente pero si esposible realizarlo lo hare ya que estamos en un area globalizada ya que ofrece oportunidades nuevas para las empresas .

DESCRIPCION DEL PERFIL DE CADA EMPRENDEDOR Y SU APOORTE AL PROYECTO

PERFIL PERSONAL

Nombre: Laura Nava Reyes

Puesto del negocio: Gerente General

Edad: 25 juventudes trae creación e innovación

Estado civil: Soltera la cual me permite darle el tiempo necesario y lograr mis objetivos que me he propuesto en la vida.

Familia: es el motivo por el cual quiero que mi idea de negocio se lleve a cabo y poder ayudarlos como ellos lo hacen conmigo durante mi residencia.

Experiencia laboral: en restaurantes, tiendas de ropa, depósito,

Habilidades para el trabajo: control de inventarios, llevar un control adecuado, una buena planeación, tengo la habilidad de llevar a cabo una buena relación con las personas realizando actividades de acuerdo al trabajo

Habilidades para el negocio: reclutamiento de personal, poniéndolas en práctica

Otras habilidades: jugar futbol, realizar bordados, me gusta maquillar

Ocupación actual: siendo una persona responsable que no solo se conforma con lo que tiene si no dar más allá de lo pensado.

Historia laboral: en la fábrica de Grupo industrial Reyma en monterrey, 6 meses en la empresa de Avon, Guadalajara. dure 4 meses.

Responsabilidades laborales: dando el pago en el día indicado y no atrasarse como el compromiso que tenemos para ganar la confianza de los demás llevar

un orden en el inventario para estimar las ventas y no tener tiempos muertos ni costos por desperdicios en el almacén.

Educación: para expresarme de manera correcta y positivamente siendo una persona proactiva en lo personal y encontrar un buen trabajo y ser capaz de afrontar cualquier tipo de problema reduciendo conflictos para llegar a una solución.

Capacitación: mostrando los conocimientos adquiridos y llevando a práctica con la mejor experiencia a través del tiempo llevando un control para desarrollar nuevas estrategias en cualquier área requerida.

Certificados, premios, licencias: confianza a través del tiempo el cual te hace hablar bien en lo profesional obteniendo un perfil adecuado para poder independizarse.

Lo que me hace única es: el precio, teniendo una marca registrada, un logotipo, empaque, para ofrecer una buena comunicación, entre como sería conocer al proveedor la calidad del producto que estoy ofreciendo dentro del mercado.

Relaciones para el trabajo en red: haciendo publicidad, carteles, trípticos, volantes dando una descripción detallada para el negocio que se va a llevar a cabo esto permite especificar lo que se va a vender para determinar la viabilidad y calidad del producto cubriendo una necesidad a mayor impacto y así poder cumplir una creación de confianza del producto hacia el consumidor.

Referencias: lau2391_corazon@hotmail.com , cel: 7891090516

Información adicional: facebook lau_cat91@hotmail.com

Como aportación del proyecto es tener todo en claro el objetivo , la misión y visión cumplir para generar nuevas estrategias para poder dar la solución a dichos problemas ayudando cada vez más a quien lo requieren y poder satisfacer las necesidades de los demás.

PLAN DE NEGOCIOS

DESCRIPCIÓN Y JUSTIFICACIÓN DE LA EMPRESA.

En el municipio de platón Sánchez ver, realmente no hay medicamentos que combate más de 300 enfermedades para la salud a un precio accesible en los cuales pueden adquirir, llevando un control en la calidad de vida, implicando los minerales que contiene la moringa olifera donde se llevara a cabo este plan de negocios comercialización y la venta

Para el mejoramiento y reducción de los conflictos en las enfermedades como remedio casero, natural implicando y ayudando a la germinación satisfaciendo y cubriendo una necesidad para expandir al nivel local, y nacional como determinante factor necesario

DESCRIPCIÓN DE LA NECESIDAD Y DEL PRODUCTO O SERVICIO QUE LA SATISFACE.

Ya que varias personas la requieren para poder ayudar a su cuerpo controlando dicha enfermedad, como pueden ser gastritis, asma, colitis, enfermedad cardiaca, etc. esta planta tiene los minerales y nutrientes que ayudan a restaurar nuestro cuerpo las hojas y las vainas son un incremento de las defensas naturales del cuerpo y fortalece el sistema inmunológico extrayendo dichas enfermedades no todos la conocen para eso se pondrá en marcha esta idea de negocios.

DETERMINACIÓN DE LAS FUERZAS Y DEBILIDADES (INTERNAS) Y DE LAS AMENAZAS Y OPORTUNIDADES (EXTERNAS)



DETERMINACIÓN DE LA MISIÓN Y VISIÓN Y VALORES DE LA EMPRESA.



Satisfacer las necesidades de los consumidores elaborando, desarrollando, innovando y comercializando de moringa natural de excelente calidad, manejando un personal comprometido y dispuesto a dar soluciones integrales que generen bienestar para la satisfacción del cliente.



Ser una empresa líder y posicionarnos en el mercado nacional e internacional, diseñando e innovando y aplicando las mejores técnicas de conocimientos en la producción de la moringa que es naturales, aprovechando al máximo la más avanzada tecnología para ser identificados como símbolo de excelencia.

- Respeto
- Actitud responsable
- Honestidad
- Eficacia
- Innovación constante
- Puntualidad
- Tolerancia
- Trabajo en equipo
- Cuidado de los recursos naturales
- Excelente servicio



PLANTEAMIENTO DE ESTRATEGIAS Y VENTAJAS **COMPETITIVAS.**

- Se realizará una promoción para poder dar a conocer el producto que el cliente espera.
 - Repartición de volantes o trípticos, lonas donde contengan el número de teléfonos, la ubicación, páginas web donde se podrán comunicar para poder realizar algún pedido a domicilio y poder consumir la variedad de productos que se ofrece al mercado.
 - Así también como los nuncios publicitarios, en redes sociales, revistas etc.
-
- ✓ El diseño de mi producto como la ventaja competitiva da la oportunidad de poder diferenciar al producto de la competencia también agrega valor aumenta la calidad, puede reducir costos optimizar funciones.
 - ✓ Brindando un buen servicio a los clientes.
 - ✓ Que el producto cubra esa necesidad.
 - ✓ Precio accesible.
 - ✓ Entrega justo a tiempo al cliente.
 - ✓ Calidad superior del producto.
 - ✓ Valor de marcha acumulado y buena reputación de la compañía.
 - ✓ El sabor, color, el eslogan también es atracción para el cliente.

DETERMINACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO / CADENA DE VALOR.

Para poder llevar a cabo el negocio es importante tomar en cuenta la planeación, organización, dirección, y control un buen líder que orienta a los demás para poder realizar y cumplir con los objetivos la misión y visión que son los que dan solución a un problema ante el mercado enfocado hacia los clientes que son lo primero que hay que cuidar saber qué es lo que requieren para poder seguir innovando mas afondo Ya que en toda empresa debe reinventarse de acuerdo a los cambios internos o de mercadeo que se vayan dando Desarrollar nuestro capital humano para poder innovar y así crear nuevos productos para la satisfacción del cliente

Teniendo una sola marca, un logotipo único conociendo el producto en el cual cubra su necesidad. Ya que el objetivo es ofrecer un servicio de calidad y producto curativo para la reducción de enfermedades en la salud.

NECESIDAD QUE VA A SATISFACER

Reducción de dichas enfermedades en una de ellas estas

- Controla de forma natural los niveles elevados de colesterol.
- Promueve la estructura celular del cuerpo.
- Reduce la aparición de arrugas y líneas finas.
- Promueve el funcionamiento normal de hígado y riñón.
- Embellece la piel.
- Proporciona energía.
- Promueve una correcta digestión.
- Es un excelente antioxidante.

ACTIVIDADES PRIMARIAS O PRINCIPALES	LOGÍSTICA INTERNA <ul style="list-style-type: none"> ■ Almacenamiento de materiales y productos ■ Recepción de datos 	LOGÍSTICA EXTERNA <ul style="list-style-type: none"> ■ Pedidos ■ Distribución ■ Entrega ■ Almacenaje ■ Tránsito 	OPERACIONES <ul style="list-style-type: none"> ■ Producción del producto ■ Prestación de servicios 	MARKETING Y VENTAS <ul style="list-style-type: none"> ■ Publicidad ■ Promoción ■ Posicionamiento ■ Ventas 	SERVICIOS <ul style="list-style-type: none"> ■ Atención al cliente ■ Servicio al cliente ■ Postventa
	INFRAESTRUCTURA <ul style="list-style-type: none"> ■ Planificación ■ Financiamiento ■ Apalancamiento 	INNOVACIÓN Y DESARROLLO <ul style="list-style-type: none"> ■ Investigación ■ Diseño de productos ■ Reingeniería ■ Desarrollo de técnicas y tecnologías 	RECURSOS HUMANOS <ul style="list-style-type: none"> ■ Selección ■ Formación ■ Talento ■ Liderazgo ■ Reciclaje 	COMPRAS <ul style="list-style-type: none"> ■ Componentes ■ Materiales ■ Productos ■ Servicios ■ Herramientas ■ Tecnologías 	

FACTORES DIFERENCIADORES

Las diferentes necesidades que existen y cuales prevalecen en tu perfil de cliente todos los seres humanos tenemos diferentes necesidades desde la más básica como son de comer o dormir (necesidades fisiológicas) hasta la autorrealización que se desarrollan con el perfil personal, todos estos puntos llevarlos a cabo para poder crear nuestro plan de negocios.

La moringa tiene diferentes factores como son la calidad, además el sabor que tiene es natural, el diseño de empaque, el precio cuenta mucha que ellos tendrán el gusto de poder adquirirlo etc.

VENTAJA COMPETITIVA

Que la pueda satisfacer la misma necesidad pero no naturalmente no daña la salud por que no tiene ningún químico ni fertilizantes para que se lleve una buena venta se debe conocer la zona de donde será el punto de venta a si creceremos y cumplir con la meta .

Tener buena promoción, personal capacitado, distintos tipo de costos para que mi negocio crezca tener constante innovación y creatividad.

PORTAFOLIO DE PRODUCTOS

Licuadaos

Te

Jugos

La moringa

Hojas secas

Las vainas

DESCRIPCIÓN DEL CONSUMIDOR E INFORMACIÓN RELEVANTE DEL MERCADO

Es un cliente bueno carismático y solo compra aquello que realmente lo haga y gasta su dinero en aquello que tenga valor para el al momento de adquirir el producto o servicio.

el mercado donde esta posicionado mi producto debe de ser impecable y radiante para que el cliente se sienta satisfecho y agusto de poder comprar el producto que muestre y tenga calidad, un diseño y presentación y un ambiente agradable, lim

ENTREVISTAS DE PROFUNDIDAD

1-¿Qué nivel de aceptación le podría dar al producto?

a) alto- bueno b) malo–bajo porque _____

2-¿Cuál será la frecuencia de consumo que daría usted?

a) Mensual b) semanal c) quincenal d) trimestral

3-¿Qué cantidad de consumo tomaría?

a) 15g b) 1ltr c) 250 ml

4-¿En qué temporalidad lo consumiría más?

a) Marzo –enero b) abril –junio c) julio –septiembre d) octubre -diciembre

5-¿Qué precio pagaría por nuestro producto?

6-¿Recomienda usted este producto?

a) Si b)no

7-¿cómo califica a su vendedor?

a) Bueno b) malo c) regular

8-¿volvería a comprar usted este producto sabiendo que es bueno?

a) Si b) no

9-¿cre usted que es un buen producto que puede satisfacer su necesidad?

a) Si b) no porque _____

10-¿Qué lo motivo a comprar el producto? _____

ESTUDIO DE MERCADO COMERCIALIZACION Y VENTA DE LA MORINGA

Geografica	platon sanchez	Inegi 2015	18145 habitantes	N=	1089
Demografica	20 a 75 años	Inegi 2015	12177 habitantes	E=	0.05
Socioeconomica	D+	35.8%(AMAI)	4359 habitantes	P=	0.9
Psicografica	25%	0.23%	1089 habitantes	Q=	0.1
				Z=	1.96

CALCULO DE LA N

formula

$$N = \frac{Z^2 PQ}{(N-1)E^2 + Z^2 PQ}$$

139

DESCRIPCIÓN DE LA COMPETENCIA DIRECTA E INDIRECTA (5 PRINCIPALES)

Herramientas de promoción Intermediarios, Mayoristas, Minoristas Detallista



PRECIO DE VENTA DE LOS PRODUCTOS/SERVICIOS

Licuadaos \$ 40

Te/ caja con 10 sobres \$ 300

Jugos \$ 80

La moringa \$ 200

Hojas secas \$ 70

Las vainas \$100

total de precio de venta de los productos = \$ 790

DESCRIPCIÓN DE CLIENTES COMERCIALES

Son unos objetivos que requieren al vinculado al comercio o con las personas que se dedican a comprar y/o vender bienes o servicios.

Son los Clientes potenciales que pueden comprar nuestro producto o servicio los que están en plena comunicación con nuestro producto para poder satisfacer sus necesidades.

Tipos de clientes

Los clientes comerciales se definen en cuanto a su conducta o personalidad y encontramos los siguientes tipos:

Clientes indecisos.

Se balancean entre poder y no poder. Necesitan que alguien externo decida por ellos. Les falta seguridad y la buscan fuera. Les cuesta mucho tomar una decisión debido al riesgo que les pueda traer, necesitan una buena justificación sobre el porqué comprar.

Cliente silencioso.

Se portan de esta manera de acuerdo a algo que les haya ocurrido en su día antes de llegar al punto de venta. Aunque en algún momento pueden salir con alguna sorpresa, o puede cambiar de conducta al día siguiente. La persona silenciosa también quiere decir algo con su silencio y debe ser observado para interpretar cual ese mensaje. Puede que sea silencioso y a la vez realice gestos, además es muy analítico y pensativo.

Clientes permanentes.

Buscan una atención personalizada, tienen una sensación de pertenencia y de Fraternidad, son considerados si el negocio no va bien y les gustaría poder enterarse de esos lugares donde no tienen acceso, son colaborativos, ayudan a los vendedores nuevos, son pacientes.

Cliente decidido.

Toma sus decisiones mucho antes, o justo en el momento de la compra, busca alcanzar su objetivo sin rodeos ni demoras, no requiere artículos complementarios a lo que está pidiendo.

Cliente exigente.

Son especialistas en el tema de lo que van a comprar y a veces saben más que los vendedores. Prefieren un excelente servicio de entrega, envoltura, búsqueda, cambios, asesorías, información, etc. desean ser satisfechos constantemente.

Clientes activos.

Son clientes fieles porque compran todo lo que necesitan al mismo proveedor, y son clientes rentables.

Clientes inactivos.

Son infieles porque realizan sus compras y pagos al proveedor que les parezca más llamativo en el momento, son clientes pequeños de escaso potencial.

Clientes sabelotodo.

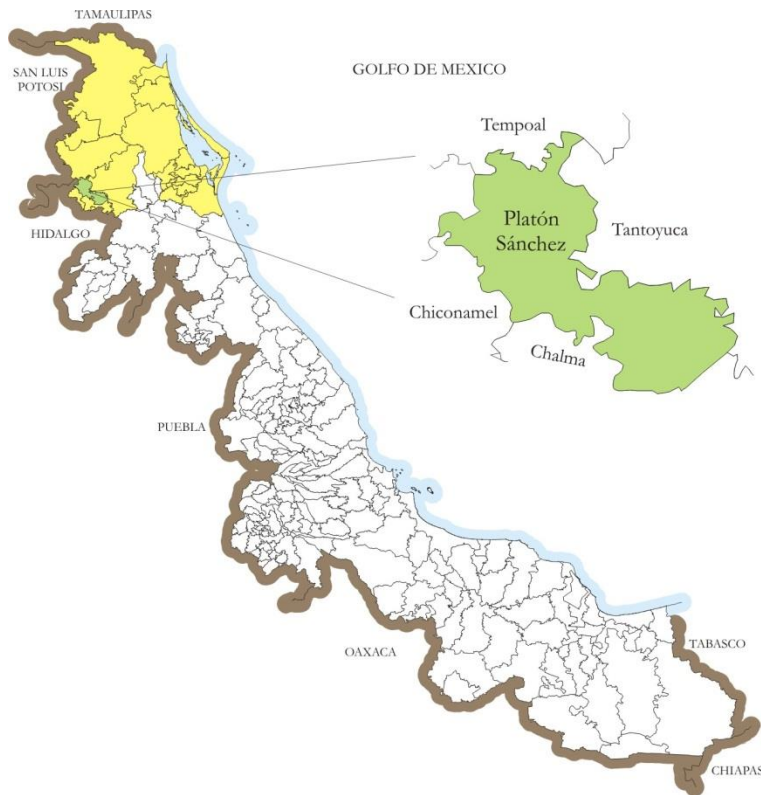
Siguen la conversación para demostrar que conocen muy bien las características, aplicaciones y ventajas del producto ofertado, a veces se tornan difíciles si el vendedor no los sabe manejar.

ÁREA GEOGRÁFICA DE ALCANCE

Sitio experimental

Este estudio será llevado a cabo en el municipio de Platón Sánchez que se encuentra ubicado en la Huasteca Veracruzana.

Sus coordenadas son 21°16' 23" latitud Norte y 98°22' 31" longitud Oeste, contando con una altura de 60metros sobre el nivel del mar



Ubicación del municipio de platón Sánchez, Veracruz dentro de la huasteca veracruzana

Tipo de clima: Con clima tropical cálido húmedo (Aw2), temperatura media anual de 25.2 °Cy precipitación pluvial media anual de 909 mm. Limita al norte con el municipio de Tempoal; al este con Tantoyuca; al sur con Chalma y Huejutla de Reyes Hidalgo; al suroeste con Chiconamel

PUNTOS DE VENTA Y DISTRIBUCIÓN

- ✿ Que la relación satisfactoria con el cliente sea filosófica en el negocio
- ✿ Capacitar al personal en el cual trabajara para la venta del producto
- ✿ La imagen que tiene el vendedor debe ser excelente
- ✿ Actitud positiva
- ✿ El objetivo es haya mucha demanda del producto cubriendo las necesidades de los clientes donde se dé a conocer y este al alcance de los demás.



Se contara con una camioneta en la cual se distribuirá los diferentes productos cuando sean pedidos a domicilio con el propósito de ayudar a dichas personas.

IMAGEN (NOMBRE COMERCIAL, LOGOTIPO Y SLOGAN)

Marca - **Soluci^{ón}**

Eslogan-*renueva tu vida*

Con el árbol de la vida.



Logotipo

PROTOTIPO Y DISEÑO DEL PRODUCTO/SERVICIO



Contenido de sobres moringa olifera disecada para te

En cada caja lleva agregado los datos generales de la empresa que fabrica el producto, código de barras, fecha de caducidad, contenido, modo de uso, ingredientes y beneficios de la moringa.

PLAN DE PROMOCIÓN (PROMOCIÓN, VENTA, RELACIONES PÚBLICAS Y PUBLICIDAD)

Saber relacionarse con el cliente para tener una buena comunicación eso hace que una venta sea concreta pero lograr la felicidad es vital también la promoción es hacer una rebaja del producto en el mercado por ejemplo en la compra de dos plantas de moringas se lleva una caja para te con un 5% de descuento.

Hace a que los clientes se atraigan más hacia el producto y ganamos más clientes siendo una herramienta útil que permite obtener grandes beneficios en poco tiempo.

El cliente percibe una concesión especial como son

- Ⓢ Bajo costo
- Ⓢ Mayor alcance
- Ⓢ Por medio de correo
- Ⓢ Tarjetas de presentación
- Ⓢ El anuncio se puede poner en revistas especializadas
- Ⓢ Correo electrónico
- Ⓢ Páginas de internet

MATERIAS PRIMAS Y PROVEEDORES

La tierra	Los agricultores
Agua	Purificadoras ,el gallo, arcoíris etc.
Moringa	3 trabajadores
Paquetes de bolsas	Reyma
Botes	Plásticos juquila
Hilos	Mercerías
Trasporte	1
Abono	Agricultores
Maya o telón	tadesa
Extractor	Plásticos juquila
Licuada	Plásticos juquila , o

Son aquellas empresas que proporcionan recursos a la empresa para producir los bienes y servicios. Las variables que afectan de una manera más directa son: número de proveedores, tamaño del proveedor, poder de negociación y poder de mercado.

MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS DE TRABAJO

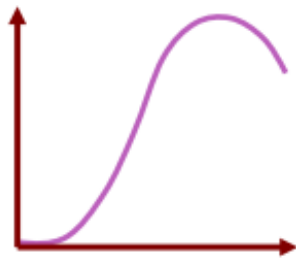
- ✿ Pico
- ✿ Azadón
- ✿ Pala
- ✿ Carretilla
- ✿ Talache



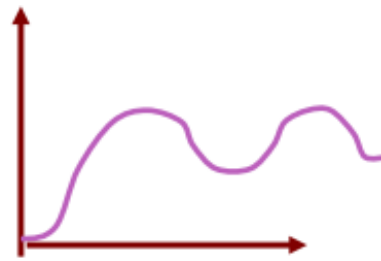
Rastra todo para la removida de tierra donde se llevará a cabo la siembra y cosecha de la moringa olifera



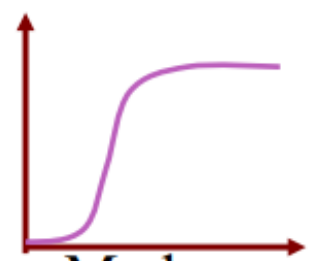
Distintos modelos del ciclo de vida



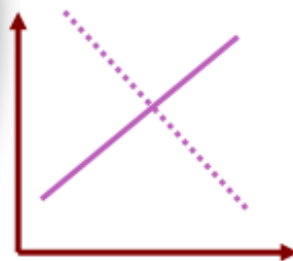
Clásico



Ciclo-reciclo



Madurez estable



Ventas crecientes
ventas decrecientes



Mercado residual



Penetración rápida



Relanzamientos sucesivos

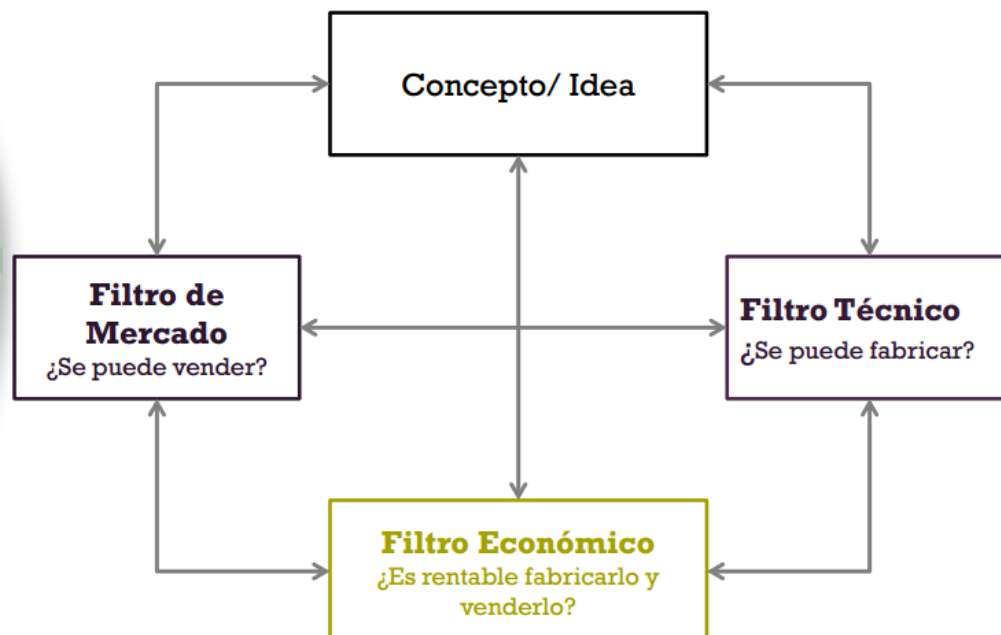













DIAGRAMA DE FLUJO

Nombre del proceso:	Comercialización y venta de la moringa	Diagrama núm.:	1
Pieza:	Plantas	Realizado por:	Laura nava reyes
Inicio en:	19/09/2016	Fecha:	12/10/2014
Termino en:	Fecha limite	Diagrama:	actual x <input type="checkbox"/> propuesto <input type="checkbox"/>

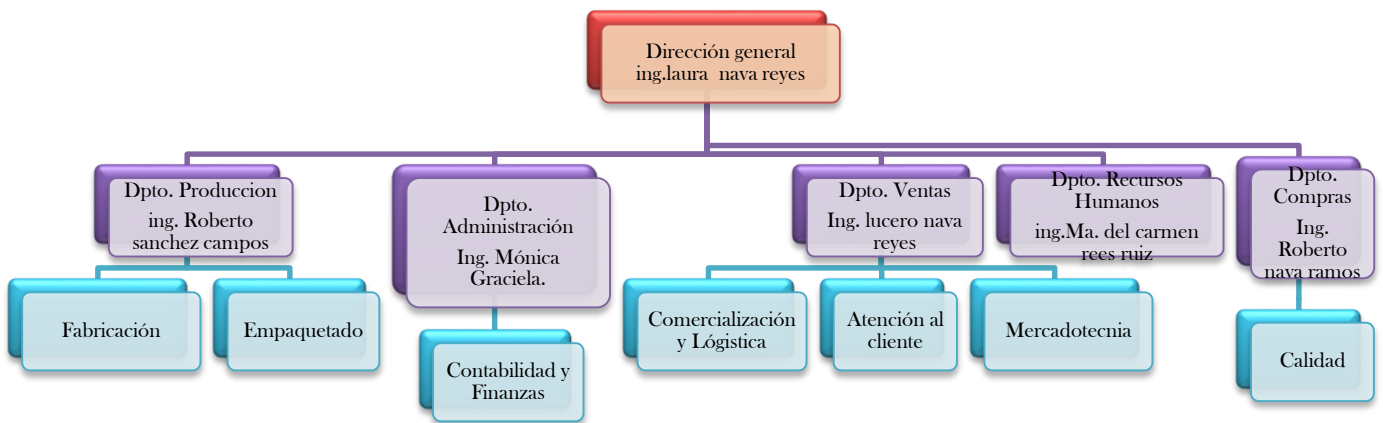
					
Capturar la materia prima para poder llevar a la siembra realizando las melgas de 10 a 15 metros,					
Se obtiene un trasplante al surco					
Dándole un cuidado al crecimiento de hierba a combatir las plagas					
Tener un sistema de riego cada semana por mañanas o tardes					
Esperar a que este en su punto para poder cosecharla					
Llevarla a la producción					
Lista para comercializar					

FACTIBILIDAD AMBIENTAL. (DESCRIBA SI SU PROCESO O PRODUCTO TIENE ALGÚN IMPACTO AMBIENTAL)

Se han ido orientando al cuidado de los recursos naturales o bien haciendo eficientes sus procesos relacionándolos con la sustentabilidad y el cuidado o ahorro de los recursos principales en una empresa como es el agua, es por eso que esta revisión se enfoca en las características y propiedades de las proteínas presentes en las semillas de la moringa debido a sus propiedades coagulantes siendo utilizadas en el tratamiento de aguas ayudando a países de bajo desarrollo que no tienen los suficientes recursos ni la tecnología para el tratamiento de ésta.

Esta revisión es una herramienta más para toda persona que quiera abrir un nuevo camino en la investigación de Moringa oleífera o bien, aquel que quiera darle seguimiento a lo ya estudiado hasta el momento.

ORGANIGRAMA



DESCRIPCIONES DE PUESTOS.

“la solución”

Dirección general: Ing. laura nava reyes donde se encargo de llevar el control para que todo salga bien tomando en cuenta las opiniones de los demás como equipo de trabajo que somos como empresa.

Departamento de producción: se encarga de que el producto salga en buena estado para poder empaquetarlo que es donde se podar distribuir a las local la solución para llegar amanos del consumidor final.

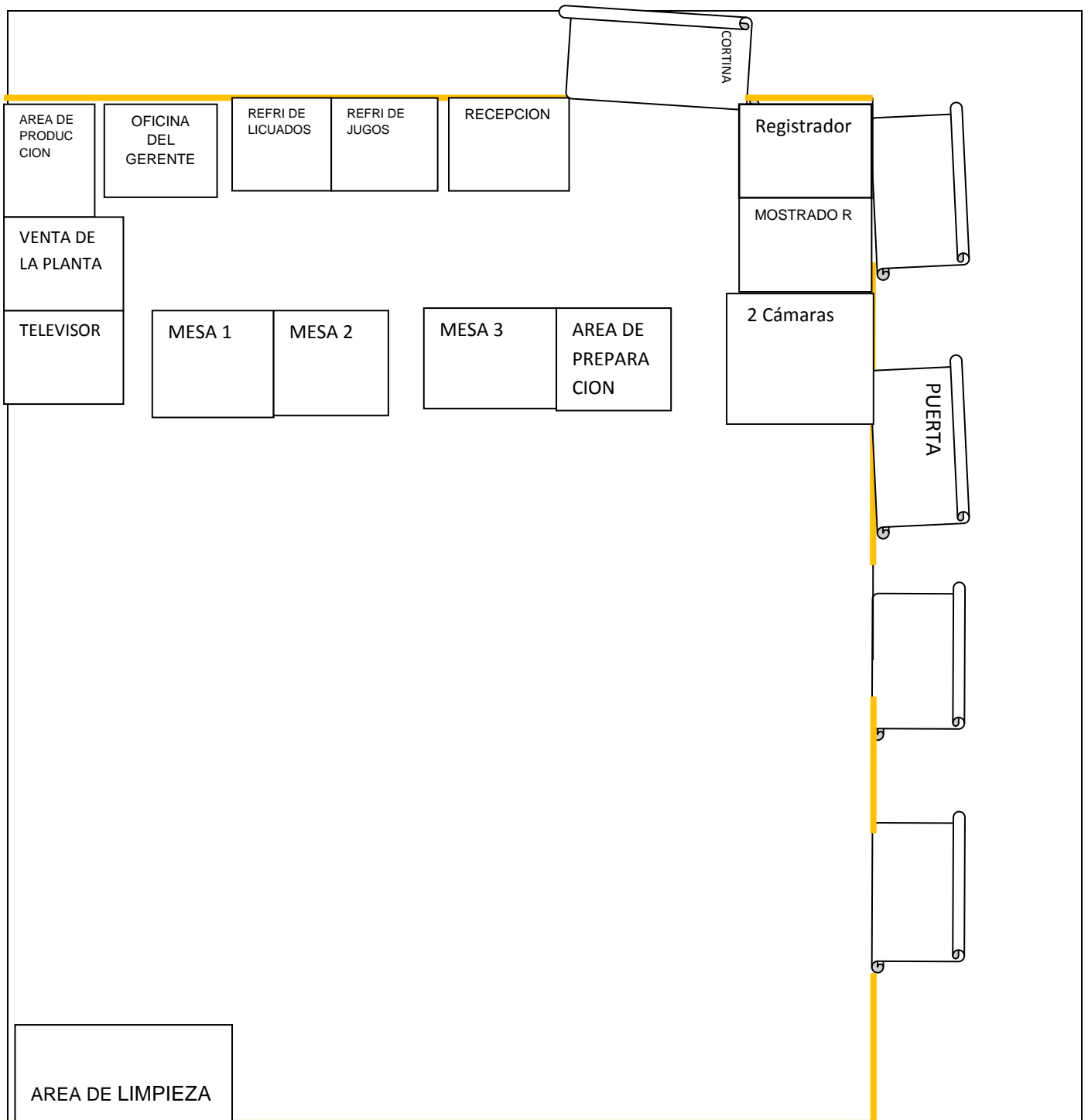
Departamento de administración: tomo el control de poder contabilizar y manejar el dinero que entra a la empresa o sale.

Departamento de ventas: tiene la habilidad de poder realizar las ventas ofreciendo al cliente un servicio o producto de manera convencional mostrando seguridad para poder cerrar la venta.

Departamentos de Recursos humanos: lleva el movimiento de los que ingresan a la empresa para poder archivarlos de manara ordenada que al momento de pagar firmen nominas donde se pueden dar quejas y sugerencias referentes a la empresa.

Departamento de Compras: se encarga de verificar si el producto que se ofrece al mercado está en buenas condiciones para poder ser vendido al mercado.

DISTRIBUCION DE DE LOS PRODUCTOS LAYOUT



CANTIDAD DE PERSONAL Y COSTO DE NÓMINA (CORTO, MEDIANO Y LARGO PLAZO)

El personal requerido para efectuar la empresa o negocio la solución son 5 llevar un control adecuado para poder cumplir con el objetivo las nominas no tienen ningún costo en la empresa.

Tanto en corto, mediano y largo plazo.

Reducción del pasivo laboral

Manejo de beneficios o prestaciones de manera discrecional, por área departamento, puesto, proyecto

Reducción de costos por reclutamiento y selección de personal, (fuentes de reclutamiento, psicometría, referencias laborales, equipo de computo)
Equipo profesional para atención en materia laboral

Nuestro sistema de nómina trabaja via web, en el cual se pueden realizar todas las consultas en tiempo real de la nómina de los trabajadores asignados

DIFERENTES FORMAS DE CREAR TU NEGOCIO Y SUS PARTICULARIDADES (PERSONA MORAL, PERSONA FÍSICA CON ACTIVIDAD EMPRESARIAL ETC.

Las personas físicas pueden elegir entre uno o variedad de actividades a desarrollar mientras que las personas morales están limitadas por el alcance de su objetivo social.

Al realizar su negocio de acuerdo a la legislación, vigente, las personas jurídicas obtienen estos beneficios.

- 1- Cuentan con medios legales para protegerse en caso de una controversia con otros
- 2- Contribuir el desarrollo económico y social de entorno en el que se encuentra
- 3- Enriquecer el mercado a favorecer la competitividad proporcionar la innovación
- 4- Ser titulares de derecho como contribuyentes adicionalmente, en el caso de las personas morales.
- 5- Tener exclusividad en el uso de una denominación o razón social.
- 6- Contar con las reglas internas para su funcionamiento y responsabilidad de los involucrados.

EN BASE A OBJETIVOS, DEFINIR TODAS LAS ACTIVIDADES, RESPONSABLES Y TIEMPO PARA LLEVAR A CABO LO PLANTEADO EN EL PLAN DE NEGOCIOS, RUTA CRÍTICA, ETC.

- ☉ Realizar el estudio de mercado

- ☉ Capturar la materia prima para poder llevar a la siembra realizando las melgas de 10 a 15 metros,
- ☉ Se obtiene un trasplante al surco.
- ☉ Dándole un cuidado al crecimiento de hierbaa combatir las plagas
- ☉ Tener un sistema de riego cada semana por mañanas o tardes
- ☉ Esperar a que este en su punto para poder cosecharla
- ☉ Llevarla a la producción
- ☉ Comercialización y venta
- ☉ Realizar diferentes actividades para el consumo del ser humano
- ☉ Con la finalidad de