

**TECNICO SUPERIOR UNIVERSITARIO EN
ADMINISTRACIÓN
ÁREA ADMINISTRACIÓN RECURSOS HUMANOS
EMPRESA: BELLEZZA PER I CAPELLI
PLAN DE NEGOCIOS**

P R E S E N T A

MARIANO ALONSO ROMERO PALMA

DIEGO TORRES VALENZUELA

Resumen Ejecutivo.

La institución Bellezza Per I Capelli se dedicará a la fabricación de tratamientos para el cuidado y reparación total del cabello a base de 6 aceites esenciales y acondicionador como complemento, nuestro producto ofrece a quien lo compre resultados en una semana, mismos que la competencia no puede alcanzar y dan un mes para poder ver resultados.

La actividad primordial de nuestra empresa es la producción de bienes mediante la transformación y/o extracción de las materias primas. Nuestra empresa es manufacturera ya que vamos a transformar las materias primas en productos terminados y listos para utilizar.

Nuestro producto está elaborado con la combinación de aceites esenciales, cada uno de estos tiene un atributo que complementa a los demás aceites que hacen la formula, para de esta manera crear el mejor tratamiento que existirá en el mercado, mismo tratamiento tiene formula única y combina 6 aceites que en conjunto reparan el cabello en su totalidad y de una forma rápida, en tan solo una semana se nota el cambio.

La importancia de que un producto de estas características llegara al mercado será muy considerable, pues se estará cubriendo una necesidad muy conocida y cotidiana en todos lados que es la reparación del cabello maltratado, permitiendo que las mujeres no tengan la necesidad de cortarse el cabello por el daño ocasionado por químicos de otros productos, además solo se necesita de un producto a diferencia de los demás productos en el mercado que requieren tratamientos complementarios.

El tratamiento va dirigido a mujeres que tienen el cabello dañado por el uso de productos químicos, exceso de grasa, quemado, caspa, orzuela, resequedad, opaco, sin brillo, friz y piojos y todas aquellas mujeres que buscan prevenir todo lo anterior y lucir un cabello radiante.

Ecatepec de Morelos cuenta con una población de 1.677.678 habitantes según datos del INEGI, las cuales 857.293 son mujeres (Segmento de 15 años- 60 años)

Las posibilidades de que la empresa Bellezza Per i Capelli crezca dentro del mercado Nacional son muy altas, ya que somos un producto innovador con muchas ventajas entre las cuales destacan que nuestros competidores ofrecen poco producto a un elevado precio, y en cambio nosotros ofrecemos más producto a menor costo comparado con el de la competencia.

La solvencia económica con la que se contaría sería un saldo inicial de \$50,000 del cual \$2,104.00 sería invertido en materia prima, para la realización del producto, 10 trabajadores, tenemos un local ubicado en Ecatepec, cuenta con las instalaciones adecuadas para que los trabajadores de esta micro empresa realicen sus labores.

La materia prima requerida será aceites esenciales de canela, argán, cacahuate, oliva, jojoba, oso y acondicionador y se gastará en la producción del tratamiento un total de 17.23 por producto.

Nuestra institución sería de sociedad anónima de capital variable y sería registrada mediante un acta constitutiva.

Nuestros tratamientos para el cabello son elaborados con ingredientes de origen natural especificados en una fórmula 100% original en el mercado, por lo cual nuestra empresa considera necesario buscar una patente para nuestro producto, esto debido a que es un producto innovador y eficaz para el tratado y cuidado del cabello.

Descripción de los emprendedores

- Administrador en área de Recursos Humanos Torres Valenzuela Diego, es una persona con altos dotes de liderazgo natural, lo cual hace que los colaboradores sigan sus indicaciones sin ningún tipo de objeción debido a su capacidad de comunicar lo que quiere que se haga de forma adecuada para que los demás sigan sus órdenes al pie de la letra, esto de igual manera por su facilidad para relacionarse con las personas, lo cual con estas aptitudes y capacidades hace que sea la persona indicada para estar a cargo de la gerencia general
- Administrador en área de Recursos Humanos Romero Palma Mariano Alonso, persona con alta facilidad de palabra, competitividad y eficacia en la elaboración de tareas que le son asignadas, hace que sea una persona muy eficiente en el departamento de Ventas, donde se encargara de hacer a la empresa de varios clientes potenciales para de esta manera hacer más eficaz la venta y distribución de nuestros productos

1.- DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

Nombre de la empresa

BELLEZZA PER I CAPELLI

Razón social: BELLEZZA PER I CAPELLI S.A. de C.V.

TIPO DE EMPRESA: Empresa formal, Lineo-Funcional, centralizada con fines lucrativos.

Descripción del giro: Industrial: La actividad primordial de nuestra empresa es la producción de bienes mediante la transformación y/o extracción de las materias primas. Nuestra empresa es manufacturera ya que vamos a transformar las materias primas en productos terminados y listos para utilizar.

Descripción del producto:

Descripción básica

Tratamiento para el cuidado y reparación total del cabello.

Necesidades que cubre

El tratamiento repara el cabello por los daños ocasionados por químicos (tintes, decoloraciones), alaciadora, secadora; como son cabello quemado, orzuela, resequedad, cabello sin brillo, friz, y algunas enfermedades como caspa y piojos. Nuestro producto ayudara a reparar en su totalidad el cabello regresando a su estado natural, y mejorando su apariencia de manera notoria debido a nuestras formulas con ingredientes totalmente naturales.

Características diferenciales de la empresa

Nuestro producto está elaborado con la combinación de aceites esenciales, cada uno de estos tiene un atributo que complementa a los demás aceites que hacen la formula, para de esta manera crear el mejor tratamiento que existirá en el mercado, mismo tratamiento tiene formula única y combina 6 aceites que en

conjunto reparan el cabello en su totalidad y de una forma rápida, en tan solo una semana se nota el cambio.

Estrategia de producto

Nuestro tratamiento se producirá en envases de 125ml, a diferencia de nuestros competidores cuyo producto es líder en el mercado y sus presentaciones son en ampollitas de 10ml y cada caja contiene 6, por lo que nuestro producto contiene poco más del doble de producto, es tratamiento único a diferencia de la competencia que se tiene que complementar con más productos.

Mercado al que va dirigido

Mujeres que tienen el cabello dañado por el uso de productos químicos, exceso de grasa, quemado, caspa, orzuela, resequedad, opaco, sin brillo, friz y piojos, todas aquellas mujeres que buscan prevenir todo lo anterior y lucir un cabello radiante. (Segmento de 15 años- 60 años)

Comercialización

Colocación del producto en los comercios dedicados a servicios de belleza como estéticas y tiendas de belleza, y tiendas naturistas; además de contar con vendedores de cambio y su función es colocar el producto mientras hacen una breve encuesta en la calle, misma que nos servirá para que a futuro se puedan cubrir más necesidades y mejorar nuestras ventas.

Misión: Desarrollar, producir y comercializar productos de excelente calidad para el cuidado y restauración del cabello, utilizando productos de alta calidad, estando siempre al servicio de la belleza.

Visión: Ser de las principales marcas mexicanas para el cuidado y restauración del cabello, gracias a la calidad y efectividad del producto.

Análisis FODA

Fortalezas

- F1** Producto con ingredientes naturales.
- F2** Se notan resultados en menos tiempo que otros productos.
- F3** 100% efectivo.
- F4** Precio más accesible que la competencia.
- F5** Se produce a bajo costo.
- F6** Productos para todo tipo de cabello.
- F7** Mayor cantidad de producto por menos precio.
- F8** Amplio campo de mercadeo.
- F9** Se produce buena cantidad de productos mensual y anualmente.
- F10** Contribuir a que la fabricación de nuestro producto no afecte al medio ambiente.
- F11** No contar con seguridad

Debilidades

- D1** No ser una marca conocida
- D2** Contamos con poco equipo de transporte.
- D3** Poca mano de obra.

Oportunidades

- O1** Entrar a mercados de productos de belleza.
- O2** Entrar a mercados de productos naturistas.
- O3** Distribuimos nuestro producto en grandes y pequeñas empresas comerciales.
- O4** Oportunidad de crecimiento a nivel estatal.
- O5** Innovar en productos de cuidado para el cabello
- O6** Nuevos canales de marketing
- O7** Buscar proveedores que ofrezcan un mejor precio.

Amenazas

- A1** Productos de empresas conocidas.
- A2** Productos sustitutos.
- A3** Menor variedad de productos que los competidores.

D4 Deficiencia de mercadotecnia

D5 No ofrecer crédito mayor a un mes

D6 No contar con la tecnología necesaria para la producción.

D7 No contar con certificados de calidad necesarios

D8 No tener espacio fijo para la empresa

A4 Exigencia de alta tecnología en el mercado

A5 Mala administración en la organización.

A6 Robo de equipo

A7 Incremento en los costos de los insumos de producción

A8 Falta de tiempo en planeación

ESTRATEGIA

E1 ○ Diversificar los productos para brindar un mejor servicio.

E2 ○ Establecer alianzas y relaciones con futuros clientes.

E3 ○ Aprovechar los conocimientos tecnológicos en la adquisición de software para reducir costos y tiempos.

E4 ○ Aprovechar la adquisición de equipo nuevo para mejorar servicio e imagen de la empresa.

E5 ○ Incrementar la promoción de la empresa para aperturas nuevas del mercado.

E6 ○ Asegurar el equipo de negocio contra robos y siniestro.

E7 ○ Ser creativos con los productos e innovarlos para tener mejores ventas.

E8

- Aplicar estrategias para visualizar el crecimiento de la empresa.

E9

- Capacitar el área de marketing para garantizar la mejor publicidad.

E10

- Dar muestras gratis para que los clientes prueben nuestros productos.

E10

- Contar con materia prima de primera, para nuestros productos.

E11

- Estrategias para no afectar el medio ambiente.

						MATRIZ FODA
--	--	--	--	--	--	-------------

[illegible]

e) Ventaja competitiva

- La principal función de nuestros productos es reparar el cabello de nuestros clientes de manera eficaz usando en la elaboración del producto ingredientes 100% de origen natural, esto a diferencia de nuestros competidores dará un resultado rápido y eficaz, por lo cual garantizará reparación total del cabello gracias a los nutrientes que aportan los 6 aceites utilizados al momento de su producción, ya que a diferencia de los demás productos del mercado utilizan diversos químicos que no reparan en su totalidad el cabello, y en algunos casos lo llega a dañar.
- Es el único tratamiento que contiene esta fórmula.
- El tratamiento ya ha sido probado en una estética en donde se observaron resultados en la primer semana, esto produjo una ventaja también para la estética, pues produjo más clientes.
- Nuestro tratamiento no solo sirve para reparar, sino que si se tienen piojos o caspa ayuda a eliminarlos.

2 ANÁLISIS DE MERCADO

2.1. Perfil de mercado (clientes)

a) Características del consumidor:

Nuestro tratamiento, va dirigido para las personas que quieren reparar su cabello que ha sido maltratado a lo largo del tiempo por los químicos que contienen diversos productos como son tintes, decoloraciones y en algunos otros aspectos que dañan el cabello, enfermedades como caspa y piojos, entre otros, nuestro producto fue diseñado para todo tipo de cabello para un resultado efectivo al momento de la aplicación del producto tanto para hombres como para mujeres pero tomando como mercado principal a las mujeres.

Se estima que los hombres y mujeres que van a adquirir nuestros productos se encuentran entre las edades de, 15 a 50 años para mujeres y para hombres consideramos que habrá consumidores entre las edades de 17 a 30 años

En Ecatepec encontramos una tiene una población de 1.677.678 habitantes según datos del INEGI (Instituto Nacional de Estadística y Geografía). De los 1.677.678 habitantes de Ecatepec de Morelos, 857.293 son mujeres y 820.385 son hombres. Por lo tanto, el 15,90 por ciento de la población son hombres y las 51,10 mujeres.

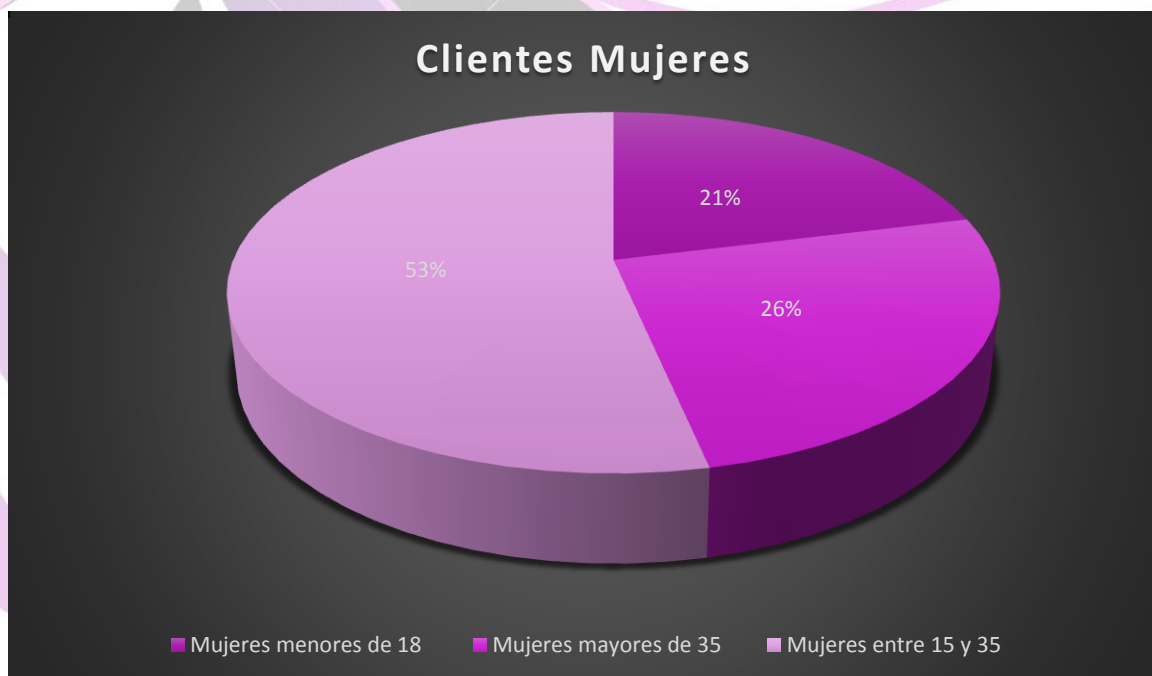


Figura 2.1

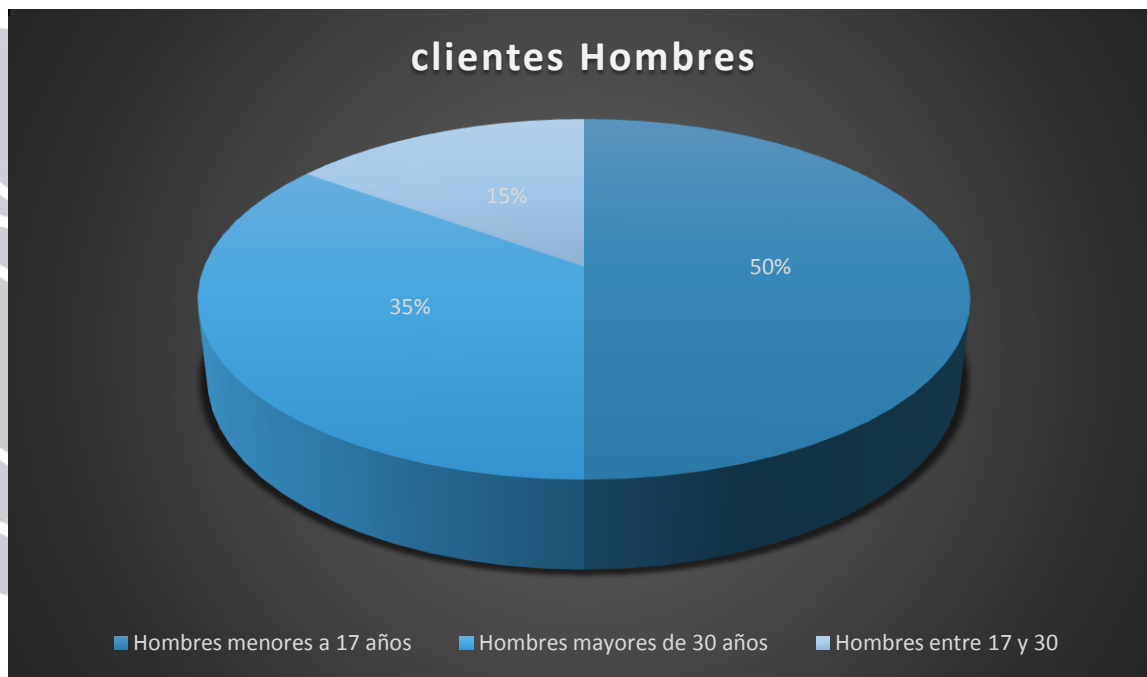


Figura 2.2

Como se puede apreciar nuestros mayores clientes potenciales son mujeres debido a que poco más de la mitad de la población del municipio de Ecatepec cuida su cabello, y en cuanto a los hombres solo una sextaparte de la población se interesa por el cuidado de su cabello por lo cual tomaremos como cliente potencial a las mujeres que se encuentran dentro del municipio de Ecatepec.

c) Tamaño del mercado

Consideramos el mercado de productos para el cuidado y mantenimiento del cabello muy amplio, debido a que la mayoría de las mujeres cuidan de forma cotidiana la salud y apariencia de su cabello, ya sea por un acontecimiento especial, bodas, Eventos sociales, graduaciones, etc. O por el simple hecho de tener un cabello con buena apariencia y saludable.

Por otra parte se cuenta con un amplio campo de distribución, debido a que nuestro producto por ser elaborado con ingredientes de origen natural y a su vez son tratamientos para el cabello, lo podemos distribuir en estéticas, tiendas de belleza, y tiendas naturistas, procurando que nuestros clientes puedan encontrar el producto cerca de ellos, en tiempo y forma, es decir que ninguno de nuestros puntos de venta se quede en desabasto, esperando distribuir 24,240 productos en las estéticas y tiendas naturistas más cercanas a nuestra planta de producción.

D) Segmentación geográfica, demográfica y psicografica

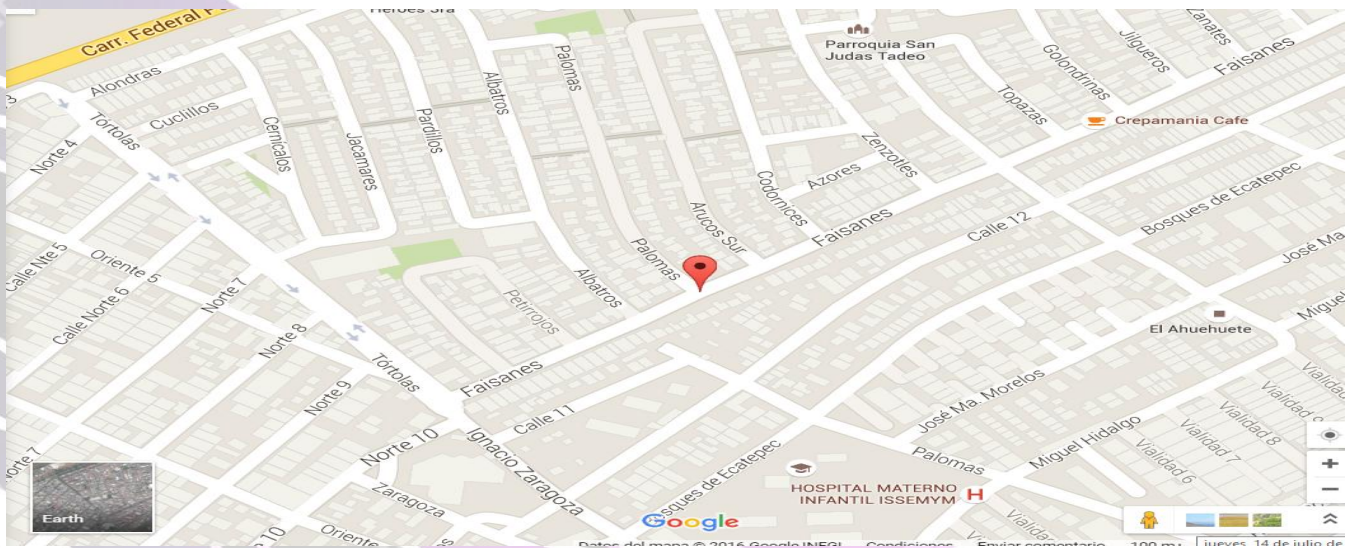


Figura 2.3

Nuestra empresa está ubicada en la calle de palomas que se encuentra en Ecatepec de Morelos, lugar que consideramos adecuado para nuestra organización debido que a los alrededores encontramos gran cantidad de estéticas y nos encontramos de igual manera en un lugar en donde más allá de ser una zona en donde hay comercio, es un lugar en donde habitan muchas familias, contamos también con escuelas a nuestros alrededores, por consiguiente estamos al alcance de nuestros clientes potenciales, ya que algunos de ellos son madres, estudiantes, entre otras más que de igual manera buscaran encontrar un buen producto que repare en su totalidad la salud y la apariencia de su cabello .

Por otra parte, nos encontramos a una corta distancia de San Cristóbal centro, lugar muy concurrido y con gran variedad de negocios y de tiendas que se especializan en el mercado de productos de belleza en donde se podrá distribuir el producto y de esta forma estar más al alcance de nuestros consumidores, y de igual forma dar a conocer en más lugares nuestro producto

Nuestros mayores clientes son mujeres debido a que poco más de la mitad de la población femenina que hay dentro del municipio de Ecatepec de Morelos procura el cuidado de su cabello y se ha considerado que son aquellas mujeres que se encuentren entre la edad de 15 a 35 años (figura 2.1)

Y algunos Hombres que se encuentran entre las edades de 18 a 30 años de edad lo cual nos beneficia ya que nuestros consumidores aumentan gracias al interés de alnos hombres por el cuidado de su cabello, aunque esto solo sea de una cuarta parte de la población masculina que habita en el municipio de Ecatepec (Figura 2.2)

D) Perspectiva del Mercado

Número de habitantes

En el 2015, en el estado de México viven:

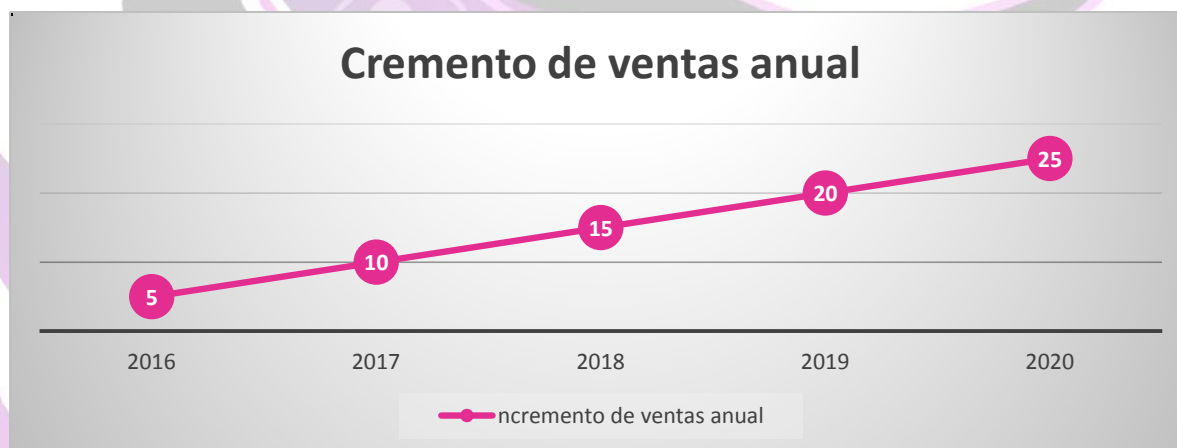


El estado de México ocupa el primer lugar a nivel nacional por su número de habitantes.

027	Chapultepec	11 764
028	Chiautla	29 159
029	Chicoloapan	204 107
030	Chiconcuac	25 543
031	Chimalhuacán	679 811
032	Donato Guerra	34 000
033	Ecatepec de Morelos	1 677 678
034	Ecatzingo	9 414
035	Huehuetoca	128 486
036	Hueypoxtla	43 784
037	Huixquilucan	267 658
038	Isidro Fabela	11 726

Según datos de la INEGI se observa que hay una población actual de 1,677,676 habitantes en el municipio de Ecatepec de Morelos, siendo uno de los municipios con mayor número de habitantes en el estado de México, en el municipio de Ecatepec encontraos el 10% de la población total del estado de México de lo cual se espera cubrir las necesidades de un 5% de la población que hay en Ecatepec de Morelos, procurando un crecimiento anual de un 5% y de esta forma cubrir año con años las necesidades de las personas que procuren el cuidado de su cabello

Cremento de ventas anual

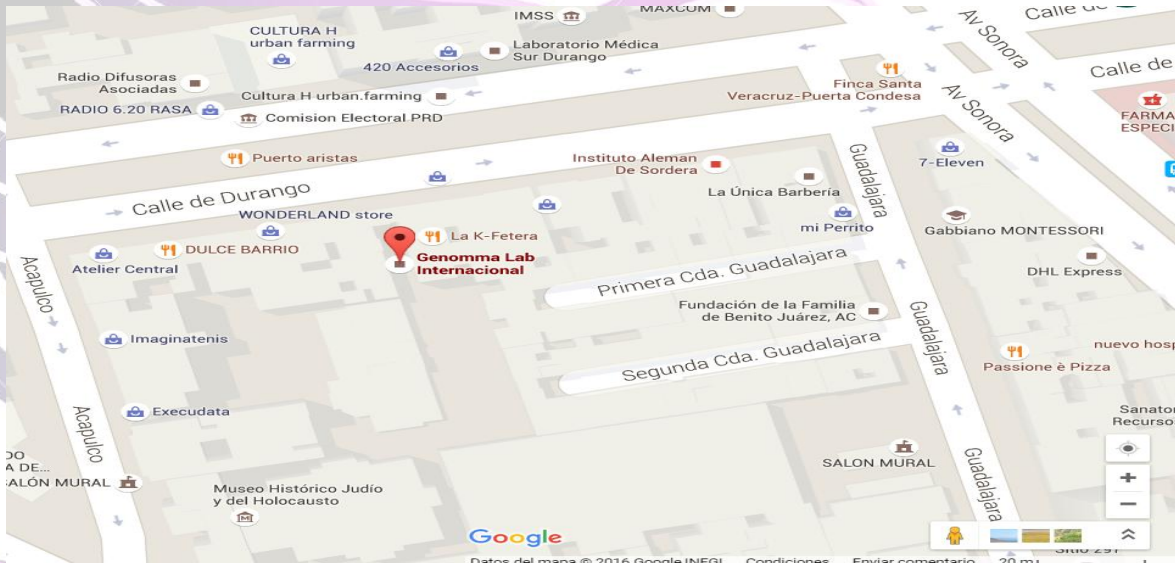


2.2 COMPETENCIA

b) Tamaño del mercado

Nuestra empresa Bellezza per i Capelli tiene competidores como lo son Pantene, Fermodil, Garnier

GENOMA LAB (Fermodyl):



La empresa Genoma Lab (Fermodyl) está ubicada en Avenida Paseo De La Reforma 122, Juárez, 06600 Ciudad de México, D.F.

Características de Genoma Lab (Fermodyl): Los productos Fermodyl, tienen una alta variedad de productos por lo que algunas de sus características son:

- Para cabello dañado.
- Restauración capilar.
- Reconstruye la fibra capilar.
- Con colágeno hidrolizado y pantenol.
- Reparación profunda desde el primer día de uso.
- Repara la estructura capilar.
- Vitamina E, pantenol y ceramidas reestructuraste.
- Poderosa reestructuración capilar desde la primera aplicación.
- Con ácido láctico y vitamina E.
- Fórmula súper cargada con acondicionadores y agentes humectantes.

Los precios que esta línea fermodyl nos ofrece son los siguientes

\$ 43.50-Ampolletas Fermodyl

\$55.00-Fermody Shampoo

\$60.00- Mascarilla Hidratante

\$59.00- Acondicionador

Calidad: La calidad de los productos de esta marca es buena, ya que al preguntarle a personas que han utilizado esta línea la mayoría han sido positivos, de igual manera indagando en la web, nos dimos cuenta que los productos que utiliza son buenos.

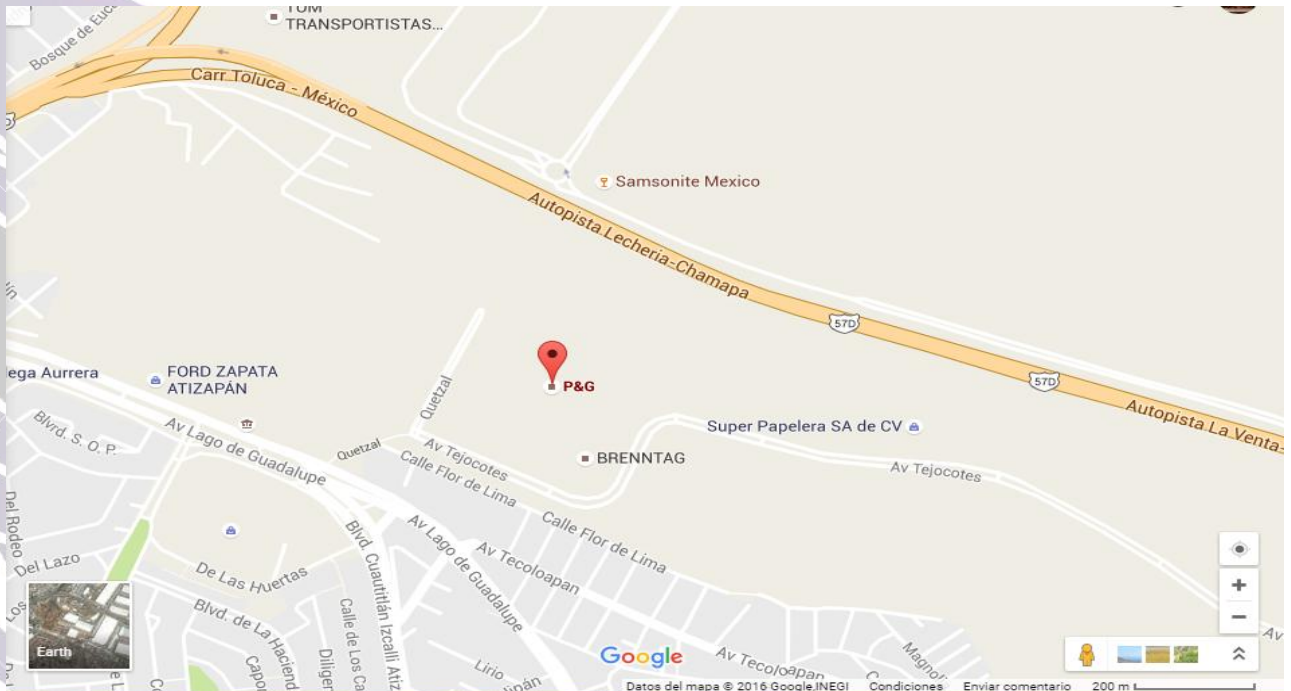
Canales de Distribución: GenommaLab estima que sus cinco marcas líderes, las cuales representaron aproximadamente el 54.7% de sus ventas netas en México durante el 2007, están al alcance de un porcentaje sustancial de la población mexicana. Asimismo, la Compañía considera que las marcas señaladas aún no han alcanzado su nivel máximo de madurez, por lo que todavía tienen un gran potencial de crecimiento. La estrategia de la Compañía para capitalizar el potencial de crecimiento de sus marcas se basa en lo siguiente: la expansión continua de sus canales de distribución; incrementar la participación de mercado de varias de sus marcas mediante el lanzamiento de nuevas campañas de mercadotecnia; extender las líneas de productos de dichas marcas; y ubicarse en una posición que permita capitalizar el incremento del consumo por parte de los consumidores conforme se incremente el poder adquisitivo de estos últimos.

Políticas comerciales (estrategias de venta y mercadotecnia)

La estrategia de mercadotecnia de la Compañía consiste en enviar mensajes directamente al consumidor a través de medios de comunicación y mercadotecnia visual. Las campañas de publicidad de la Compañía son desarrolladas internamente por los equipos de mercadotecnia, comercialización y producción de la Compañía. La estrategia de la Compañía se basa principalmente en la investigación de la conducta del consumidor, publicidad intensa a través de la televisión y planeación sofisticada de medios de comunicación.

La Compañía considera que su estrategia de mercadotecnia, basada en fuertes campañas publicitarias a través de la televisión, conjuntamente con el trabajo de investigación, otorga a las marcas y productos de la Compañía una constante y efectiva presencia en el mercado.

P&G (PANTENE)



La empresa P&G se encuentra ubicada en Av Tejocotes s/n, 54769 Cuautitlán Izcalli, México.

Características de P&G: Esta marca es un competidor más para nuestra empresa, ya que de igual manera tiene gran variedad en sus productos, como lo son:

- *Sella puntas abiertas desde el primer uso
- * Reparación de daño extremo instantáneamente.
- * reduce la pérdida de proteínas y a reparar cutículas.
- * previene el daño que no visible por oxidación.

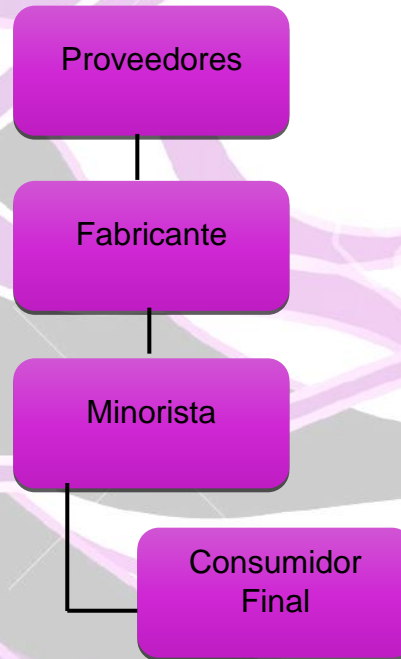
Los precios que la línea pantene nos ofrece son los siguientes:

- ***\$50.00**-Acondicionador diario
- ***\$56.00**-Restauración ampollitas
- ***\$39.00**-Restauración shampoo
- ***\$68.00**-Restauración tratamiento intensivo
- ***\$39.00**-Óleo esencia y vitamina
- ***\$58.00**-Restauración 2 en 1

Calidad: La calidad de los productos pantene no es muy buena pues lo que estos tratamientos hacen es dejar el cabello visiblemente bonito, pero por dentro lo va pudriendo debido a los químicos utilizados, esto se supo cuestionando a estéticas y a personas que usaban estos productos.

Canales de distribución: Es un producto de consumo (especialidad), ya que se busca que los clientes tengan la debida convicción sobre la marca y el estilo que se les ofrece; la compra es centrada en la ubicación del producto, porque los consumidores esperan encontrarlo en los supermercados, peluquerías y establecimientos; la empresa está propuesta a obtener como recompensa la máxima lealtad hacia la marca.

- **Estructura distributiva:**



Políticas comerciales (estrategias de venta y mercadotecnia)

Pantene se ha posicionado como una de las mejores empresas nivel nacional, y por ello se preocupa en utilizar adecuadamente las estrategias de mercadotecnia, unas de las cosas que pantene hace, es innovar constantemente en nuevos y mejores productos, además de utilizar las diversas fuentes de publicidad como lo son la televisión, carteles, etc.

El aguacate es un sustituto que se convierte en nuestro competidor ya que por sus vitaminas y minerales es un remedio casero con alto grado de efectividad, es muy utilizado para preparar una gran variedad de remedios caseros y naturales. Esta fruta posee un gran contenido de vitaminas y minerales, que por su alto contenido de agua y aceites vegetales resulta una excelente forma de hidratarlo, nutrirlo, restaurarlo, fortalecerlo y este sea suave. El aguacate es fácil de usarlo para preparar algunas mascarillas para el cabello.

Algunos de los beneficios que brinda el aguacate para el cabello:

- Proporciona vitaminas y grasas vegetales, que son de gran ayuda para mantener el cabello bien hidratado.
- Contienen propiedades antioxidantes y ácidos grasos saturados, los cuales son perfectos para que el cabello pueda estar humectado.
- Puede ser de gran beneficio para todo tipo de cabello, ayuda a que este se vea brillante, manejable y sedoso.

Volumen de ventas y participación en el mercado

Nuestra empresa tiene una proyección de ventas de 21,209 productos en un año procurando vender a las colonias más cercanas que haya en el domicilio donde se ubica nuestra empresa que es Ecatepec de Morelos, lo cual significaría cubrir una parte proporcional al 5% del total de habitantes que se encuentran en el municipio de Ecatepec, el cual cuenta con una población de 1,677,676. Por otra parte, la participación en el mercado con la que se va a contar será poca en los primeros años de nuestra empresa, debido a que se encuentran marcas reconocidas como lo son Pantene, Fermodyl y L'Oréal, al igual que productos sustitutos como lo son, el aguacate, la mayonesa, champú de chile, entre otros, por lo cual la introducción al mercado mostrara un poco de complicaciones, que con el paso del tiempo y con la eficacia de nuestros productos.

Pronóstico de ventas Las ventas anuales que se contemplan son de 21,209 productos al año, lo cual significaría vender al mes una cantidad de 1767 productos mensuales en las diferentes tiendas naturistas, estéticas, y tiendas departamentales que haya alrededor de nuestra localidad en Ecatepec de Morelos, contemplando un incremento de productos al año del una 1.5% para de esta manera poder distribuir en más lugares y dar más a conocer nuestros productos.

Oportunidades en el mercado Consideramos que nuestras oportunidades dentro del mercado son muy altas debido a que a diferencia de nuestros competidores ofrecemos productos de alta calidad que garantizan buenos resultados al cabello de nuestros clientes, mejorando la salud y la apariencia de su cabello, por otro lado consideramos más amplio nuestro mercado debido a que puede entrar en la rama de productos naturistas, estéticas, tiendas de belleza, y tiendas departamentales.

2.3 PLAN DE MARKETING

- Política de precios

Utilizaremos la Política de imitación o comparación, es decir, observamos a la competencia y determinamos fortalezas y debilidades de nuestro producto y en función de este análisis, determinar si nuestro precio es inferior o superior al de la competencia.

En este caso nuestro precio es inferior al de la competencia, sin embargo, damos más producto por envase.

Esto resulta de manera muy funcional, ya que las personas buscan más con menos, sobre todo que la calidad del producto sea la adecuada y eso es lo que nosotros les ofrecemos.

- Distribución Intensiva:

Intentamos que el producto esté disponible para el consumidor en el mayor número de puntos de venta.

Es decir, en estéticas y farmacias, esto nos permitirá que los clientes conozcan el producto y puedan adquirirlo de manera sencilla y sin tener que desplazarse grandes distancias, ya que nosotros nos encargaremos de distribuir el producto a las diferentes

Las ventajas que tiene llevar este tipo de estrategia son que:

- Facilita al cliente la compra del producto y la fidelidad al mismo.
- Puede ser una estrategia para dificultar la entrada de competidores, ya que tenemos cubierto el mayor número de ventas.

- Relaciones de negocios

Crear una relación Eficaz-Agradable

Establecer un tono positivo de la empresa con los trabajadores y clientes.

Encontrar la ganancia para ambos (empresa – clientes)

Estar en contacto con proveedores y clientes, es decir, en dónde puedan localizarnos (teléfono, e mail, redes sociales, trato personal, es decir, que puedan acudir a la empresa), esto con el fin de resolver sus dudas, ya sean por el precio de nuestros productos o se enteren de la gama de aceites que tenemos para el tratamiento del cabello.

Con ello podremos atraer a más clientes, y a los que tenemos venderles más producto para que se genere una lealtad del cliente al producto.

- Infraestructura disponible

La infraestructura con la que cuenta la empresa es de 15 mts de ancho por 7 mts de largo, y se encuentra distribuida de la siguiente manera:

- Recepción cuenta con 6 mts de ancho por 3 mts de largo.
- Sala de espera cuenta con 6 mts de ancho por 1 de largo.
- Ventas directas corresponde un 5 mts de ancho por 3 mts de largo
- Área de producción con 6 mts de ancho por 4 mts de largo
- Los sanitarios cuentan con 4 mts por 3 mts, de los cuales 2 mts de ancho por 1.5 mts de largo corresponde a baño de mujeres y la otra mitad a baño de hombres.
- Al comedor le corresponde 4 mts de ancho por 3 mts de largo.
- Al almacén le corresponde una parte de 3 mts de ancho por 4 mts de largo.



- Ubicación de la empresa y costos asociados

La empresa se encuentra en el municipio de Ecatepec, Calle Jacamares cerca de Av. Faisanes y Av. Alondras, donde existe un gran número de estéticas, y por ser avenidas, lo frecuentan muchas personas de los cuales son posibles compradores.

Nuestros proveedores se encuentran en los Héroes Tecámac, cerca de nuestro local, lo que facilita el traslado de la mercancía, y de igual manera hace el proceso eficiente.

- Fuerza de ventas

La fuerza de ventas actúa como punto de enlace entre una empresa y sus clientes actuales y potenciales. Por un lado, representa a la empresa ante los clientes, brindándoles a éstos últimos información, asesorándolos y aclarando sus dudas.

Se requiere de una organización de fuerzas de ventas, y en el caso de vendedores externos, se realizará una selección minuciosa.

Capacitar a los vendedores

Motivarlos a que realicen sus labores de la manera adecuada, dando un plus, que de igual manera será recompensado.

Supervisar y evaluar el cómo se están desempeñando.

Promoción y publicidad

Definición geográfica

El producto que les estamos brindando se ubicaran en la colonia ciudad Cuauhtémoc dentro de las embajadas para la distribución de nuestro tratamiento Asia las estéticas más cercanas de esa comunidad.

Algunos nombres de las estéticas donde estaremos distribuyendo nuestro producto son las siguientes:

- *Estética cristal
- *Estética sagitario
- *Estética lupita
- *Estética unisex
- *Estética luna

Naturaleza del lanzamiento

El día que se lanzará al mercado nuestro producto por primera vez será el día 15 de agosto de este año, Dentro de las comunidades antes mencionadas, donde estaremos distribuyendo los tratamientos se estarán dando folletos, volantes, trípticos, en todo el mes de julio para que conozcas los diferentes tipos de tratamientos para los diferentes tipos de cabello se brindara el servicio en las estéticas donde se estará impartiendo muestras para que logren conocer el producto que le ofrecemos de buena calidad, brindando un descuento con la compra de dos frascos se les regalara uno gratis. Ya que para saber más acerca de los diferentes tratamientos que les estaremos ofreciendo se podrán consultar en una página de Facebook.

Presupuesto y calendarización

En los locales pondremos anuncios luminosos donde se muestre el logotipo y slogan de nuestra empresa

Las estrategias que se utilizarán serán volantes, pancartas, folletos y anuncios se estaremos dando todo el mes de julio hasta el 14 de agosto para implementar estas estrategias, las cuales tendrán un costo de 2500 para realizar dichas actividades.

3 ESTUDIO TECNICO

3.1. Proceso productivo

a) Materias primas

Materia prima
Aceite de Canela
Aceite de Cacahuete
Aceite de Argán
Aceite de Oliva Extra Virgen
Aceite de Jojoba
Aceite de Oso
Acondicionador
Envases
Etiquetas

b) Disponibilidad de capital

Dentro de la empresa tenemos disponible \$ 50,000

PLANEACIÓN TACTICA

Efectivo Disponible	\$ 50,000.00
---------------------	--------------

c) Disponibilidad de mano de obra

Tenemos disponible de mano de obra en este año \$ 55,072.16

MANO DE OBRA

Concepto	Importe	2016
Obrero		\$ 26,659.60
N° de trabajadores		2
Salario anual		\$ 53,319.20
Salario diario		\$ 73.04
Aguinaldo	15	\$ 1,095.60
Vacaciones	6	\$ 438.24
Prima vacacional		\$ 219.12
Total		\$ 55,072.16

Se espera un crecimiento en un periodo de 5 años y generación de 3 nuevas vacantes de mano de obra.

3.2. Tecnología del producto o servicio

a) Importancia de la tecnología

La importancia de la tecnología dentro de nuestra empresa es fundamental ya que para lograr tener una estabilidad dentro del mercado y ser rentables debemos concéntranos en lograr nuestros objetivos como empresa ya que es importante invertir en las nuevas tecnologías, acorde a las necesidades y proyecciones de crecimiento para poder competir en este mercado para así poder lograr hacer una empresa exitosa ya que si contamos con todo lo necesario para la elaboración de nuestro producto podrá ser más accesible para todos aquellos consumidores que nos compraran el producto que les estamos ofreciendo.

b) Selección de la tecnología

Dentro de la empresa contamos con una mezcladora la cual es de gran ayuda para el departamento de producción ya que nos facilita realizar la combinación que utilizamos para la elaboración de nuestros productos debido a que esto nos facilita la producción ya que lo realiza en menos tiempo y de una forma más eficiente.

c) Análisis de cotización de fabricantes

La siguiente tabla se muestra la materia que requerimos y el precio que nos cuesta para realizar nuestro producto, buscamos diferentes proveedores en la cual no basamos en precios que fueran accesibles y que su precio no fuera muy elevado

Materia prima	Unidad de medida		Costo de unidad de medida	Requerimiento	Costo por producto
Aceite de Canela	MI	100	\$199.00	1.5	\$2.99
Aceite de Cacahuete	MI	600	\$295.00	3	\$1.48
Aceite de Argan	MI	80	\$200.00	1	\$2.50
Aceite de Oliva Extra Virgen	MI	250	\$180.00	1.5	\$1.08
Aceite de Jojoba	Lt	1	\$515.00	0.005	\$2.58
Aceite de Oso	MI	60	\$30.00	3	\$1.50
Acondicionador	Lt	1	\$15.00	0.11	\$1.65
Envases	Piezas	100	\$310.00	1	\$3.10
Etiquetas	Piezas	1000	\$360.00	1	\$0.36
Total			\$2,104.00	125	\$17.23

3.3. Diagramas de flujo de proceso

a) Maquinaria o equipo requerido

En la empresa tendremos una mezcladora que se encontrara en el área de producción nos ayudara a la rápida elaboración de nuestros productos, tenemos normas y reglas de la calidad. Para las etiquetas de los envases las impresoras contaran con la mejor tinta la cual ayudara a la claridad de cada envase.

b) Distancia viajada / transporte

Para transportar nuestros productos o cualquier solicitante que la empresa llegara a requerir contamos con una Ford Ka que es de un socio de la empresa. Para el año 2017 la empresa contara con una camioneta Nissan destinada a solo carga de los productos. Nuestra visión es para el año 2018, compremos otra camioneta Volkswagen Gold 2015 ya que pretendemos que en unos años más nuestra empresa este en sus ventas mayores y tengamos más sustento económico y así produciremos más.

c) Métodos de producción y equipo

Nuestra producción es llevada en línea de flujo, es decir de forma continua y progresiva, es revisada desde la entrada de materia prima, al momento de la producción es revisada, verificada si cumple con todos los requisitos de la misma.

3.4 Proveedores

- Disponibilidad actual y largo plazo

Actualmente disponemos con nuestros proveedores de cada uno de los productos utilizados para la elaboración de los tratamientos para el cuidado del cabello; sin embargo no se deja de lado la posibilidad de que alguno de nuestros proveedores no tenga lo requerido en el tiempo que este sea necesitado por nosotros, para este tipo de cuestiones contamos con proveedores que pueden cubrir las necesidades exigidas al momento.

Al igual se manejan los pagos a nuestros proveedores, y este va a depender del tipo de materia que sea requerida y de igual manera cual sea la cantidad de esta.

Para esto, se habló con los proveedores sobre las obligaciones que ambas partes tienen.

- Localización y condiciones de abastecimiento

Uno de nuestros mayores proveedores se encuentra en el Mercado de Villas, y es quien nos provee el acondicionador; y se encuentra a 10 min a pie de nuestro local.

Otro de nuestros proveedores se encuentra en la Colonia San Martín de Porres, y nos provee aceites, en este caso nuestro proveedor se encuentra a 30 min a pie de nuestro local.

Nuestro proveedor de esencias se encuentra en la Colonia Ruiz Cortines Calle Nt. 3 y está 20 min a pie de nuestro local.

Nuestro proveedor de etiquetas se encuentra en la Colonia Izcalli Jardines, sobre Av. Faisanes # 34, a solo 15 min de nuestro local.

- Criterios de evaluación

Que el producto se encuentre en las condiciones especificadas, es decir, que sea de buena calidad.

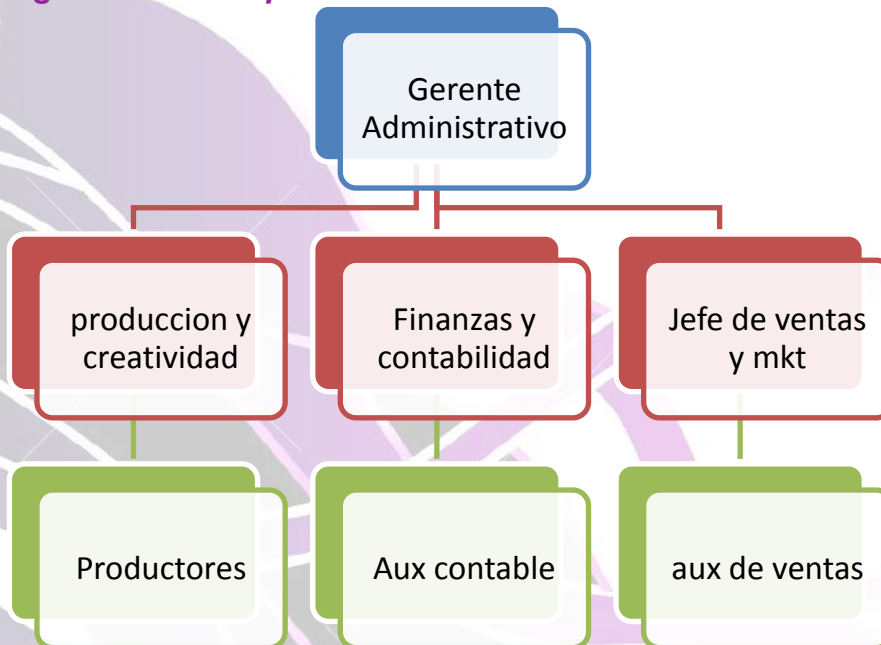
Que se haga entrega de mercancía requerida en los días acordados, de igual manera recibirán su pago, pero antes de realizar el mismo, se verificará que la mercancía sea la que se pidió y con forme a lo que se estipulo.

En caso de que el proveedor no cumpla con los criterios acordados, se le regresa la mercancía, y por tanto el pago no será efectuado; ya que es un compromiso de ambas partes cumplir con lo que se está requiriendo, en aspectos de calidad, puntualidad y precios.

4 ORGANIZACIÓN

4.1 Estructura organizacional

a) Organigrama de la empresa



b) Reclutamiento y contratación

Nuestro método de reclutamiento será mediante el aviso en páginas de internet y solicitudes que nos sean enviadas, se dará prioridad a las personas que vayan a la empresa a dejar su solicitud o su currículum VITAE, se procederá a hacer una entrevista de reclutamiento en la que se le preguntarán cosas básicas para saber si cuenta con los requisitos descritos en el perfil de puesto correspondiente, posterior, se llama a los candidatos idóneos para hacerle pruebas de conocimiento, desempeño, inteligencia y personalidad, una vez terminadas las pruebas se llama al mejor prospecto para invitarlo a formar parte de nuestro equipo de trabajo.

4.3. Capacitación

El método que utilizamos en la capacitación es la instrucción directa en puesto y esto trata de que en el momento en que se contrata a un colaborador, se envíe de inmediato con quien será su jefe inmediato y el a su vez lo pondrá a realizar funciones propias de lo que será su área, en la misma para que con ello lograr una mejor captación de lo que va a realizar en su respectiva área de trabajo, parte de la capacitación de la empresa es la inducción e integración, es de suma importancia para nosotros que el colaborador conozca las políticas de la empresa, los valores institucionales, manual de procedimientos correspondiente a su área.

5. ANÁLISIS FINANCIERO

Estado de situación financiera del primer año:

ACTIVO	% Integrales	2016			
CIRCULANTE	1	2	PASIVO A CORTO PLAZO		
Bancos	\$ 542,204.38	42%	Proveedores	\$ 70,964.13	6%
Clientes	\$ 53,812.80	4%	Acreedores Diversos	\$ 16,749.50	1%
Almacén de materia prima	\$ 8,268.00	1%	Total, pasivo a corto plazo	\$ 87,713.63	7%
Almacén de producto terminado	\$ 9,571.61	1%	Capital Contribuido		
Total, circulante	\$ 613,856.79	48%	Capital social	\$ 741,761.00	58%
ACTIVO NO CIRCULANTE			Capital Ganado		
Edificio	\$ 600,000.00	47%	Utilidad del Ejercicio	\$ 449,939.26	35%
Depreciación de edificio	-\$ 30,000.00	-2%	Utilidad Acumulada		
Mobiliario y equipo	\$ 14,127.00	1%	Reserva Legal		
Depreciación de mobiliario	-\$ 1,412.70	0%	Total, capital Ganado	\$ 1,191,700.26	93%
Equipo de computo	\$ 30,133.00	2%	Total, capital		
Depreciación de equipo de computo	-\$ 8,290.20	-1%	Total, pasivo, capital	\$ 1,279,413.89	100%
Equipo de reparto	\$ 40,000.00	3%			
Depreciación de equipo de reparto	-\$ 10,000.00	-1%			
Equipo de transporte					
Depreciación de Equipo de transporte					
Equipo de trabajo					
Depreciación de equipo de trabajo					
Maquinaria y equipo	\$ 31,000.00	2%			
Depreciación de Maquinaria y equipo		0%			
Total, no circulante	\$ 665,557.10	52%			
Total, Activo	\$ 1,279,413.89	100%			

Este plan se realizó tomando en cuenta los 50,000 pesos con los que se inicio el negocio, después de 5 años nuestra empresa crecería considerablemente y llegando de ventas de 627,643.31 en 5 años vendería 2042146.97.

Concepto	2016-2017	2020
Incremento en ventas	\$ 627,643.31	\$ 2,042,146.97
Incremento en Utilidad	\$ 449,939.26	\$ 2,350,216.01
Efectivo para el pago de deudas	\$ 6.18	\$ 12.34
Ganancia por peso	\$ 0.38	\$ 0.38

Presupuesto de inversión

Concepto	Aceite de Canela	Aceite de Cacahuete	Aceite de Argán	Aceite de Oliva Extra Virgen	Aceite de Jojoba	Aceite de Oso	Acondicionador	Envases	Etiquetas
Materia prima periodo (Unidad)	363.585	121.195	302.9875	145.434	121.195	1211.95	2666.29	242.39	24.239
Inventario inicial de materia prima	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Compra del periodo	363.585	121.195	302.9875	145.434	121.195	1211.95	2666.29	242.39	24.239
Inventario final de materia prima (unidades)	7.2	2.4	6	2.88	2.4	24	52.8	4.8	0.48
Compra total (unidades)	370.785	123.595	308.9875	148.314	123.595	1235.95	2719.09	247.19	24.719
Costo unitario	\$ 199.00	\$ 295.00	\$ 200.00	\$ 180.00	\$ 515.00	\$ 30.00	\$ 15.00	\$ 310.00	\$ 360.00
Compra total (importe)	\$ 73,786.22	\$ 36,460.53	\$ 61,797.50	\$ 26,696.52	\$ 63,651.43	\$ 37,078.50	\$ 40,786.35	\$ 76,628.90	\$ 8,898.84
	\$425,784.78	\$ 35,482.06							

PRESUPUESTO DE VENTAS

Concepto	Estéticas	Venta Directa	Venta Total
Ventas	14544	9696	24240
Precio de ventas	\$ 44.40	\$ 55.50	
	\$ 645,753.60	\$ 538,128.00	\$ 1,183,881.60

Estado de resultados

ESTADO DE COSTOS DE PRODUCCION Y VENTAS

2016

Ventas		\$ 1,183,881.60	100%
Inventario inicial de materia prima	0		
Compra de materia prima	\$ 425,784.78		
Total de materia prima	\$ 425,784.78		
Inventario final de materia prima	\$ 8,268.00		
Materia prima utilizada	\$ 417,516.78		
Mano de obra	\$ 55,072.16		
Gastos fabriles	\$ 20,329.00		
Producción en proceso	\$ 492,917.94		
Inventario inicial producción en proceso	0		
Total producción en proceso	\$ 492,917.94		
Inventario final de producción en proceso	0		
Producto terminado	\$ 492,917.94		
Inventario inicial de producto terminado	0		
Total de producto terminado	\$ 492,917.94		
Inventario final de producto terminado	\$ 9,571.61		
Costo de venta	\$ 483,346.33	41%	
Utilidad bruta	\$ 700,535.27	59%	
Gastos operativos			
Gastos de venta	\$ 156,997.14		
Gastos de administración	\$ 93,598.88	\$ 250,596.01	21%
Utilidad del ejercicio		\$ 449,939.26	38%