



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE TANTOYUCA

ING. EN GESTIÓN EMPRESARIAL

ESPECIALIDAD:

DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS E INNOVACIÓN TECNOLÓGICA

NOMBRE DEL PROYECTO:

PRODUCCIÓN DE PAN GOURMET EN MONTE GRANDE PLATÓN SÁNCHEZ

NOMBRE DEL RESPONSABLE DEL PROYECTO:

MARIA JUANA HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ

ÍNDICE

Resumen Ejecutivo.....	4
1. Descripción y justificación de la empresa.....	7
1.2 Determinación de las fuerzas y debilidades (internas) y de las amenazas y oportunidades (externas) (análisis FODA).....	8
1.3 Determinación de la Misión y Visión y valores de la empresa.....	9
1.4 Planteamiento de estrategias y ventajas competitivas.....	10
1.5 Determinación del Modelo de Negocio / Cadena de Valor.....	11
2. Mercadotecnia.....	11
2.1 Producto / Servicio.....	11
2.1.1 Necesidad que vas a satisfacer.....	12
2.1.3 Factores diferenciadores.....	12
2.1.4 Ventaja competitiva.....	13
2.1.5 Portafolio de productos.....	14
2.2 Mercado y clientes.....	14
2.3 Competencia.....	15
2.3.1 Descripción de la competencia directa e indirecta (5 principales).....	15
2.4 Precio.....	15
2.4.1 Análisis de precios de la competencia directa e indirecta.....	16
2.4.2 Precio de venta de los productos/Servicios.....	16
2.5 Ventas.....	17
2.5.1 Puntos de venta y distribución.....	17
2.6 Imagen/Publicidad/Promoción.....	17
2.6.1 Imagen (Nombre comercial, logotipo y slogan).....	17
2.6.2 Prototipo y diseño del producto/servicio.....	18
2.6.3 Plan de promoción (Promoción, Venta, Relaciones Públicas y Publicidad)...18	
3. Proceso General Operación de Negocio Procesos de abasto, producción, almacenamiento, ventas y logística.....	19
3.1 Descripción de los productos o servicios que pretende producir o comercializar.....	21
3.2 Abasto.....	22

3.2.1 Materias primas y Proveedores.....	22
3.2.2 Maquinaria y herramientas de trabajo.....	23
3.3 Procesos (Descripción general de sus procesos principales).....	24
3.3.1 Diagrama de flujo.....	25
3.3.2 Layout.....	26
4. Administración de Recursos Humanos.....	27
4.1.1 Responsables del proyecto.....	27
4.1.2 Organigrama.....	28
4.1.3 Descripciones de puestos.....	28
4.1.4 Cantidad de Personal.....	29
5. Plan de Trabajo.....	29
6. estudio de mercado.....	30

RESUMEN EJECUTIVO

DESCRIPCION DEL PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO

El proyecto en la implementación de una planta de producción de pan gourmet en la localidad de Monte grande Municipio de Platón Sánchez, que genere la producción y comercialización de pan. La idea surge a partir de que no existen panaderías que surtan productos elaborados al día; deliciosos, y a un precio accesible para la población local, que es considerado un producto de la canasta básica.

La panadería estará orientada a la producción de panes que se elaboraran al día, con ingredientes frescos, pan esponjoso, delicioso con sabor único y a un excelente precio, siendo estos factores fundamentales para que la panadería tenga éxito.

CARÁCTER INNOVADOR DEL PROYECTO

En el campo de la panificación ha habido avances en maquinarias para la elaboración del pan, así como una infinidad de clases de panes, la idea de la implementación de la planta de producción de pan es ofrecer diferentes variedades de pan, que se elaborara con maquinaria especializada, manejando técnicas de panificación para poder confeccionar y aplicar las preparaciones, de acuerdo a las recetas clásicas y modernas; identificando y clasificando la materia prima de calidad para preparar los panes e incentivar a la creatividad con el fin de incrementar la variedad de sabores, texturas, diseños de los panes ofreciendo un producto que satisfaga las necesidades de nuestros clientes. El horario del negocio será de 12 horas diarias de 8:00am a 8:00pm, el servicio es importante para el cliente, que son esenciales en este giro.

PERTINENCIA DEL PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO (RESOLUCIÓN DE RETOS PROBLEMAS DE LA SOCIEDAD Y SU ÁMBITO LOCAL

El pan es uno de los productos que por su diversidad se adapta a todas las exigencias de la gente que consume este alimento, la composición del pan depende mucho de la harina empleada, material dulce, su fabricación depende de los

métodos de panificación ya que esto es el tiempo de amasado o el tiempo de fermentación para obtener un producto de calidad.

En la localidad de Monte Grande, hay una panadería de horno tradicional pero ofrecen productos crudos porque no cuentan con las especificaciones de temperaturas para la cocción quedando la clientela insatisfecho.

Es por ello que se ha identificado la necesidad de establecer una planta de producción de pan utilizando maquinaria especializada, materia prima calidad, cumpliendo con procedimientos para tener un producto que satisfaga la necesidad del cliente, ya que para el negocio es indispensable satisfacer al cliente.

Calidad en el servicio al cliente, precio justo, venta de puerta en puerta, amplia gama de panes (texturas y sabores para el paladar).

SEGMENTACIÓN DE MERCADO

Los clientes están segmentados de la siguiente forma, la localidad de Monte Grande, así como también las comunidades cercanas y colonias del municipio de Platón Sánchez, hombres y mujeres de 14 a 75 años, de acuerdo al nivel económico D+ equivale el 35.80%.

PLANEACIÓN DE PROYECTO:

Recursos materiales: materia prima, maquinaria.

Económicos: Financiamiento, Aportación Propia, Crédito Bancario

Recursos Humanos: para el inicio de producción se contará con un máximo de 6 empleados de acuerdo al crecimiento de las necesidades del cliente se podrán seguir incorporando empleados.

Infraestructura: se analizará la renta del local así como también de la instalación con la cuenta para poder llevar a cabo las instalaciones la maquinaria.

Presupuesto del proyecto: 180,000

CONTEXTO LEGAL Y ÉTICO QUE PERMITIRÁ LA IMPLEMENTACIÓN DE LA EMPRESA

Permiso ante la secretaria de hacienda para establecer el negocio, permisos que se emiten en la presidencia.

ESPECIFICAR SI CUENTA CON LA PATENTE O SE INICIÓ EL PROCESO DE PATENTAMIENTO U OTRO MEDIO DE PROTECCIÓN

El negocio aún no cuenta con ninguna patente así como también no cuenta con ningún otro medio de protección.

DESCRIPCIÓN DE CADA EMPRENDEDOR Y SU APOORTE AL PROYECTO

Nombre: María Juana Hernández Hernández

Puesto del negocio: dueña del negocio.

Edad: 23 años, juventud y persistencia.

Estado civil: estar soltera me permite tener tiempo para dedicarlo al negocio, así como el compromiso con lo que se va a realizar.

Familia: pueden brindarme orientación sobre la materia prima que se va a requerir, capacitación para hacer el pan, a tomar buenas decisiones.

Experiencia laboral: Trabaje en casa. Trabaje en una tienda de ropa, donde realice el control de inventarios de la materia prima, así como, el control sobre las ventas diariamente. Visita al casino Miravalle en Monterrey, lugar donde elaboran el pan gourmet.

Habilidades para el trabajo: Control de inventarios, administración del negocio, conocimientos en ASPEL, COI.

Habilidades para el negocio: Administración de finanzas, control de inventarios, responsabilidad.

Otras habilidades: Hacer bordados, hacer manualidades, cocinar, interactuar con las personas.

Lo que me hace único: Soy responsable en lo que quiero realizar, persistente, responsable, aprendo de los fracasos para tomar buenas decisiones.

Ocupación actual: Residente de la carrera de Gestión Empresarial

1. DESCRIPCIÓN Y JUSTIFICACIÓN DE LA EMPRESA.

El negocio consiste en la producción y comercialización de pan en sus diferentes variedades (tamaños y formas), el negocio contara con el área de producción, se puede observar que la producción de panes es una actividad diaria, los panes es considerado de la canasta básica.

Es por ello que el negocio pretende llevar acabo la producción de pan utilizando maquinaria especializada para la producción de dicho producto, así mismo constituirse como una empresa industrial

El Negocio está orientado al sector de servicios a través de un establecimiento de una planta de producción gourmet en la localidad de Monte Grande municipio de Platón Sánchez, el principal objetivo es ofrecer un servicio a la población y así mismo ofrecer panes aun costo accesible el horario de negocio será de 12 horas de 8:00am a 8:00pm ya que el servicio es muy importante, así como también de la calidad e higiene del producto ya que es algo que nos caracterizara del negocio y creara sui posicionamiento en el mercado local.

1.2 DETERMINACIÓN DE LAS FUERZAS Y DEBILIDADES (INTERNAS) Y DE LAS AMENAZAS Y OPORTUNIDADES (EXTERNAS) (ANÁLISIS FODA).



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

MISION

Somos una empresa que se dedica a la producción y comercialización de productos de panadería comprometidos con nuestros clientes en brindarles productos de calidad y sabor con un servicio oportuno.

VISIÓN

Ser la empresa líder en la producción, venta por mostrador, a domicilio de productos de panadería mediante la constante innovación, procesos y creciendo rentablemente, logrando mayor desarrollo, bienestar de los trabajadores.

VALORES

- **Respeto** hacia todas las personas.
- **Compromiso:** con los clientes y trabajadores
- **Calidad.** Sólo elaboramos productos de calidad contrastada, la salud de nuestros consumidores es nuestra mayor preocupación.
- **Liderazgo.** Trabajamos día a día.
- **Tradición e Innovación.** Incorporar las técnicas y avances más innovadores, respetando siempre las recetas tradicionales y el buen hacer, sin olvidar el desarrollo de nuevos productos.
- **Colaboración.** La colaboración con nuestros proveedores y distribuidores es nuestra forma de actuar en el mercado, juntos podemos ofrecer un mejor servicio a nuestros consumidores.
- **Trabajo en equipo** Ser conscientes de que el desempeño y colaboración de nuestros trabajadores y colaboradores es fundamental.

1.4 PLANTEAMIENTO DE ESTRATEGIAS Y VENTAJAS COMPETITIVAS.

Estrategia

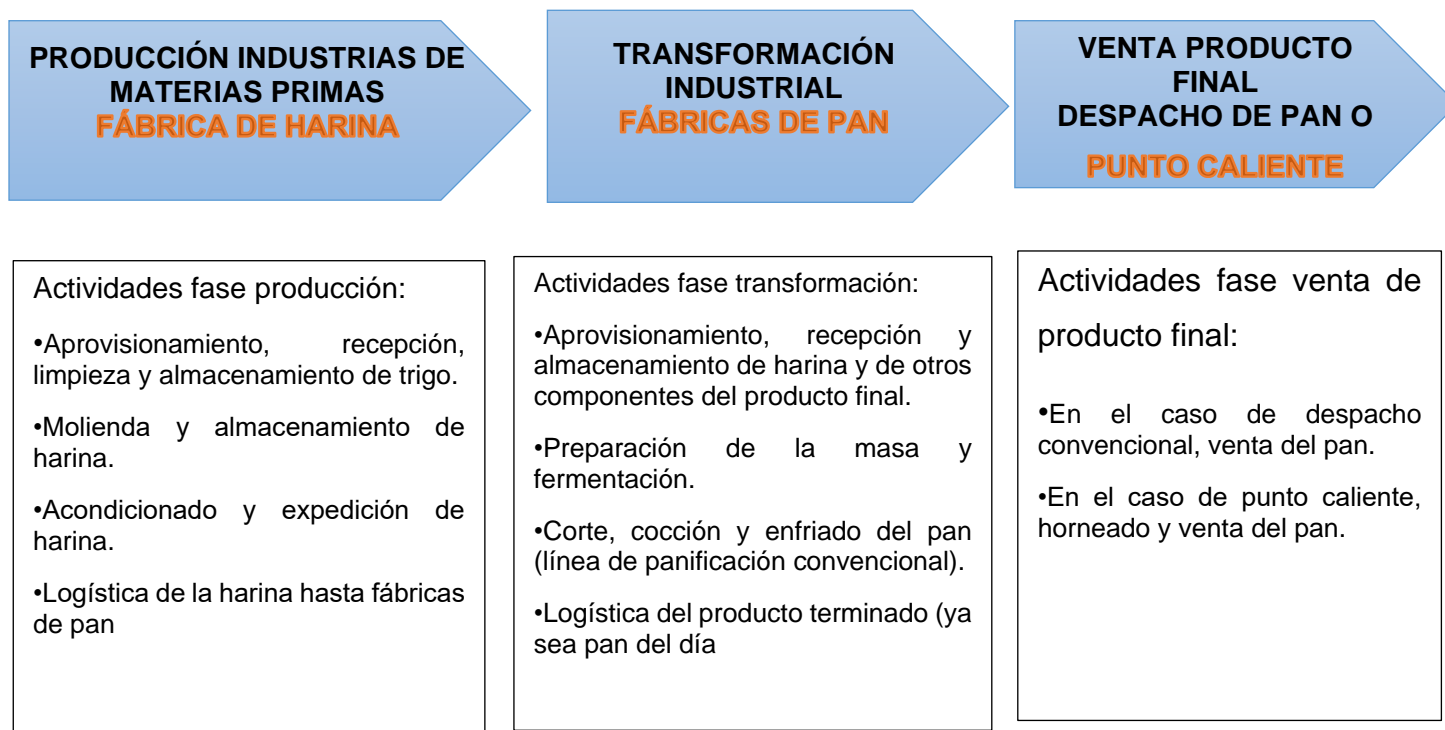
La estrategia estará basada en la misión del negocio, esto es, en el desarrollo del valor de la marca y, fundamentalmente, en el compromiso de ser un negocio altamente productiva, así como innovadora, competitiva y orientada a la satisfacción total de sus clientes y consumidores,

- Calidad y precio;
- Servicio a clientes;
- Apoyo a los insumos estratégicos;
- Diversificación de producto
- mejora e innovación de procesos
- Estrategia social

Ventajas Competitivas

- Líder en la industria de la panificación
- Portafolio diversificado por regiones
- Una de las redes de distribución más extensas
- Equipo con amplia experiencia

1.5 DETERMINACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO / CADENA DE VALOR.



2. MERCADOTECNIA

2.1 PRODUCTO / SERVICIO

La panadería la espiga ofrece productos de excelente calidad, exquisito sabor, higiene en el proceso de producción, elaborados con ingredientes frescos con un equipo de trabajo capacitado para poder ofrecer diferentes variedades y sabores de pan dulce para satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

La espiga no solo ofrece sus productos, sino también la rapidez y excelentes servicio a sus clientes, así como también una de las ventajas que tiene el negocio es que ofrece sus productos de puerta en puerta.

2.1.1 NECESIDAD QUE VAS A SATISFACER

Los clientes tendrán la necesidad de encontrar un producto que pueda ser adquirido desde la puerta de su casa, así también en un punto de venta, en los cuales se destacan por su sabor, calidad y variedad estos elaborados al día: conchas, mestiza, bolillos, teleras, donas, mantecadas, cuernitos, burritos, biscochos etc.

El negocio permitirá ahorrar tiempo para los clientes al momento de adquirir su producto, en el cual será a un precio accesible para cualquier consumidor.

2.1.3 FACTORES DIFERENCIADORES

Nuestro compromiso con la calidad y el buen servicio proporciona a nuestros clientes mayores niveles de productividad, comunicación y colaboración, reducción de costos, continuidad del negocio.

Calidad del producto: la materia prima con la que se elabora el pan en este negocio ya que es uno de los factores que ayudan a la calidad del producto en el cual se cuenta con varios proveedores que nos surtan la materia prima necesaria para llevar a cabo la producción de pan, la higiene con la que se mantiene el local es un punto clave para seguir manteniendo la calidad del producto.

Atención al cliente: este es un factor que ha sido determinante para fidelizar a clientes ya que estará caracterizado por una atención integral y directa con el cliente, proporcionándole la satisfacción demandada, la atención al cliente para la panadería es una forma de hacer bien las cosas ya que es algo que nos diferencia de la competencia

Es por ello que nuestro valor diferenciador reside en la oportuna respuesta y resolución de casos a través de nuestros productos ofrecidos. No hay que

desestimar la competencia sino saber reconocerla y trabajar de cara a la mejora continua.

- La **directa** son negocios que venden un producto igual que buscan a los mismos clientes para poder vender su producto como es la panadería esperanza.
- La **indirecta** son las empresas o negocios que intervienen en el mismo mercado y clientes buscando satisfacer sus necesidades con productos sustitutos como es una pastelería, galletas

2.1.4 VENTAJA COMPETITIVA

La ventaja competitiva del negocio está enfocado al producto porque se ha dedicado a innovar sus propios productos y a su vez se ha ido adecuando de acuerdo a las exigencias del mercado.

Calidad: cuenta con una excelente calidad en cuanto a los materiales que utiliza para llevar acabo la producción de pan, así mismo del pan que se venderá.

Eficiencia: debido a la gran variedad de productos que se ofrece.

Servicio: ofrece un servicio de casa en casa, en el cual es buena debido a que el cliente no tendrá la necesidad de trasladarse a otro lugar.

Innovación: son innovadores en cuanto a la variedad de productos que se ofrece que nos diferencia de la competencia.

2.1.5 PORTAFOLIO DE PRODUCTOS

El portafolio de productos se encuentra dividido en pan dulce, pan blanco y pasteles

Pan dulce: Concha, cuernitos, carteras, granadas, biscochos, royal, hojaldre, mantecadas, roles de canela, chocolatin, granada, besos.

Pan blanco: Bolillos, pan de huevo, mestiza

Pasteles: De leche, de piña y de queso

2.2 MERCADO Y CLIENTES

El negocio se encontrara ubicado en la localidad de monte grande del municipio de Platón Sánchez en el estado de Veracruz que cuenta, el proyecto será de suma importancia ya que será la única localidad que cuente con una panadería con maquinaria especializada para llevar a cabo la producción, así mismo serian beneficiados otros poblados cercanos que también serían nuestros clientes potenciales, el poder adquisitivo de la gente de la cabecera municipal se considera de nivel económico alto en donde también se pretende impactar y así mismo realizar la cartera de clientes de mayor amplitud y que a veces andan en busca de este servicio de acuerdo a la calidad del producto, así mismo el servicio a ofrecer será el de un punto de venta estratégico y de casa en casa de nuestros posibles consumidores serán del nivel económico D+ que es de un 35.80% que serán hombres y mujeres de 14 a 75 años.

2.3 COMPETENCIA

Cuando una empresa es de nueva creación o relativamente joven posiblemente tendrá que enfrentarse a la agresiva competencia de organizaciones más maduras y con mayores recursos. Es esencial que el emprendedor identifique cuáles son estos competidores Como es la panadería y pastelería la esperanza, el pan de Laura, competencia externos al municipio que venden su producto y no cuentan con un local de punto de venta.

El plan del negocio es indicar cuál es la participación de mercado que se espera arrebatar a la competencia en los primeros años.

2.3.1 DESCRIPCIÓN DE LA COMPETENCIA DIRECTA E INDIRECTA (5 PRINCIPALES)

- Panadería y pastelería la esperanza ofrecen pan de variedad y pasteles para cualquier evento social.
- Pan de Laura vende productos de pan tradicional
- Vendedores ambulantes venta de pan tradicional de diferentes regiones.

2.4 PRECIO

El precio de venta al público del producto “pan” se ajustara de acuerdo a las características del mismo, donde predomina la calidad, frescura, sabor, el tipo de pan, además de tomar en consideración la competencia por lo que el precio debe ser accesible al mercado en el cual se desarrollara la empresa, pues según el nivel adquisitivo del mayor porcentaje de los habitantes del municipio se podría calificar como un mercado de clase media, razón por la cual los precios deben estar sujetos

a las necesidades básicas de los mismos ya que puede variar de acuerdo a la materia prima que se ocupa para realizar el producto en el cual se encuentran los siguientes los precios de \$2.00 hasta \$3.50 por cada pieza de pan.

2.4.1 ANÁLISIS DE PRECIOS DE LA COMPETENCIA DIRECTA E INDIRECTA

- La panadería la esperanza varían su precios que están desde \$2.50 hasta \$5.00 cada pieza de pan esto varía dependiendo el tipo de pan.
- Pan de Laura ofrece productos de 2.00 hasta 3 pesos en si es un producto tradicional
-

2.4.2 PRECIO DE VENTA DE LOS PRODUCTOS/SERVICIOS

- | | |
|--|-------------------------------------|
| • Cartera 1.50 | • Mantecadas \$3.00 |
| • Gloria 1.50 | • Royal \$ 2.00 |
| • Cuerno 1.50 | • Puñaladas \$ 2.00 |
| • Concha \$ 2.00 | • Orejas \$ 2.50 |
| • Mestiza \$ 1.50 | • Roscas \$ 2.50 |
| • Besos \$ 2.00 | • Roles de canela \$ 3.00 |
| • Granada \$ 1.50 | • Chocolatín \$ 3.00 |
| • Chocolate \$ 1.50 | • Banderillas \$ 3.00 |
| • Pasteles (piña \$ 3.00, leche \$ 3.00 queso \$ 2.50) | • polvorones \$ 3.00 |
| • Hojaldra \$ 1.50 | • Bolillos \$ 2.50 |
| • Huaraches 1.50 | • Roya con chispitas \$ 2.00 |
| • Donas \$ 2.00 y \$ 2.50 | • Pan de caja \$ 2.00 y de \$ 15.00 |

2.5 VENTAS

2.5.1 PUNTOS DE VENTA Y DISTRIBUCIÓN

El punto de venta de la panadería la espiga es en Monte Grande municipio de Platón Sánchez en el cual será distribuido en diferentes comunidades del municipio como es

Atempa, Apigia, Tamarinzintla, Zapotitla, Tlalpani, Ahitic, Atexcal, Apachitempa, así como también las colonias en el cuales se encuentran; los Cues 1 y Cues 2, Maguey, el Llano, Loma Costeños, la Rivera, Zona Centro.

En el cual la venta de pan será de casa en casa así mismo se buscara intermediarios que vendan nuestro producto.

2.6 IMAGEN/PUBLICIDAD/PROMOCIÓN

2.6.1 IMAGEN (NOMBRE COMERCIAL, LOGOTIPO Y SLOGAN)

Nombre comercial:

Panadería Gourmet La espiga

Logotipo:



Slogan:

Una delicia para el paladar...

2.6.2 PROTOTIPO Y DISEÑO DEL PRODUCTO/SERVICIO



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

Comunicación:

La Comunicación juega un papel fundamental dentro del desarrollo de la Sociedad en General, ya que la misma tiene que ver con la forma como los individuos interactúan y cómo influyen los unos sobre los otros. Es decir, es el “portador básico del proceso social”.

La **publicidad** es una técnica de comunicación comercial que intenta fomentar el consumo de un producto o servicio a través de los medios de comunicación.

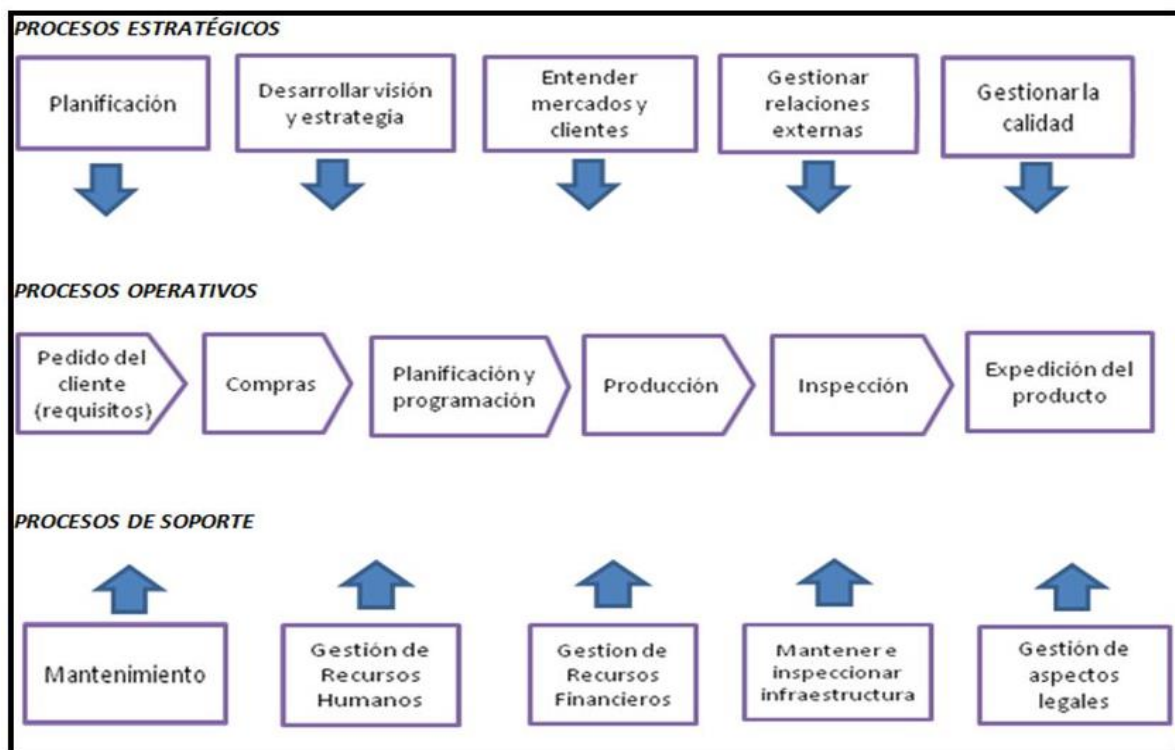
Por tal motivo la Panadería la espiga, dará a conocer los productos que ofrece utilizando los siguientes medios:

- **Carteles publicitarios:** que serán pegados 4 en diferentes lugares para que el cliente sepa donde se encuentra ubicado el local
- **Promoción de ventas:**
- **Volantes:** Serán distribuidos directamente de mano en mano a las personas en las calles, especialmente en el centro del municipio y las afueras cerca de la panadería.

3. PROCESO GENERAL OPERACIÓN DE NEGOCIO

PROCESOS DE ABASTO, PRODUCCIÓN, ALMACENAMIENTO, VENTAS Y LOGÍSTICA

PROCESO GENERAL OPERACIÓN DE NEGOCIO



PRODUCCIÓN



ALMACENAMIENTO



VENTAS



LOGÍSTICA



3.1 DESCRIPCIÓN DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS QUE PRETENDE PRODUCIR O COMERCIALIZAR

- | | |
|-------------------------------|----------------------|
| • Cartera | • Mantecadas |
| • Gloria | • Royal |
| • Cuerno | • Puñaladas |
| • Concha | • Orejas |
| • Mestiza | • Roscas |
| • Besos | • Roes de canela |
| • Granada | • Chokolatín |
| • Chocolate | • Banderillas |
| • Pasteles (pin, leche queso) | • polvorones |
| • Hojaldra | • Bolillos |
| • Huaraches | • Roya con chispitas |
| • Donas | • Pan de caja |

3.2 ABASTO

3.2.1 MATERIAS PRIMAS Y PROVEEDORES

MATERIA PRIMA	PROVEEDORES
Harina Azúcar Manteca Manteca inca Chocolate Leche Huevo Sal Mantequilla primavera Papel aluminio Mermelada piña la costeña Fécula de maíz	Megabasa Paltón Sánchez El Farito Chedraui S.A de C.V
1 rollo bolsas de 2 kilos Bolsa de asa mediana Royal Capacillos Papel estraza Levadura Vainilla Chispas de chocolate, de colores Nuez pasas	Tienda el Chano
Piña esmeralda	Frutería el Güero
Queso	Quesería platón

3.2.2 MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS DE TRABAJO

2	Vitrinas con entrepaños como mostradores de pan
20	Pinzas para pan
1	Caja registradora
1	Refrigerador para almacenar los insumos perecederos
1	Bascula electrónica
1	Tanque estacionario de gas LP
1	Horno de gas LP
1	Cortadora de masa
2	Espigueros para colocar el pan
1	2 mesas de trabajo para amasar el plasma de la harina
1	Amasadora
80	charolas para hornear el pan
1	Batidora

3.3 PROCESOS (DESCRIPCIÓN GENERAL DE SUS PROCESOS PRINCIPALES)

Recepción de materia prima: en este punto se tendrá cuidado, pues las materia prima (harina) que es el principal insumo del producto, no puede tener contacto con el medio ambiente al momento de la descarga, tampoco podrá romperse, para evitar las apariciones de gorgojos, ratones y polillas, mantener limpio la zona en donde se almacenara la materia prima ya que debe estar en un lugar fresco y seco.

Revisión y control: al retirar el saco de harina del lugar de almacenamiento, para el inicio del proceso productivo es importante que se supervise de la manera que ninguno en mal estado, al abrir cuidadosamente el saco de harina de tal forma que no quede ningún resto d hilacha del tejido del saco, pues esta hilacha puede entrar fácilmente en el siguiente proceso.

Proceso de mezclado: en esta etapa la harina esta vaciada dentro de la maquina amasadora, la cantidad dependerá del nivel de producción, esta máquina es capaz de contener 20kg de harina, así mismo en esta etapa se le agrega agua y los demás aditivos(1/8grs de sal, 0.375grs de levadura, 1/4 grs de grasa) en la proporción justa, la cantidad de agua que se le adquiere un 50% del total de la harina vaciada, todos estos insumos son revueltos a velocidad constante hasta que la masa adquiera una consistencia pastosa.

Proceso de mezclado y estirado: En esta fase se pasa un rodillo en la mesa de trabajo de tal manera de que quede estirado y obtenga un grosor uniforme, así mismo se le agrega un poco de harina a la masa ya al rodillo de tal manera que no pegue en ellos, tomar con cuidado la masa ya estirada para posteriormente pasarla por la cortadora de 36 tantos cada vez.

Proceso de corte: el proceso de corte se realiza en la cortadora de 36 tantos o si el producto se requiere en la mesa de trabajo para darle forma diseño de pendiendo

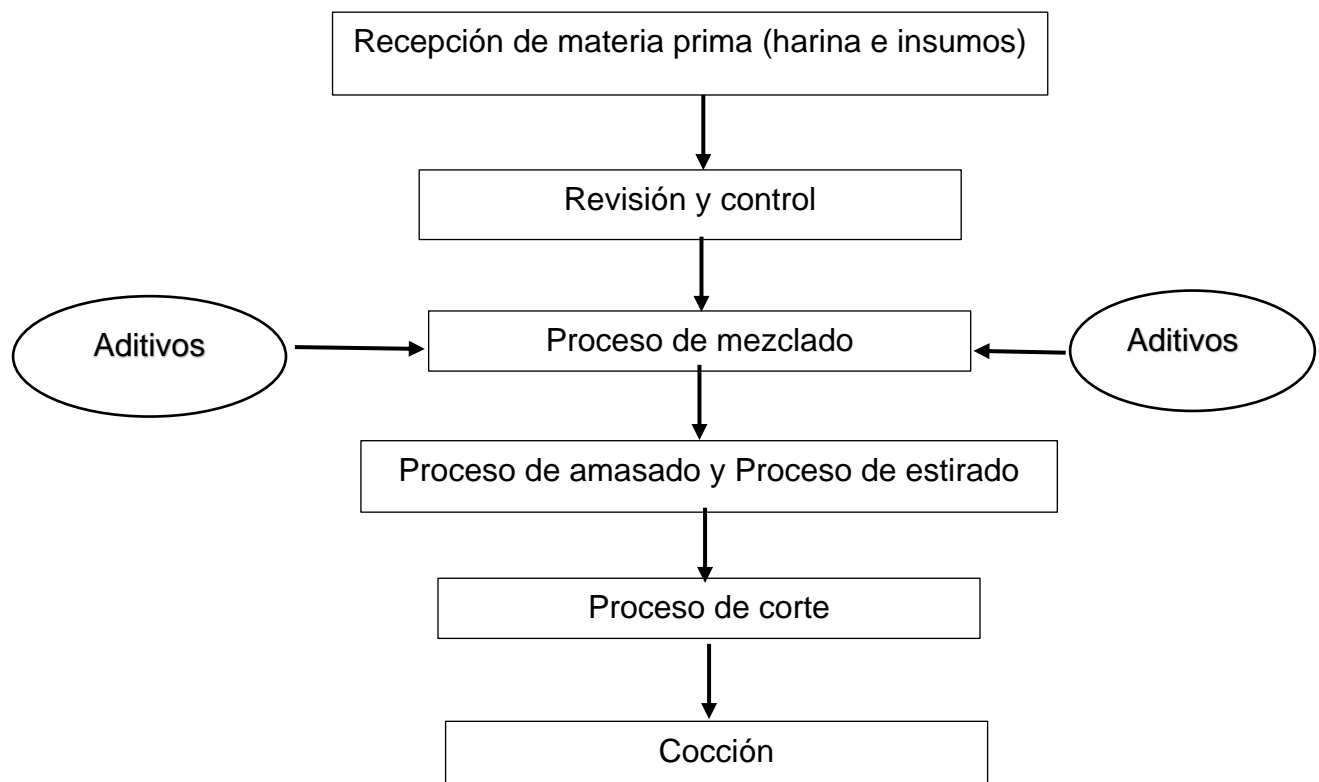
del producto, al momento se deposita cada uno de los productos en la charola para seguir con el siguiente proceso.

Proceso de cocción: en esta etapa las charolas llenas se depositan en el horno con una temperatura de 220°C Esto depende del producto porque no todos pueden aguantar esta temperatura.

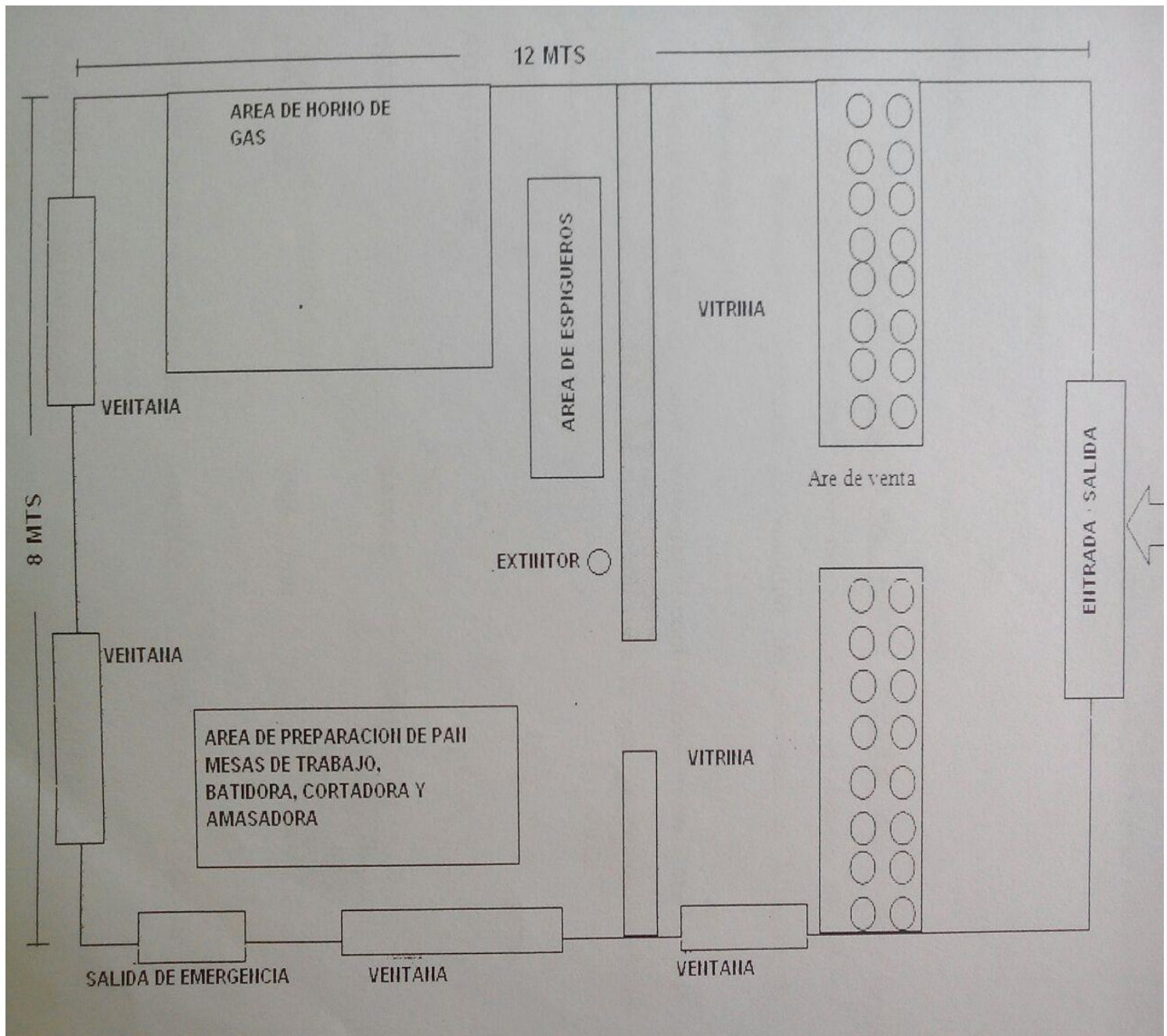
Venta: una vez que se haya cocido el pan se sacara del horno dejar que se esté a temperatura ambiente pasa así acomodarlos en las vitrinas para ser comercializado, así como también para también distribuirlo en canasta en las localidades cercanas

3.3.1 DIAGRAMA DE FLUJO

Para el proceso de producción de alta calidad del pan se realizara del siguiente esquema de producción.



3.3.2 LAYOUT



4. ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS.

ENCARGADO	ACTIVIDAD
María Juana Hernández Hernández	Gerente General, Compra de insumos
Luis Miguel Hernández Hernández	Administrador de la panadería y elaboración de pan, vendedor
Pedro Antonio Hernández Hernández	panadero, elaboración de pan y vendedor
María Juana Hernández Hernández	elaboración de pan, atención a clientes vendedor
Raymundo Hernández Hernández	elaboración de pan vendedor
Federico Matías Rodríguez	vendedor

4.1. RESPONSABLES DEL PROYECTO

Nombre: María Juana Hernández Hernández

Puesto del negocio: dueña del negocio.

Edad: 23 años, juventud y persistencia.

Estado civil: estar soltera me permite tener tiempo para dedicarlo al negocio, así como el compromiso con lo que se va a realizar.

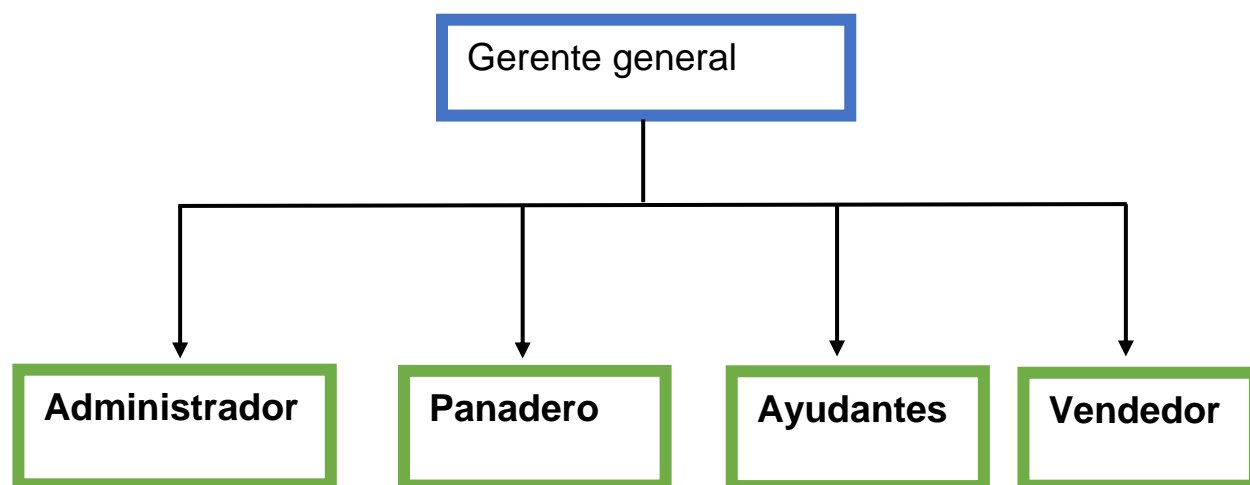
Ocupación actual: Residente de la carrera de Gestión Empresarial

Certificación, premios, licencias:

 Certificado de bachillerato

- ✿ Reconocimiento de la visita a la empresa Asfaltos Guadalajara
- ✿ Reconocimiento en la participación del taller estatal de protecciones e invenciones.

4.1.2. ORGANIGRAMA



4.1.3 DESCRIPCIONES DE PUESTOS.

- **Gerente:** encargado de gerencia la empresa, es decir tomar las decisiones en torno a aspectos administrativos como planificación, control, ejecución y supervisión de las actividades diarias de la empresa.
- **Administrador:** es el encargado de llevar acabo las entras y salidas de los producto e insumos así mismo es se encarga de llevar acabo la compra de la materia prima.

- **Panaderos:** encargados de la fabricación del producto “pan” de la empresa, cuidando las medidas de seguridad e higiene.
- **Ayudantes:** es la persona encargada de brindar apoyo a los panaderos en la realización de actividades para la realización de los panes y traslado de insumos, traslado de productos terminados, entre otras.
- **Vendedores:** son las personas que atienden los exhibidores, es decir que ofrecen la atención al público.

4.1.4. CANTIDAD DE PERSONAL

La panadería la espiga pretende tener 6 empleados para poder llevar acabo la producción y comercialización de pan gourmet, aun tiempo indeterminado se irá incorporando nuevos empleados esto de acuerdo a la demanda del producto.

5. PLAN DE TRABAJO

En base a objetivos, definir todas las actividades, responsables y tiempo para llevar a cabo lo planteado en el plan de negocios.

N°	DETALLES	TIEMPO ESTIMADO
1	Buscar el local	2 semanas
2	Selección de manera cómo se acondicionara para la prestación de servicios	1 mes
3	Adquisición del mobiliario y equipamiento de la panadería	1 mes
3	Adquisición de insumos	Se realizara de manera continua de acuerdo a las demandas del establecimiento
4	Promoción de apertura del establecimiento del negocio	2 semanas
5	Operación de la panadería	permanente
6	Evaluación y control de las actividades	permanente

6. ESTUDIO DE MERCADO

Geografica	Platón Sanchez	INEGI 2015	18145	Total de habitantes en Platón
Demografica	14 a 75 años	INEGI 2015	12,836	habitantes
Socioeconomica	(AMAI) D+	35.80%	4595	habitantes
Psicografica		62%	2849	habitantes

Veracruz	100%	8112505
Platón Sánchez	0.22%	18145

TOTAL DE POBLACION EN VERACRUZ DE H/M 5739039

En el estudio de mercado en plato Sánchez hay 18145 habitantes para poder sacar la demográfica se tomó el total de población todo el estado de Veracruz de hombres y mujeres 14 a 75 años de en el cual se calculó de la siguiente manera $5739039 \times 0.22\% = 12836$

Así mismo para sacar la socioeconómica tomo la cantidad de la demográfica $12836 \times 35.80 = 4595$

Para sacar la psicográfica se buscó el porcentaje de habitantes que consumen pan en cual se obtuvo un 62% así mismo para determinar se calcula $4595 \times 62\% = 2849$

TAMAÑO DE LA MUESTRA

$N = Z^2 PQN$	$(1.96)^2 (.90) (.10) (2849)$	985.0778172	100
$E^2(N-1) + Z^2 PQ$	$(0.10)^2(2849 - 1) + (1.96)^2 (.90) (.10)$	9.847320732	

Para sacar el tamaño de la muestra de una población utilizamos una formula donde

n= aún no se sabe el tamaño de la población que necesitamos encuestar

N= 2849

Z= el nivel de confianza es de 1.96

P=.90

Q=.10

E=0.10

En el cual se llevó cabo el procedimiento y se obtuvo que de 2849 se tiene que sacar de un extracto 100 personas que hay que encuestar para poder llevar acabo el segmento de mercado.

Encuesta

		POBLACION	2849	100%	
		MUESTRA	100		
Nivel de aceptacion			Porcentaje	Cantidad	77
¿Usted consume pan?	SI	77	770270.3505728%	593108.1699	
	NO	23	230080.75%	177162.1806	
Frecuncia del consumo					
	Diario	75	750263.33%	577702.7629	
	2 veces por semana	25	250087.78%	192567.5876	
Cantidad de consumo					
¿Cuántas piezas de pan consume	1	90	900315.99%	693243.3155	
	2	10	100035.11%	77027.03506	
	3	0			
Tenporalidad					
	Enero-Marzo	35	350122.89%	269594.6227	
	Abril-Junio	20	200070.22%	154054.0701	
	Julio-Septiembre	20	200070.22%	154054.0701	
	Octubre-Diciembre	35	350122.89%	269594.6227	
Que pan consume mas?					
	pan de huevo	35	350122.89%	269594.6227	
	bolillo	15	150052.67%	115540.5526	
	concha	50	500175.55%	385135.1753	
Precio	\$2-\$4	80	800280.88%	616216.2805	
	\$2-\$5	20	200070.22%	154054.0701	
	\$3-\$5				

Después de hacer las encuestas de 100 personas solo 77 aceptaran el producto eso quiere decir que un 77% está de acuerdo y un 23% no en este caso nada más tomaremos en cuenta las 77 encuestas que dijeron que aceptaran nuestro producto para poder calcular el porcentaje agarramos el número de entrevistas que es $77 \div 100$ que es la cantidad de personas $\div 100\%$ que equivale las 100 encuestas se obtiene 77% así mismo realizaremos con los demás datos para sacar el porcentaje según lo que hayan contestado.

Para sacar la cantidad se toma el porcentaje que es el 77%* las 77 personas y se obtiene la cantidad de 593108.1699 así mismo se realizan los demás cálculos.