



PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO



DOCUMENTO EXTENSO

CATEGORIA DE PARTICIPACION: PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO.

NOMBRE DE LA INICIATIVA: GRAMAR (Suplemento alimenticio para ganado).

INSTITUCION EDUCATIVA POSTULANTE:

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE SINALOA

ZONA REGIONAL NORTE

UNIDAD ACADEMICA DE NEGOCIOS.

NOMBRE DEL INTEGRANTE LÍDER DE LA INICIATIVA:

NOMBRE: FERNANDO RAFAEL PRADO VALENZUELA

CEL: 687 117 50 95

CORREO: rafaeel-pradoo@hotmail.com

INTEGRANTES DE LA INICIATIVA:

1. FERNANDO RAFAEL PRADO VALENZUELA.
2. MARIA FERNANDA QUINTERO ARREOLA.
3. IRIS ANALLELY ENRIQUEZ VEGA.
4. MAYDARLIN JOSSELINE URIAS SOTO.
5. KAREN LIZBETH VALDEZ LOPEZ.



PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO



1. DESCRIPCIÓN DE PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO Y SU CARÁCTER INNOVADOR

El siguiente proyecto consiste en la producción y comercialización de suplemento alimenticio para ganado, que se caracteriza por estar elaborado de granos y semillas con residuos de mariscos como son camarón y jaiba.

Que sirve para mejorar la forma tradicional de alimentar el ganado pues en combinación con forrajes aporta un gran valor nutrimental y mejora el proceso de engorda y producción de leche que normalmente proporciona el ganado, al igual que el proceso de cría ya que a partir de cierto periodo de tiempo el producto puede ser consumido por ganado con menor tiempo de desarrollo.

El cual será una adecuada opción para la alimentación y cría de ganado en el norte de Sinaloa con enfoque en el municipio de Choix al tener una gran explotación por esta actividad económica, factor que será clave para el éxito de nuestro producto.

Nuestro producto es totalmente nuevo e innovador ya que para su elaboración aprovechamos los residuos de mariscos resultando estos una gran opción ya que generalmente no se aprovechan y son desechados, en cambio en nuestro caso serán uno de los componentes más importantes de nuestro producto y que serán aprovechados para la alimentación del ganado.

2.-NIVEL DE DESARROLLO E INCUBACIÓN DEL PROYECTO

IDETIN pyme UANEG: Es el encargado de las asesorías sobre nuestro proyecto en el cual se encuentra en proceso de pre –incubación mismo que generamos el concepto y modelo de negocio que queremos seguir, fueron los encargados de la elaboración del plan de negocios con su propia metodología en base a los negocios, el proyecto de emprendimiento se encuentra en proceso de incubación, ya que ha recibido capacitaciones, talleres y procesos para la formación de su empresa.

¿Qué es IDETIN Pyme?

Un instituto de consultoría e incubadora para las pequeñas y medianas empresas del Pacífico de México. Nuestros objetivos son incrementar la rentabilidad y viabilidades de



PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO



las empresas, mejorando su competitividad y favoreciendo su capacidad de innovación e incrementando su cultura empresarial competitiva.

Misión

Contribuir a la competitividad de las Pymes de la región, promoviendo y participando en las redes que dan dinamismo a la innovación, a la tecnología y al desarrollo de la cultura empresarial, generando y difundiendo el conocimiento relativo a los factores que determinan estos procesos.

Visión

Ser un referente internacional en servicios de asesoría, capacitación, información y desarrollo relativo a los factores que determinan estos procesos.

¿Qué hacemos?



Consultoría

Es un servicio de asesoramiento profesional que ayuda a los gerentes y a las organizaciones a alcanzar los objetivos y fines de ésta mediante la solución de problemas gerenciales y empresariales de manera integral, el descubrimiento y la evaluación de nuevas oportunidades de negocio, el mejoramiento del aprendizaje y la puesta en práctica de los cambios necesarios



Incubación

Proceso donde las ideas y la innovación se transforman en negocio. Brindamos la infraestructura y los servicios necesarios para dar apoyo a las empresas de reciente creación: Asesoría, información, capacitación en habilidades empresariales y acceso a redes de negocios



Internacionalización

Servicio por medio del cual se mantiene una estrecha relación con las empresas exportadoras y/o importadoras de la región brindándoles información detallada en tiempo y forma sobre leyes, reglas, normas, apertura y ampliación de nuevos mercados en colaboración con instituciones de gobierno que apoyan el comercio internacional.



PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO



3.-VIABILIDAD EMPRESARIAL Y POSIBILIDADES DE ESCALAMIENTO

Ser una empresa productora y comercializadora de suplementos alimenticios naturales para todo tipo de ganado, que se caracterice por su contribución al mejoramiento del rendimiento en la producción y al cuidado del medio ambiente, buscando posicionarse en el mercado regional, posteriormente de manera nacional y a largo plazo a escala internacional teniendo presencia en mercados exteriores

4.-PERTINENCIA DEL PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO

La empresa Agrovit S.A. de C. V. Tiene como objetivo resolver unas de las más grandes problemáticas que tenemos hoy en día en la producción de ganado, Las cuales son: el abastecimiento de alimento de calidad para el ganado en temporada de escases; el rendimiento en la producción de carnes con una fuente confiable de proteínas a través de un productos orgánicos; así como la generación de productos innovadores y de calidad a un buen precio para ayudar al desarrollo ganadero de las zonas rurales.

5.-POSIBILIDAD DE CRECIMIENTO

Las posibilidades de crecimiento del producto aumentaran respecto a la cartera de clientes potenciales pues se estima que a medida que esta cartera vaya aumentando por ende el producto tendrá más demanda; el producto a su vez será dirigido a un mercado en el cual la demanda de alimento para el ganado es relativamente elevada por lo que podremos brindar un buen abastecimiento a gran parte de los ganaderos de los poblados del municipio de Choix, puesto que es un producto que lo necesitan para su uso diario.

Por supuesto tendremos que adaptarnos a las necesidades que nuestro mercado demande y la empresa esta dispuesta a innovar el producto en lo que sea necesario,



PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO



por ejemplo; en cuanto a tamaño, presentación del empaque, e incluso ofrecer nuevos productos dentro de la línea.

6.-RECURSOS MATERIALES, ECONÓMICOS, HUMANOS E INFRAESTRUCTURA NECESARIOS PARA LLEVAR A CABO EL PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO

Recursos materiales:

- Maíz.
- Sorgo.
- Cabezas de camarón.
- Residuos de jaiba.
- Mochote (maíz quebrado de las cribadoras).

Proceso de fabricación del bien o servicio

El procedimiento para elaborar las presentaciones de “GRAMAR” es sencillo siempre y cuando se cuente con los insumos requeridos y en las condiciones específicas que dan al producto ese toque esencial y novedoso. A continuación se detallan cada uno de los pasos para básicamente obtener el producto:

Se reúnen las semillas de maíz y sorgo en un contenedor se verifica que estén en buen estado, de ser así se incorporan al molino, se mide la cantidad necesaria de las cabezas de camarón y de los desperdicios de jaiba y se añaden junto al molino.

Se debe esperar 20 min para que se pulvericen cada uno de los elementos, pasado ese tiempo se saca una muestra y se verifica que posea la apariencia polvosa deseada, si esta granulada se regresara al molino se esperara por 10 min más para obtener la pastosidad deseada.



PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO



Si se obtiene la mezcla deseada se retirara la mezcla completa del molino y los empleados deberán colocar las cantidades necesarias del suplemento alimenticios en los costales de papel, deberán sállalo y apilarlos para su previa transportación.

Recursos Económicos:

Este producto pretende obtener fondos económicos atreves de sociedades privadas, AGROVIT S. A. DE C.V. es una empresa privada ya que la totalidad de su capital está en manos de accionistas y no depende del estado y están en contraste con las instituciones estatales, como empresas públicas y gubernamentales. Es una corporación que se considera anónima ya que tiene una responsabilidad limitada con fines de lucro o así la responsabilidad ilimitada que tiene una persona jurídica distinta de sus miembros.

Recursos Humanos

Producción

Dpto. de producción

- Encargado de producción
- Encargado de almacén
- 10 Obreros

Responsable producción.

En este departamento de producción se solicita y se controla el material con el que se va a trabajar, se determina la secuencia de las operaciones, inspecciones y los métodos, se piden las herramientas, se asignan tiempos, se distribuye y se lleva el control del trabajo, se programa, se logra la satisfacción del cliente. En este campo se revela cómo se realiza la producción, como se lleva a cabo, como se ejecuta y cuánto tiempo toma hacerla, para ello se lleva a cabo una introducción.



PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO



Responsable de almacén:

Se encarga de verificar la mercancía almacenada, Supervisa y distribuye las actividades del personal a su cargo. Supervisa la entrada y salida de materiales y equipos del almacén. Verifica la codificación y registro de mercancías que ingresa al almacén. Elabora la programación anual de las adquisiciones para la dotación del almacén. Elabora órdenes de compra para la adquisición de materiales e informa a la unidad de compras y suministros. Atiende e informa al público en general. Supervisa los niveles de existencia de inventario establecidos de bienes y servicios. Mantiene actualizados los sistemas de registros. Supervisa la selección de materiales y equipos en cuanto a identificación, tipo y calidad. Revisa, firma y consigna inventarios en el almacén. Supervisa el despacho de mercancía a las dependencias que realizan las requisiciones. Realiza reportes diarios de entrada y salida de material del almacén. Realiza y/o coordina inventarios en el almacén. Lleva el control de la contabilidad de las requisiciones. Revisa y conforma informes, correspondencias de caja chica, control de asistencia, relaciones de gastos y otros. Archiva requisiciones de mercancías, requisiciones de compra, guías de despacho y órdenes de entrega. Lleva el control de mercancía despachada contra mercancía en existencia. Establece métodos de trabajo, registro y control en el almacén. Mantiene en orden equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía.

ADMINISTRACION

Dpto. de Administración

- Director general: Establecer los planes de desarrollo de la empresa.
- Gerente general: Coordinación de los recursos de la organización.
- Secretaria: Llevar y organizar todos los pendientes, hacer la agenda del gerente para atender sus asuntos, llevar un control de facturas.
- 5 licenciados en diversas áreas
- recepcionista

(Logística, administración, marketing, Comercialización, finanzas)



PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO



Logística.

La logística es un medio necesario para llevar a cabo la organización de dicha empresa, o de un servicio, especialmente de distribución logística implica tareas de planificación y gestión de recursos. Su función es implementar y controlar con eficiencia los materiales y los productos, desde el punto de origen hasta el consumo, con la intención de satisfacer las necesidades del consumidor al menor coste posible, así mismo es el encargado de elaborar mantener y desarrollar los canales de distribución del producto.

Recepcionista.

Se encarga de atender a los clientes por medio de llamadas. Así mismo de organizar las entradas y salidas del personal que entra a la organización. Otras de las funciones es el recibir los pedidos que se requieran.

Ventas

- Agente de ventas: Comercializar el producto hacer las visitas a los puertos, ofrecer nuestros productos en los puertos de venta.
- Supervisor de ventas: se encarga de los agentes de venta, la otorgación de créditos y la evaluación de los desplazamientos del producto y hacer visitas especiales a clientes de suma importancia.
- 2 Distribuidores

El departamento de ventas está encargado de hacer las siguientes actividades:

- Elaborar pronósticos de ventas
- Establecer precios
- Realizar publicidad y promoción de ventas
- Llevar un adecuado control y análisis de las ventas.

Dentro de las medidas de control para realizar las operaciones de venta tenemos que:



PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO



- El departamento de ventas debe mantener una relación directa con el almacén a fin de contar con suficiente inventario para cubrir la demanda. Los vendedores deben tener una relación estrecha con el departamento de créditos para evitar vender a clientes morosos, conocer las líneas de crédito, así como el saldo de cada cliente. No deben existir preferencias entre clientes en cuanto a plazos, descuentos, a menos que sean autorizados por la gerencia general. Como se puede notar el departamento de ventas juega un rol principal para el éxito de la empresa, así que el tener muy en claro sus funciones será de mucha ayuda al momento de hacer la planeación de las ventas de la empresa.

7.-CONTEXTO LEGAL, ÉTICO, MORAL Y AMBIENTAL QUE CONTEMPLA EL PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO

Trámites para constituirnos como empresa Agrovit

La empresa dispondrá del tiempo para realizar estos trámites para obtener el reconocimiento del gobierno, constituirnos legalmente como empresa que es un paso esencial que sea considerada legalmente establecida por el Gobierno y pueda funcionar en forma regular.

1. Permiso para constituirse como persona moral.
2. Protocolización del Acta Constitutiva.
3. Inscripción en el Registro Federal de Contribuyentes.
4. Inscripción del Acta Constitutiva (Excepto Sociedades Anónimas, ya que el notario realiza el trámite).
5. Aviso Notarial a la Secretaría de Relaciones Exteriores.
6. Presentación ante el registro público de la propiedad y del comercio.
7. Inscripción de la Empresa.
8. Solicitud de Uso de Suelo y/o Construcción.
9. inscripción ante el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) y el Instituto del
10. Fondo Nacional para la Vivienda de los Trabajadores (INFONAVIT).
11. inscripción de la Empresa en la Secretaría de Salud
- 12.. inscripción en el SIEM
- 13.. Establecimiento de la Comisión de Seguridad e Higiene.



PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO



8. PLAN DE NEGOCIOS

INTRODUCCION

El siguiente proyecto consiste en la producción y comercialización de suplemento alimenticio para ganado, que se caracterizara por estar elaborado de granos y semillas con residuos de mariscos como son camarón y jaiba.

En si nuestro producto será una adecuada opción para la alimentación y cría de ganado en México, en el norte de Sinaloa con enfoque en el municipio de Choix al tener una gran explotación por esta actividad económica, factor que será clave para el éxito de nuestro producto. El aprovechamiento de los residuos de mariscos resultara una gran opción ya que generalmente no se aprovechan y son desechados, en cambio en nuestro caso serán uno de los componentes importantes de nuestro producto y que serán aprovechados por la alimentación del ganado.

En México, tradicionalmente se utilizan técnicas de alimentación a base de forrajes solamente, careciendo de proteínas y lípidos como los que brindara este nuevo producto, es así que su adecuado uso le brindara un mejor rendimiento en cuanto a producción de carne, leche y pieles, lo que sería una oportunidad de crecer más económicamente. Nuestro mercado será Choix una de las zonas con más producción ganadera de Sinaloa, la cual depende de la explotación de esta actividad para mantener estable su economía.

Gramar es un producto elaborado por la empresa Sinaloense mexicana AGRO-VIT S.A. DE C.V. la cual está ubicada en carretera Los Mochis-Higuera de Zaragoza.

El producto pretende posicionarse primero dentro del mercado local, por medio de una adecuada investigación de mercados y análisis de las necesidades de aquella zona, pues la introducción de este producto innovara por completo, ya que no existen en su mercado un producto similar y que sea tan provechoso a la hora de la cría del ganado.



PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO



1.- DESCRIPCION DEL NEGOCIO

GRAMAR

1.1 JUSTIFICACION

El proyecto tiene como finalidad dar a conocer la viabilidad de nuestro producto, es por eso que realizamos nuestro plan de negocios analizando el mercado, sus particularidades y competencia, así como su rentabilidad, determinando así que la zona del municipio de Choix es la mejor opción para comercializar nuestro producto.

Este producto fue hecho con la finalidad de ofrecer una opción diferente de alimentación para el ganado que México posee, esperando la satisfacción de nuestros clientes, dando solución a una problemática que acecha a la calidad de la alimentación de ganado de la que actualmente carece la mayoría de los criaderos ganaderos.

1.2: NOMBRE DE LA EMPRESA

Agrovit

1.3: DESCRIPCION DE LA EMPRESA

La empresa pertenece a la rama de: Elaboración de alimento para ganado con clave 183 en la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, ya que se encarga de la elaboración de suplemento alimenticio para ganado a base de granos y semillas de maíz y sorgo además de residuos de mariscos como son camarón y Jaiba. De igual manera es la encargada de comercializar el producto a todos aquellos que se dedican a la explotación de la actividad ganadera en el Norte de Sinaloa, específicamente en el municipio de Choix.

1.3.3 ALCANCE

Nuestro producto se dirige básicamente a las personas que se dedican a la crianza de animales bovinos especialmente a los ganaderos de la región norte del estado de Sinaloa, queriendo lograr con ello una mejora en la alimentación de su ganado ya que generalmente suelen alimentarlo de una manera tradicional como lo son los pastizales, es por ella que les ofrecemos aumentar de cierta manera sus ganancias ya que



PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO



aseguramos que su ganado estará más fuerte y por lo tanto su producción alcanzara un mayor rendimiento, más carne y leche de la mejor calidad.

Esto les servirá a ellos para poder vender más cantidad de carne a un precio más elevado y poder ofrecerla con mejor calidad logrando satisfacer todos los deseos y necesidades de sus clientes. Se pretende acaparar un 40 a 50% del mercado que son los ganaderos de esa ciudad, esperando lograrlo al no existir competencia alguna. La empresa se encargará de la investigación del desarrollo y producción del producto así como de la comercialización e introducción en el mercado en este caso la región norte del estado Sinaloa principalmente el municipio de Choix para que de esta manera sea la misma empresa la que lo distribuya de manera directa

1.3.4 FORMA JURIDICA

Sociedad anónima: somos una sociedad mercantil con personas jurídicas en el que el capital está dividido en acciones integradas por las aportaciones de los socios que no responden personalmente de las deudas, también existen varios socios que su función y obligación se limita solamente al pago de sus acciones. Dando así que las acciones serán de igual valor y por lo tanto conferirán igual derechos, sin embargo en el acta constitutiva podrá estipularse la división del capital en varias partes de acciones con derechos especiales para cada una de dichas partes.

1.3.5 GRADO DE DESARROLLO

La ganadería es una actividad de gran impacto económico y social para el norte de Sinaloa que como entidad productora y exportadora de alimentos, mantiene una presencia importante en el rubro, el concentrado de alimento para ganado marca GRAMAR pretende acaparar el mercado ganadero ofreciendo un producto orgánico e innovador que aporta un gran valor nutrimental y que contribuye al proceso de crianza, engorda de ganado y producción de lácteos, con GRAMAR aspiramos a que el 70% de los ganaderos de Choix y sus alrededores nos conozcan y consideren como alternativa para aumentar la producción y competitividad del sector. El éxito estimado se debe al impacto que se ofrece en comparación a la alimentación tradicional que los ganaderos de la región aplican para la crianza de animales bovinos.



PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO



1.3.6 NATURALEZA DE ACTIVIDAD

La naturaleza de nuestra empresa se encuentra dentro del sector secundario la cual se clasifica como una industria manufacturera debido a que es la misma empresa quien realiza los procesos de transformación de la materia agrícola y proveniente del mar para la creación de un producto final. En este sentido la empresa presenta la característica de ser una empresa totalmente innovadora en cuanto a la elaboración e insumos del producto, los cuales son fácil de obtener en toda la región. El origen de nuestra empresa es privado y de capital nacional esto es debido a que los capitales que sustentan la empresa son de capital 100% mexicano.

1.4 DESCRIPCION DEL PRODUCTO

El suplemento alimenticio para ganado marca gramar es un producto nuevo e innovador que sirve para mejorar la forma tradicional de alimentar el ganado pues en combinación con forrajes aporta un gran valor nutrimental y mejora el proceso de engorda y producción de leche que normalmente proporciona el ganado, al igual que el proceso de cría ya que a partir de cierto periodo de tiempo el producto puede ser consumido por ganado con menor tiempo de desarrollo. Los ganaderos de la zona de Choix tendrán una nueva alternativa para mejorar la productividad de la actividad económica que ellos más explotan, mediante la mejora de uno de los aspectos importantes dentro de este proceso, es decir mediante la alimentación.

1.5 MISION

Nuestra misión es la creación de alimentos altamente nutritivos y proteínicos para un gran rendimiento en la crianza del ganado y otros animales de campo ofreciendo productos de alta calidad, competitivos y confiables generando un ambiente favorable para el desarrollo de las actividades de nuestros clientes y trabajando por el bienestar de la comunidad y el consumidor.

1.6 VISION

Ser una empresa que se distinga por la calidad y beneficios que le brinda a sus clientes así como lograr expandirnos siendo líderes en el mercado y cumplir con los requerimiento o necesidades que nuestro clientes demanden.



1.7 OBJETIVOS

- Ser una empresa líder en la creación e innovación de alimentos para todo tipo de ganado.
- Ser una empresa socialmente responsable (que procese los desechos de otras industrias logrando darles un mejor uso).
- Contribuir al aprovechamiento de las materias que nos brinda México.
- Implementación de personal de la región para promover el empleo en zonas rurales para un desarrollo económico.
- Pertenecer al mercado local y proveer no solo al estado sino también al resto del país.

1.8 VENTAJA Y DISTINGO COMPETITIVO

- A diferencia de la competencia el producto está elaborado a base de insumos naturales que pueden ser encontrados en la región.
- El precio será accesible y adecuado en función de los beneficios que el producto aporta.
- Los ganaderos demandarían un producto de este tipo pues sus periodos de producción serían más rentables y la alimentación más provechosa.
- Aprovecha materia prima que normalmente se desecha al medio ambiente como son los residuos de camarón y jaiba.

Distintivo competitivo

Variables	Concentrado de alimento para ganado GRAMAR	Pacas de maíz, sorgo y alfalfa.	Forrajes
Valor nutrimental	ALTO	BAJO	ALTO
Vitaminas	✓	X	X
Proteínas	✓	✓	✓
Fibra	✓	✓	✓
Calidad	✓	X	✓
Precio	ACCESIBLE	PRECIO ELEVADO	BAJO
Efectos	RAPIDOS	TARDIOS	TARDIOS
Rendimiento	✓	✓	x
Facilidad de uso	✓	✓	✓
Amigable con el medio ambiente	✓	✓	✓



1.9 ANALISIS FODA

Fortaleza Oportunidades	<p>F1F2O3 El buen uso de la gran variedad de medios nos dará la oportunidad de dar a conocer las cualidades de nuestro producto.</p> <p>F1O4 Dado que Sinaloa es uno de los mejores productores de granos y semillas esto avala que nuestro producto está realizado con materias primas de calidad y por lo tanto nuestro producto será poseedor de alta calidad.</p> <p>F4O5 Sinaloa cuenta con materia prima de calidad similar a los utilizados para la elaboración de nuestro producto, lo cual permitirá darle un plus al producto original teniendo la oportunidad de sacar nuevos productos a la línea.</p> <p>F6O6 El producto no requiere de gran protección para su maniobra y no necesita de maquinaria especializada para su carga o traslado.</p>
Fortalezas Amenazas	<p>F2A1 La utilización de materiales reciclados nos puede permitir abaratar costos así como producir una economía a escala para amortizar posibles inflaciones en el precio de la materia prima y de las crisis económicas que puedan presentarse.</p> <p>F4F5A3 Dado que sus efectos son notables rápidamente no es necesario brindar muestras a ciertos clientes para demostrar los beneficios y calidad del producto.</p> <p>F3A2 Con una buena promoción acerca de los valores nutritivos que posee nuestro producto es posible cambiar la percepción de incertidumbre que puedan generar los clientes con respecto al producto.</p> <p>F1A5 Es importante que una vez teniendo éxito en el mercado no bajar la calidad del producto y brindar un ambiente de confianza a nuestros consumidores para que no cedan a la competencia.</p>
Debilidad Oportunidad	<p>D1O5 Debido a que algunos componentes del producto se consiguen en ciertas temporadas tenemos la oportunidad de obtener sustitutos de la materia prima que poseen ciertas características oleaginosas, ricas en nutrientes y proteínas producidas en esta región.</p> <p>D1O4 Con la diversidad que posee el estado de Sonora y Sinaloa es posible conseguir proveedores de ciertas materias primas haciendo posible la disminución de ciertos costos.</p> <p>D1O7 Es posible encontrar un empaque resistente que restrinja la entrada y salida de micro partículas que puedan dañarlo o contaminar el producto y que evite que su olor se disperse e impregne a otras mercancías.</p> <p>D1O1 Es importante conseguir más proveedores de aquellas materias primas que solo se produzcan por temporadas, de esta manera satisfacer la demanda de un mercado creciente.</p>
Debilidad Amenazas	<p>D3A4 Dado que el clima de la región es muy húmedo el traslado de la mercancía estará expuesto, por ello se adaptó un empaque de manera que no habrá repercusiones en su presentación.</p> <p>D1A2 Es importante el uso de materias de calidad para no generar una imagen negativa y ocasionar competencia directa, además se realizará una mezcla publicitaria acerca de las propiedades de cada ingrediente y materias con las que está elaborado el producto.</p> <p>D2A3 Es importante generar una buena imagen acerca de la calidad del producto para generar aceptación plena por parte de los ganaderos.</p> <p>D4A4 Hay que prever que los empaques sean resistentes para que aislen diversos factores ambientales que se puedan presentar durante el traslado y almacenamiento del producto.</p>



PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO



2- EL MERCADO

2.1 TAMAÑO Y PARTICULARIDADES DEL MERCADO

Nuestro mercado meta son todos aquellos ganaderos con capacidad adquisitiva flexible y que cuenten con ganado para su crianza y explotación, por lo que detectamos que el municipio de Choix al norte del estado de Sinaloa es ideal para que el producto se comercialice, ya que este municipio cuenta con un gran potencial en cuanto a la explotación ganadera y la mayor parte de la población se dedica a la realización de esta actividad.

De manera general la mayoría de la población de dicho municipio cuenta con un nivel de clase social adecuado para la adquisición del producto, pues en gran medida el éxito de la producción ganadera depende de la alimentación, además es un municipio que presenta un buen desarrollo económico y dentro de ese desarrollo una gran parte es debido a la aportación de la ganadería, por lo que se exige un producto como el nuestro que venga a mejorar la productividad y cubrir los requerimientos que el ganado requiere, siendo GRAMAR un producto muy viable.

PARTICIPACION DE LA COMPETENCIA

Prácticamente GRAMAR no enfrentará una competencia de manera directa, pues en el mercado no existe un producto similar al nuestro, pues es ahí donde se detecta la oportunidad de lanzar nuestro producto, pero por su parte si existe una competencia indirecta ya que tradicionalmente el ganado se alimenta de forrajes y pastizales, actividad que puede ser innovada gracias a GRAMAR. Prácticamente en el mercado no hay competencia, la cuestión es dar a conocer el producto, que sea probado para que los ganaderos comprueben los resultados y que el producto logre posicionarse.

3. ETAPA DE MERCADOTECNIA

3.1 PRODUCTO

- **Suplemento alimenticio para Ganado**

Gramar es un suplemento alimenticio para ganado elaborado de materia prima de la región como es el maíz y sorgo con el valor de aportar mayor cantidad de



PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO



proteína y lípidos gracias a que también está elaborado de camarón y jaiba que apoyaran el rendimiento del ganado. La idea de nuestro producto surge después de analizar una serie de propuestas, en base al grado de novedad que tenía cada propuesta o más bien detectar una necesidad que sea posible de cubrir, para aprovechar esa oportunidad, decidimos orientar nuestros esfuerzos hacia un producto innovador en un mercado latente donde básicamente no existe competencia directa para nuestro producto y si contribuiría a mejorar el rendimiento de la ganadería, de igual manera contribuiría con la economía de la región ya que el producto está elaborado con materias primas que se dan muy bien dentro de la región y sobre todo aprovecha recursos que eran desechados al medio ambiente y que serán el sello distintivo de lo que será nuestro producto, obteniendo así un producto nuevo e innovador que contribuya con la ganadería, la economía de la región y el medio ambiente.

3.2 Precio

	Pesos MXN
Mayoreo	\$200
Minoreo	\$250

PROMOCION

Selección de la Mezcla Promocional

-Relaciones Públicas

Las relaciones públicas serán una gran herramienta, ya que tanto de manera interna como externa se pretenderá crear una imagen positiva de la compañía. De manera interna se impulsara un buen clima organizacional entre empleados, gerentes y todo el personal. Para introducir a los empleados se les presentara un manual de bienvenida, se colocaran constantemente boletines. Los directivos realizaran entrevistas a los



PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO



empleados para estar al tanto de su desempeño laboral. En cuanto a lo externo, se pretende dar una imagen positiva, con proveedores, con la comunidad, el gobierno y sobre todo con el cliente. Con los proveedores se pondrá en marcha diversos preceptos como el trato, se buscara que la empresa pueda auxiliarlos en lo que esté al alcance, al igual que evitar realizar pedidos sin una razón fundamentada. Con el gobierno se utilizaran herramientas como el Lobbying para establecer una buena relación con el que tengan un menor impacto las regulaciones y legislaciones que puedan afectar a nuestro producto. En cuanto a la comunidad la empresa buscara contribuir con ella apoyando el desarrollo socioeconómico de la misma, ayudando en todo lo posible a las instituciones benéficas que haya en la comunidad, y sobre todo evitando contaminación.

-Puntos de Venta

En sí la empresa no contara con un punto de venta propio, por lo que no se tendrá un trato directo con el cliente, de lo contrario en el proceso de venta habrá intermediarios, la empresa fungirá como productora y comercializadora ya que suministrara el producto a negocios como son veterinarias y a comercializadoras que distribuyan productos similares, dando la oportunidad de abarcar más mercado. La venta será de dos tipos a menudeo y a mayoreo, donde el precio aplicara diferente para cada una.

-Promoción

De acuerdo al tipo de venta, son dos formas de promoción las que más se ajustan y resultan más efectivas, en primer lugar están las rebajas de negocios, que consiste en ofrecer un descuento al comprar un volumen alto de producto o por realizar el pago de la mercancía de manera rápida. Por otra parte sería muy efectivo la participación en ferias comerciales, siendo la feria “Expo Ceres” la más viable, la cual es una feria agroindustrial que se realiza en la ciudad de Los Mochis Sinaloa en marzo de cada año.



PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO



Publicidad

Por medio de la publicidad nos apoyaremos para dar a conocer el producto y mostrar las características que este posee.

Mensaje o tema central

“Si lo que busca en su ganado es rendimiento, GRAMAR es el mejor alimento”

La idea de nuestro slogan surge debido a que se pretende que el consumidor coloque en su mente una frase muy atractiva y que este resaltando los resultados que se obtienen al alimentar su ganado con GRAMAR. Ya que en el caso de los ganaderos del municipio de Choix siempre están buscando el mejor rendimiento de su ganado para obtener carnes de alta calidad para producción de carnes, leche y pieles, y por supuesto GRAMAR será su mejor opción para el rendimiento que ellos buscan.

MEDIOS MASIVOS

Radio

En la ciudad de choix se acostumbra escuchar la radio diariamente, es un medio de comunicación muy económico y accesible, y en el caso de los ganaderos, ellos acostumbran escucharla por las mañanas, siendo así un medio muy eficaz para publicitar. La principal estación de la ciudad y que es más sintonizada es **La Mexicana 93.3 FM** Y es en la que colocaremos publicidad. Se colocaran spots de radio en determinados días y durante los primeros cinco meses del lanzamiento del producto.

Estación: es **La Mexicana 93.3 FM**

Número de Spots: 15 spot con duración de 30 segundos

Frecuencia: 5 veces al día, durante los días lunes, miércoles, jueves y sábado

Periódico

El periódico será un gran recurso para dar a conocer nuestro producto, ya que en Choix es de gran demanda comprarlo para estar enterados de las nuevas tendencias, y nuestro producto será una de ellas, pero no seremos anunciados en cualquier periódico



PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO



ya que colocaremos contenido en el periódico “El Debate”, el cual tiene impacto en toda la región, ya que es uno de los más leídos por la población y sobre todo por los ganaderos de dicha ciudad. Colocaremos anuncios publicitarios en el periódico en días alternados.

Periódico: La i, El DEBATE

Tamaño: ½ Plana a color

Frecuencia: Domingos, lunes y jueves

Carteles: Se complementará el uso de dos carteles ubicados en las regiones cercanas a la entrada de Choix. **Cantidad:** 2 Carteles. **Tamaño:** 4 Mts X 8 Mts.

Internet: se utilizarán las redes sociales para hacer publicidad además de contar con una página oficial que permitirá ofrecer información actualizada en cualquier momento.

Cupones y descuentos: utilizados para empresarios y clientes que hagan compras grandes y paguen a tiempo.

OBJETIVOS DEL PLAN DE MERCADOTECNIA

OBJETIVO GENERAL

El objetivo general es dar a conocer el producto, brindando una campaña promocional lo suficientemente adecuada para los consumidores de tal manera que esta nos pueda servir como una herramienta administrativa en el ámbito mercadológico, que por medio de su implementación ayude a potenciar gradualmente el número de los clientes, por lo cual ayudara a maximizar los ingresos y el crecimiento de la empresa.



PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO



OBJETIVOS ESPECIFICOS

2.3.1 OBJETIVOS

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar a la competencia y a los productos con los que cuenta.
- Determinar la factibilidad del proyecto.
- Identificar el comportamiento y preferencias del mercado.
- Fortalecer la inversión de la empresa a través de la comercialización de producto.
- Realizar un análisis FODA a través de la investigación para ver cómo va la empresa y sus factores críticos como base.
- Cubrir los bienes y servicios que el cliente necesite, ofreciéndoles los productos y servicios

NORMAS DE CALIDAD, NOM, NMX APLICABLES AL PROYECTO

El cumplimiento de las especificaciones y lineamientos establecidos por las siguientes normas será verificado por la Dirección General de Salud Animal, así como a las Delegaciones de la Secretaría de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural, así como por las unidades de verificación aprobadas que ésta designe.

CLAVE:	PROY-NOM-061-ZOO-1999
TÍTULO:	Especificaciones zoosanitarias de los productos alimenticios para consumo animal.
Temas:	SUSTANCIAS TÓXICAS, ETIQUETADO
Publicación en el D.O.F.:	10/ago/1999
Entrada en vigor:	26/oct/1999
Estado actual:	VIGENTE
Especificaciones :	<p>Para la correcta aplicación de esta Norma se deben consultar las siguientes normas oficiales mexicanas:</p> <p>NOM-012-ZOO-1993, Especificaciones para la regulación de productos químicos, farmacéuticos, biológicos y alimenticios para uso en animales o consumo por éstos.</p> <p>NOM-022-ZOO-1995, Características y especificaciones zoosanitarias para las instalaciones, equipo y operación de establecimientos que comercializan productos químicos, farmacéuticos,</p>



PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO



biológicos y alimenticios para uso en animales o consumo por éstos.

NOM-025-ZOO-1995, Características y especificaciones zoosanitarias para las instalaciones, equipo y operación de establecimientos que fabrican productos alimenticios para uso en animales o consumo por éstos.

NOM-040-ZOO-1995, Especificaciones para la comercialización de sales puras antimicrobianas para uso en animales o consumo por éstos.

CLAVE:	NOM-251-SSA1-2009
TÍTULO:	Prácticas de higiene para el proceso de alimentos, bebidas o suplementos alimenticios.
Tema:	BUENAS PRÁCTICAS, ALIMENTOS, BEBIDAS, BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS, SUPLEMENTOS ALIMENTICIOS
Publicación en el D.O.F.:	01/mar./2010
Entrada en vigor:	26/nov./2010
Estado actual:	VIGENTE

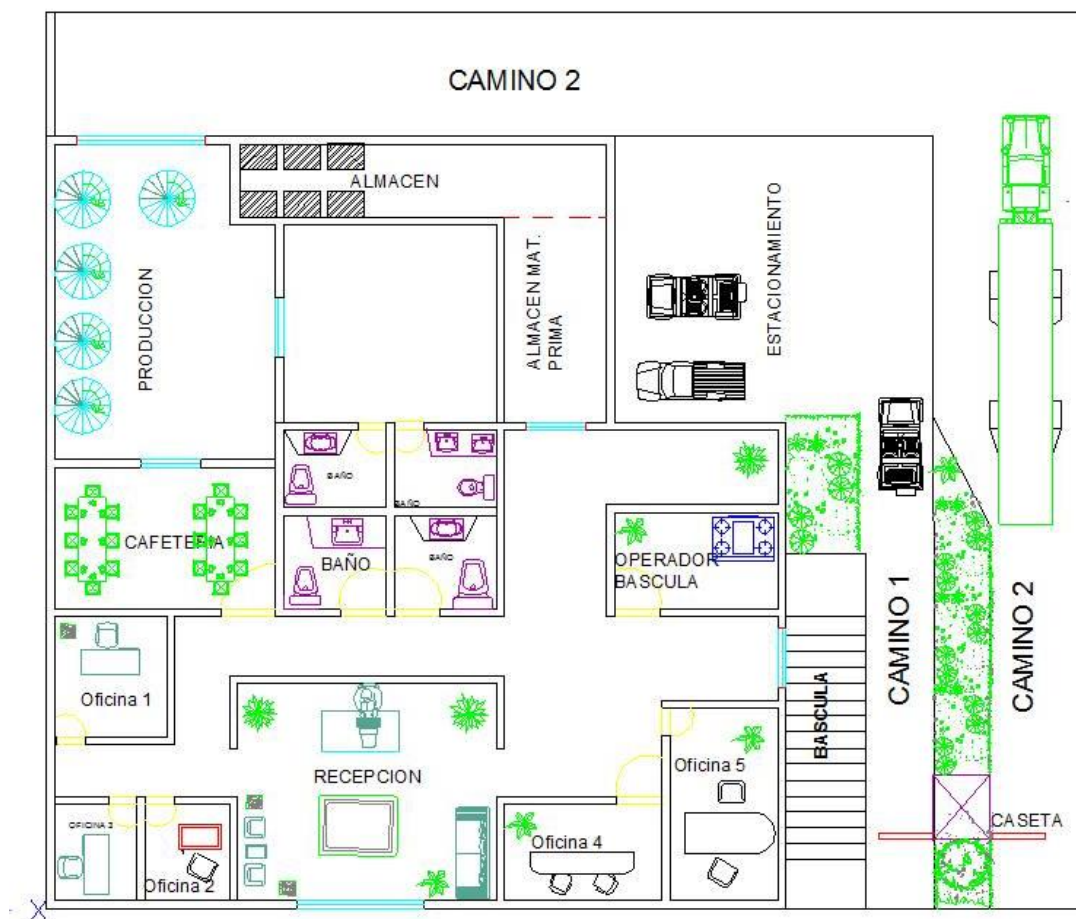
CLAVE:	NOM-003-SSA1-2006
TÍTULO:	Salud ambiental. Requisitos sanitarios que debe satisfacer el etiquetado de pinturas, tintas, barnices, lacas y esmaltes.
Temas:	SUSTANCIAS TÓXICAS, ETIQUETADO
Publicación en el D.O.F.:	04/ago/2008
Entrada en vigor:	26/sep/2010
Estado actual:	VIGENTE
Modificación:	Modificación de los numerales 5.2.1, 5.2.2, 5.2.3, 5.2.4 y 5.2.4.1 del apartado 5 de Especificaciones de la Norma Oficial Mexicana NOM-003-SSA1-2006, Salud ambiental. Requisitos sanitarios que debe satisfacer el etiquetado de pinturas, tintas, barnices, lacas y esmaltes, publicada el 4 de agosto de 2008. DOF-14-07-10

Normas Mexicanas (NMX).- son elaboradas por un organismo nacional de normalización, o la SE. Establecen los requisitos mínimos de calidad de los productos y servicios, con el objetivo de proteger y orientar a los consumidores. Su aplicación es voluntaria, con excepción de los casos en que los particulares manifiesten que sus productos, procesos o servicios son conformes con las mismas; cuando en una NOM se requiera la observancia de una NMX para fines determinados.



NMX-Y-036-SCFI-2006	03/03/2006	La digestibilidad de proteínas de origen animal-método de prueba
NMX-Y-334-SCFI-2004	22/04/2004	Productos para uso agropecuario-ingredientes de alimentos balanceados para animales-vitamina b6 (piridoxina)-especificaciones y métodos de prueba

DISTRIBUCION DE LA PLANTA LAYOUT





PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO



7.-IMPACTO SOCIAL

7.1.- DETERMINACION DE LOS EFECTOS SOCIALES DEL PROYECTO

Agrovit S.A de C.V. tiene el potencial de generar importantes efectos sociales positivos en el área de influencia del proyecto. Sin embargo, de acuerdo con investigaciones previas llevadas a cabo, estos efectos positivos dependerán de:

1. La interacción entre los distintos grupos de interés y la compañía
2. La línea base social del área de influencia del proyecto.

Por un lado, en términos de interacción entre los distintos grupos de interés y la compañía, los efectos positivos sobre las condiciones sociales se producirán a través de tres procesos:

- I. Los vínculos económicos y el empleo
- II. Los efectos de las políticas corporativas y de responsabilidad social
- III. Mediante el uso eficiente de los ingresos de los gobiernos estatales y locales originados a partir de los impuestos.

Por otro lado, los efectos sociales positivos del proyecto, también estarán en función de la línea de base social del área de influencia del proyecto. Si la línea de base social muestra un alto nivel de capital social, los beneficios derivados de las oportunidades de nuestro producto probablemente serán mayores, ya que para los grupos de interés será más fácil obtener beneficios de las nuevas oportunidades. Por el contrario, si el capital social en el área de influencia es bajo, es probable que los beneficios esperados y la materialización de los efectos positivos derivados del producto se retrasen y en ocasiones no se materialicen si es que la sociedad no aplica las políticas adecuadas.

Siguiendo este razonamiento, el vínculo económico y los efectos sobre el empleo (directo, indirecto y relacionado) producirán un flujo de oportunidades para las personas (trabajadores, proveedores y empresarios locales). Sin embargo, lo más probable es que las primeras oportunidades sean tomadas por personas con un mejor nivel relativo



PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO



de capital social y humano y que están dispuestos a cambiarse de trabajo (por mejores condiciones monetarias y laborales). Desde una perspectiva general, se pretende ilustrar la determinación sobre los efectos de nuestro producto, Gramar, en los indicadores económicos y sociales de México. Examinando la posición relativa del proyecto en el país, así como la forma en que el proyecto podría afectar a la sociedad en el largo plazo.

El análisis incluye los efectos sobre: la inversión y el producto interno bruto, los ingresos fiscales, el empleo, el encadenamiento productivo local, el desarrollo humano y las condiciones sociales.

Esta perspectiva general de análisis significa que los efectos no pueden ser analizados desde un solo punto de vista, por lo que es necesario entender los potenciales impactos sobre el desarrollo humano a través de un enfoque multidisciplinario, entendiendo como estos efectos actúan entre si y como se propagan a través del tiempo.

Esto significa que es importante examinar los efectos de Agrovit en el producto interno bruto (PIB), pero también los efectos sobre el empleo, los impuestos, la demanda local y los futuros escenarios sociales. Del mismo modo, es importante analizar los posibles efectos de Agrovit en la recaudación de impuestos, y como esto podría afectar la capacidad del Estado para mejorar las condiciones sociales actuales y futuras el país.

Por otro lado, los efectos deben entenderse en relación con las tendencias pasadas y analizados en términos relativos. Por ejemplo, los posibles efectos en la reducción de la pobreza serán más o menos importantes en relación con las tendencias pasadas en reducción de pobreza en el área de influencia, o en relación con los niveles actuales de pobreza en el resto de México.

Agrovit generará nuevos empleos directos e indirectos, y también se relacionará con el empleo de la economía local ya existente. El empleo directo se refiere a las personas con un contrato de trabajo directo con la empresa. La estimación de empleo directo a largo plazo es de alrededor de 50 personas. El empleo indirecto del proyecto generado



PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO



y relacionado con el proyecto se basa en el efecto multiplicador de las compras locales y de los sueldos de los empleados directos. En otras palabras, este es empleo generado y relacionado a través del gasto local. Por ejemplo, cuando la empresa contrata servicios de seguridad, una parte importante de este gasto se transforma en salarios, y dichos salarios se transformarían posteriormente en nuevos gastos y a su vez en nuevos salarios nuevamente.

El desarrollo humano y las condiciones sociales son una de las preocupaciones más importantes para la sociedad, especialmente en países en vías de desarrollo y en territorios en donde la pobreza es un problema constante.

7.2 CONTRIBUCION SOCIAL DEL PROYECTO.

Agrovit es una empresa que esta consiente de que la Responsabilidad Social Empresarial no es una moda, sino un elemento esencial para lograr ser una compañía competitiva, es por ello que se implementan diversas acciones como:

- Desarrollo personal y profesional de los colaboradores de Agrovit, brindándoles sueldos justos y prestaciones (más allá de las de ley), además de involucrarlos en los planes de la empresa ya que los consideramos pieza clave para el logro de los objetivos.
- Se optimizara al máximo los recursos tanto de luz eléctrica, utilizando lámparas ahorradoras de luz, así como la reutilización de hojas y el cuidado del agua.
- El empaque de nuestro producto será 100% biodegradable.
- La empresa ayudara a la sociedad rural mediante la generación de empleos bien remunerados, y del consumo de los bienes que se producen en la región tales como el maíz y el sorgo brindando un precio justo a dichas materias.



Análisis Financiero

DESGLOSE DETALLADO DE COSTOS DE LOS ACTIVOS			
COSTO DE MAQUINARIA, MOBILIARIO Y EQUIPO DE PRODUCCIÓN			
1	Molinos pulverizadores	\$45,000.00	\$45,000.00
1	Monatacargas	\$50,000.00	\$50,000.00
3	MAQUINAS DE CORTURA INDUSTRIAL	\$800.00	\$2,400.00
2	BASCULA DIGITAL DE 250 KG	\$36,000.00	\$72,000.00
TOTAL COSTO MOB Y EQUIPO PRODUCCIÓN			\$169,400.00
COSTO DE MOBILIARIO Y EQUIPO DE OFICINA			
2	ESCRITORIO DIRECCION	\$1,600.00	\$3,200.00
1	FAX	\$2,500.00	\$2,500.00
2	COMPUTADORA CON IMPRESORA Y MESA	\$4,000.00	\$8,000.00
4	ARCHIVERO	\$1,500.00	\$6,000.00
1	MESA DE JUNTAS	\$4,500.00	\$4,500.00
1	FOTOCOPIADORA	\$4,300.00	\$4,300.00
1	INSTALACION DE LINEA TELEFONICA	\$5,000.00	\$5,000.00
TOTAL MOBILIARIO Y EQUIPO DE OFICINA			\$33,500.00
COSTO DE EQUIPO PARA VENTAS Y DISTRIBUCIÓN			
1	AUTOMOVILES	\$126,000.00	\$126,000.00
TOTAL DE EQUIPO PARA VENTAS Y DISTRIBUCION			\$126,000.00
GRAN TOTAL DE ACTIVOS QUE SE REQUIERE PARA OPERAR EL PROYECTO DE INVERSIÓN			\$328,900.00

Inversión inicial

\$ 328,900.00

Punto de equilibrio

45,558 Piezas

Tiempo de recuperación

3 Años, 7 Meses



PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO



RESUMEN EJECUTIVO

La empresa Agro-Vit S.A. DE C.V. se dedica a la producción y comercialización de alimento para ganado marca “Gramar”, el cual es un producto totalmente innovador, elaborado con insumos naturales y residuos de mariscos que normalmente se desperdiciaban al medio, obteniendo así la característica de ser amigable con el medio ambiente.

La ventaja principal y por lo que Gramar se caracteriza es por ser un producto innovador frente a la forma tradicional de alimentar al ganado, pues aunque se presenta una competencia indirecta, su composición nutrimental ofrece beneficios mucho más significativos y contribuye a mejorar la producción en todos los sentidos, y se garantiza que los insumos son de la mejor calidad al ser obtenidos de la región la cual se caracteriza por la producción agrícola.

De igual manera, el producto contribuye a ofrecer un alimento para ganado mucho más completo que los forrajes tradicionales, los cuales no se obtienen en todo el año por lo que es necesario almacenarlos para el consumo futuro. Gramar es un producto que ofrece el mismo valor nutrimental que un forraje solo que tiene el plus de ofrecer un valor proteínico que le permite al ganado un mejor rendimiento en cuanto a carne, leche y piel dependiendo el tipo de ganado. Ofreciendo la oportunidad de encontrarse en el mercado durante todo el año y que se vaya adquiriendo conforme a las necesidades de alimentación del ganado, sin necesidad de adquirir forrajes o pastizales en grandes cantidades para almacenar.

Gramar es un producto elaborado completamente en Los Mochis, Sinaloa con proveedores locales. Sin embargo la empresa detectó un mercado muy atractivo en el municipio de Choix, municipio que se caracteriza por contar con muchos puntos donde la ganadería es la actividad más explotada y su producción aumenta año con año, surgiendo esta gran necesidad de ofrecer una alimentación al ganado mucho más completa y que se tenga la posibilidad de encontrar en el mercado cuando sea necesario. Sin embargo la empresa también tiene la posibilidad de expandirse nacionalmente a varios estados de la república que presentan explotación ganadera,



PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO



sobre todo al norte y parte centro del país. Y a largo plazo por supuesto en varios países del mundo como son Uruguay y Australia, quienes se caracterizan por exportar grandes cantidades de carnes provenientes de la ganadería intensiva.

En el caso de la empresa, esta corresponde a una empresa productora de giro comercial, para la obtención de los insumos se buscara contar con proveedores locales que proporcionan lo necesario para producir, se buscara contar con la infraestructura necesaria, el equipo y maquinaria que se requiere para la elaboración del producto. El recurso humano estará conformado con todos los empleados que formaran parte de la empresa, siendo el departamento de recursos humanos quien reclute el personal para cada departamento, y por último en cuanto a recursos económicos será la aportación económica de cada socio y la búsqueda de créditos bancarios lo que nos permitirá la obtención del capital para la inversión inicial la cual será de \$207,000 tomada en cuenta en un presupuesto a recuperarse en 3 años 7 meses con un total de 45,558 unidades vendidas.

La empresa buscara desde sus inicios tener una participación legal en México registrándose ante el SAT y contribuyendo con sus respectivos impuestos desde sus inicios, buscando contribuir también con la generación de empleos y por tanto con la economía del país, buscara el cuidado del medio ambiente y buscando una buena interacción con la comunidad y los consumidores. La marca "Gramar" al ser una marca nueva que pretende ser lanzada al mercado está iniciando el proceso para ser patentada y posteriormente ser comercializada.

Por último es preciso decir que los integrantes de este proyecto emprendedor poseen un perfil de negocios al ser estudiantes de la Licenciatura en Relaciones Comerciales Internacionales, y su aportación ha sido clave para su buen desarrollo, aportando cada uno su visión y formación académica al momento de llevar a cabo cada una de las partes que lo comprenden, desde su desarrollo así como de la detección de los posibles mercados que van desde lo regional, estatal, nacional y por su puesto a largo plazo a nivel internacional poniendo en práctica todos los conocimientos adquiridos en la formación universitaria.