



## AGRADECIMIENTO

### **A DIOS:**

*POR DARME LA OPORTUNIDAD DE TERMINAR MI CARRERA  
UNIVERSITARIA Y AL QUE LE DEBO TODO .MUCHAS GRACIAS SEÑOR.*

### **A MIS PADRES: EVARISTO Y EDITH**

*GRACIAS POR BRINDARME TODO EL APOYO QUE NECESITE DURANTE  
TODO MI CARRERA Y NO TENGO PALABRAS PARA DESCRIBIR TODO LO  
QUE ME DIERON QUE DIOS SIEMPRE LOS BENDIGA.. LOS QUIERO MUCHO.*

### **A MIS MAESTROS:**

*QUE SIEMPRE NOS BRINDARON SUS CONOCIMIENTOS POR LA PACIENCIA  
QUE TIENEN CON CADA UNO DE NOSOTROS COMO ESTUDIANTES NOS  
BRINDAN HASTA LLEGAR A DONDE ESTAMOS.*

**A MIS HERMANOS:** FRANCISCA, JOSE ANGEL, ARQUIMIDES POR SU  
APOYO Y AYUDA CONSTANTE.

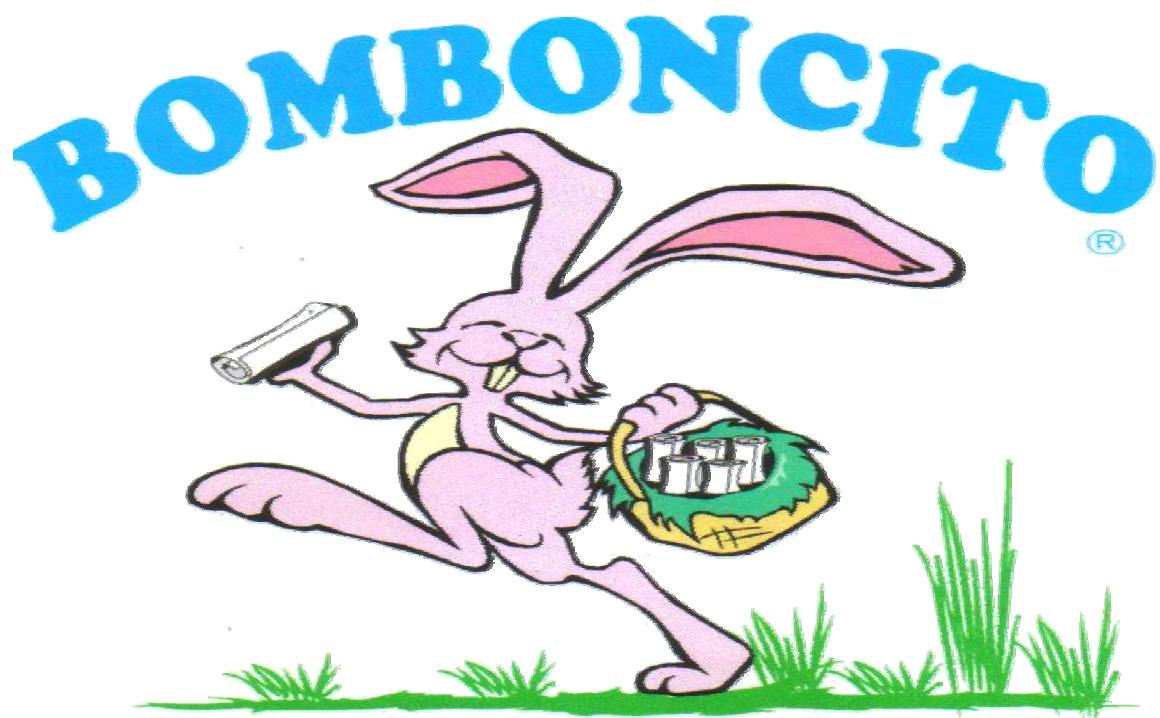
### **A MI NOVIO: JOSE ALFREDO**

*POR ESTAR CONMIGO EN ESTE MOMENTO MUY IMPORTANTE DE MI VIDA..*

**A MIS ASESORES:** LIC. JULIA DONATO REYES  
ING. GILBERTO MARTINES CORTAZAR  
LIC. ROBERTO MONTES



TITULACION: PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PAPEL HIGIENICO  
BOMBONCITO DEL INSTITUTO TECNOLÓGICO.



PRESENTA:  
LIZETH PACHECO SANCHEZ

LIC. EN ADMINISTRACIÓN GENERACIÓN 98/2002



## INDICE

# INTRODUCCIÓN 1

<b>JUSTIFICACIÓN .....</b>	<b>2</b>
<b>SÍNTESIS .....</b>	<b>3</b>
<b>OBJETIVO GENERAL .....</b>	<b>3</b>
<b>MISIÓN .....</b>	<b>4</b>
<b>VISION</b>	<b>4</b>

## CAPITULO I ANTECEDENTES

<b>HISTORIA DEL TECNOLÓGICO .....</b>	<b>6</b>
<b>1.1 ANTECEDENTES DEL PRODUCTO .....</b>	<b>8</b>
<b>1.2.1 SELECCIÓN DE ALTERNATIVAS .....</b>	<b>10</b>
<b>1.3 NOMBRE DE LA EMPRESA .....</b>	<b>11</b>
<b>1.3.1 GIRO DE LA EMPRESA .....</b>	<b>11</b>
<b>1.3.2 OBJETIVO DEL PROYECTO .....</b>	<b>11</b>
<b>1.4 OBJETIVO DE LA EMPRESA .....</b>	<b>12</b>
<b>1.4.1 PROPOSITOS .....</b>	<b>12</b>
<b>1.4.2 VALORES INSTITUCIONALES .....</b>	<b>12</b>
<b>1.5 POLITICAS .....</b>	<b>13</b>
<b>1.6 REGLAS .....</b>	<b>14</b>

## CAPITULO II EL PRODUCTO

<b>2.1. EL PRODUCTO .....</b>	<b>16</b>
<b>2.1.1 OBJETIVO DEL PRODUCTO .....</b>	<b>16</b>
<b>2.1.2 DESCRIPCION DEL PRODUCTO .....</b>	<b>16</b>
<b>2.2 CARACTERISTICAS QUE HACEN EFECTIVO AL PRODUCTO .....</b>	<b>16</b>
<b>2.3 USOS .....</b>	<b>17</b>
<b>2.3.1 PRODUCTOS SIMILARES .....</b>	<b>17</b>
<b>2.3.2 FACTORES RELEVANTES DE CONSUMO .....</b>	<b>18</b>
<b>2.4 VENTAJAS COMPETITIVAS .....</b>	<b>18</b>
<b>2.5 DIAGNOSTICO COMPETITIVO .....</b>	<b>18</b>
<b>2.6 ESTRUCTURA MERCADOLÓGICA .....</b>	<b>19</b>
<b>2.6.1 COLORES EMPLEADOS .....</b>	<b>20</b>
<b>2.6.2 PRESENTACION .....</b>	<b>20</b>
<b>2.7 ETIQUETA .....</b>	<b>21</b>
<b>2.8 PROMOCION Y PUBLICIDAD .....</b>	<b>22</b>



## CAPITULO III FACTIBILIDAD DEL PROYECTO

3.1 INVESTIGACION DE CAMPO .....	24
3.2 METODOS Y PROCEDIMIENTOS .....	24
3.3 ALCANCES Y LIMITACIONES .....	25
3.4 ESTUDIO DE MERCADO .....	26
3.4.1 OBJETIVOS DE MERCADOTECNIA .....	26
3.5 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	27
3.6 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN .....	27
3.7 MODELO DE ENCUESTAS .....	29
3.8 RESULTADOS OBTENIDOS .....	30
3.9 OBJETIVOS .....	35
3.10 MERCADOS .....	36
3.11 INFORME DE LOS SISTEMAS DE COMERCIALIZACION .....	37

## CAPITULO IV ESTUDIO ADMINISTRATIVO

4.1 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL .....	39
4.2 ORGANIZACIÓN DEL PERSONAL .....	39
4.3 CONSEJO ADMINISTRATIVO .....	40
4.3.1 RECURSOS HUMANOS .....	40
4.3.2 MERCADOTECNIA .....	41
4.3.3 PRODUCCION .....	41
4.3.4 COMPRAS .....	42
4.3.5 FINANZAS .....	43
4.3.6 VENTAS .....	43
4.4 ASPECTOS LEGALES .....	44
4.5 FUNDAMENTO LEGAL DE LA EMPRESA .....	45

## CAPITULO V ESTUDIO FINANCIERO

5.1 CEDULA DE REQUERIMIENTO INICIAL .....	47
5.2 TABLAS DE DEPRECIACIÓN .....	48
5.3 PAPELERIA Y UTILES .....	48
5.4 DETERMINACION DE GASTOS .....	49
5.4.1 DETERMINACION DEL COSTO DE EMPAQUE .....	50
5.5 CEDULA DE SEGURIDAD E HIGIENE .....	52



5.6 CONCENTRACION DEL COSTO TOTAL .....	52
5.7 GASTOS DE ADMINISTRACIÓN .....	53
5.7.1 FIJACION DE PRECIOS .....	54
5.7.2 DETERMINACION DEL MARGEN DE UTILIDAD .....	54
5.8 DETERMINACION DE INGRESO .....	54
5.9 CEDULA DE REINVERSION .....	55
5.10 INDICADORES ECONOMICOS .....	56
5.11 ESTADOS FINANCIEROS .....	58
5.11.1 ESTADO DE COSTO DE PRODUCCIÓN Y VENTA .....	59
5.11.2 ESTADO DE RESULTADO.....	60
5.11.3 ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO .....	61

## CAPITULO VI NORMAS DE CALIDAD

6.1 ENVASE Y EMPAQUE .....	63
6.2 DISPOSICIONES DEL PERSONAL .....	63
6.3 INSTALACIONES SANITARIAS .....	66
6.4 SERVICIO A PLANTA .....	66
ANEXOS .....	67
CONCLUSIÓN .....	79
BIBLIOGRAFÍA .....	80



## INTRODUCCION

En el presente trabajo se muestra como se puede desarrollar la creación de una microempresa, así como la comercialización de nuestro producto que va enfocado a todo el público en general.

En este proyecto se muestran los puntos esenciales que debe tener la creación de un producto, como debe estar compuesto, hacia quien va dirigido, como se puede comercializar, las ventajas que brinda dicho producto.

Algo muy importante que se debe tener en cuenta antes de lanzar un nuevo producto es si será aceptado por el publico y que impacto tendrá en el mercado , para poder realizar esto es muy importante conocer cual es la necesidad de los clientes para poder satisfacer esas necesidades con un producto de calidad y que sea del agrado del publico en general.



## JUSTIFICACION

En la actualidad, la higiene personal es indispensable y el empleo de productos no voluminosos y de uso práctico se vuelven acompañantes personales sobre todo para el sexo femenino, sin descartar al sexo masculino.

Uno de esos productos necesarios para higiene y limpieza personal viene a ser el empleo de un mini papel higiénico que sea de uso práctico y de fácil empleo.

Es por eso que surge la idea de la comercialización de un mini rollo de papel higiénico, con un precio accesible, de calidad y que no existe actualmente en el mercado.



## SÍNTESIS DEL PROYECTO

Nuestro proyecto esta enfocado a la comercialización de un papel higiénico, práctico, cómodo y fácil de llevar; que se caracteriza por su tamaño y discreción que permite su uso en todo momento si es necesario.

La idea del mini papel higiénico “BOMBONCITO” surge con la finalidad de tener un producto más pequeño, práctico en su uso, con un precio accesible para el consumidor.

En un futuro integrarnos como empresa “MINITEMI” y tendrá como objetivo posicionarse en el mercado de la región, colocando nuestro producto higiénico y con precio accesible en todos los niveles económicos, proporcionando así un beneficio a la sociedad.

## OBJETIVO GENERAL

Comercializar un mini rollo de papel sanitario para satisfacer los requerimientos del público consumidor, que debido a las actividades que desempeña y al transito permanente necesita de un papel sanitario de dimensiones pequeñas y fácil manejo.



## **MISION**

Ofrecer a nuestros consumidores un mini rollo de papel higiénico que satisfaga sus necesidades bajo las normas de higiene y calidad para su comercialización.

## **VISION.**

Ser líderes en la elaboración del mini rollo de papel higiénico en la región, logrando la aceptación de los consumidores, comprometidos en un proceso de innovación y mejora continua.



# CAPITULO I

## ANTECEDENTES



## Historia de Nuestro Instituto.

El constante empeño del gobierno federal durante la década de los setentas para **incrementar la preparación de la juventud del país**, y el afán de **descentralizar la enseñanza especializada**, ha dado como resultado la proliferación de escuelas de educación superior. El Instituto Tecnológico de Minatitlán, **fue producto de minuciosos y exhaustivos estudio socioeconómicos en el sureste del país que determinaron la necesidad de construirlo en la región** comprendida entre Minatitlán, Coatzacoalcos, Villahermosa y Acayucan, poblaciones en ese entonces carentes de instituciones de estudios superiores en la rama de la tecnología.

El C. Lic. Luis Echeverría Álvarez, candidato a la presidencia de la República, al realizar campaña presidencial en el año de 1970 y encontrándose en una junta de trabajo en el Teatro Auditorio de la Sección No. 10 del S.T.P.R.M., al escuchar una petición del Dr. Esteban Hernández, director en ese entonces de la Escuela Secundaria Técnica Agropecuaria, amenazada con desaparecer, provocó en el una gran inquietud a lo que respondió:

*"Antes de que concluyera de hablar el Dr. Esteban Hernández, antes de que acabara de exponernos el problema que trató, mandé a hablar a la Ciudad de México con funcionarios amigos, a efectos de rogarles me dieran información sobre el asunto. No quiero en estos momentos lanzar una opinión y menos un compromiso, pero aprovecho la oportunidad para rogar a los distinguidos elementos técnicos aquí presentes, que me ayuden a formular, dentro del Instituto de Estudios Económicos, Políticos y Sociales de nuestro partido, un proyecto tecnológico en esta región, que no solo prepare jóvenes con aptitudes para ser empleados, sino también a obreros calificados para servir en este emporio industrial que además, tenga una sección importante dedicada a los estudios ganaderos y de los campesinos de todo el sureste de México".*

Más tarde el entonces candidato volvió a expresar: *"Yo quiero contraer ante ustedes el compromiso, siempre que me aporten sus conocimientos, sus luces y su voluntad . . . pero vamos a poner desde luego manos a la obra . . . "*

La exhortación tuvo respuesta inmediata, los señores industriales, representaciones sindicales, el entonces gobernador del estado C. Lic. Rafael Murillo Vidal, el ex-gobernador C. Lic. Marco Antonio Muñoz y algunos particulares más, aportaron cantidades de dinero que permitieron la creación del Tecnológico. Fue nombrado un patronato pro-construcción que presidió el Ing. Antonio Dovalí Jaime, para que administrara el dinero donado.

A las 10:45 del día 18 de Marzo, el Lic. Luis Echeverría Alvarez, presidente de la República, se hizo presente en los terrenos del Km.277 de la Carretera Transístmica, allí se colocaría la primera piedra de lo que sería el Instituto Tecnológico Regional. En este acto el presidente de la República mencionó:

*"Aquí mismo, siendo el candidato presidencial contrae el compromiso de poner la primera piedra de una gran institución técnica, destinada a la juventud del sur de Veracruz, a la juventud de toda la nación, de aquí podrá prepararse con la eficiencia técnica que la patria necesita. En asamblea pasada, un distinguido conjunto de empresarios mexicanos, la institución Petróleos Mexicanos y el Gobierno de Veracruz, trajeron el compromiso de contribuir a este Instituto Tecnológico, cuya primera piedra colocaré en algunos minutos, pero sepa la juventud del sur, que esta piedra constituye para mí, una promesa de que el Instituto habrá de construirse pronto y eficazmente y aunque los problemas inherentes de la construcción no nos permitieran inaugurarla dentro de pocos meses, el próximo 18 de Marzo vendré, aunque sea solo unos instantes a descubrir la placa que inicie las actividades de este instituto."*

*Dedicamos este Instituto, sobre todo, a los hijos de los trabajadores y los campesinos para que se preparen aquí con convicción revolucionaria, pensando que la patria no solo se edifica con*



***buenos deseos, sino con los esfuerzos perseverantes de individuos preparados. QUE SEA  
POR VERACRUZ Y POR MEXICO."***

De esta manera nace el Instituto Tecnológico Regional "Benito Juárez" de Minatitlán, Ver., abriendo sus puertas a la juventud estudiosa de la región el **17 de Septiembre de 1972**.



## 1.1 ANTECEDENTES DEL PRODUCTO

### ¿CÓMO SURGIO LA IDEA?

La idea del mini rollo surgió en la aula de clases de la materia de formación de emprendedores, con la finalidad de comercializar un producto innovador y accesible, que no existiera en el mercado, iniciamos haciendo una tabla de posibles opciones, después con los comentarios de nuestros compañeros y por experiencia propia de cada uno de los integrantes del equipo nos dimos cuenta de que la mejor elección era la de un mini rollo de papel higiénico innovador y discreto, debido a que todas las personas utilizamos papel higiénico y sabemos lo incomodo que es para los estudiantes, trabajadores y todas las personas que tienen que salir fuera de casa, estar cargando un rollo de papel higiénico, por lo cual optamos por la idea antes mencionada.



## 1.2 TABLA DE OPCIONES

Se realizó una lluvia de ideas para determinar el producto

Productos o servicios	Características	Necesidades o problemas que satisface
1.pastel de zanahoria	*Fácil de hacer *Económico	100% nutritivo
2. Crepas de atún	*Económico	Nutritivo
3. Tortilla Light	*Bajo en calorías y grasas *Nutritivo	Cuerpo sano
<b>4. Mini-rollo de papel higiénico</b>	<b>*Accesible y fácil de usar *Económico</b>	<b>Fácil de llevar</b>
5. Bebida reductora (Light)	*Reduce el peso *Envase accesible	100% natural
6. Calci-toallas	*Cómodo, duradero * Económico	Necesidad primarias
7. Cebiche de zanahoria	*Nutritivo *Fácil de hacer	*Botana *Nutritiva
8. Agua de Capulín	*Económico *Fácil de hacer	*Saludable *Nutritiva
9. Popo envasado	*Nutritivo	*Conservación de la cultura.
10. Mermelada de mango	*Nutritivo *Económico	*Satisface el paladar * 100% natural



### 1.2.1 SELECCIÓN DE ALTERNATIVA

Para la evaluación de las alternativas se maneja una escala del 1 al 5. determinando el No. 5 como el que cubre al máximo de cada criterio.

#### LLUVIA DE IDEAS

Creativa	Nivel de Innovación	Mercado Potencial	Conocimiento Técnico	Requerimiento De capital	Capital
Idea					
1.- Pastel de zanahoria	4	2	4	4	10
2.- Crepas de Atún	3	3	3	3	12
3.- Tortillas Light	2	3	4	4	13
4.- Mini rollo	5	5	3	4	17
5.- Bebida reductora	4	3	2	2	11
6.- Calci toallas	3	3	2	2	10
7.- Ceviche de zanahoria	4	3	4	3	14
8.- Agua de Capulín	3	2	3	4	12
9.- Popo envasado	4	3	3	4	14
10.- Mermelada de mango	4	3	3	3	13



### **1.3 NOMBRE DE LA EMPRESA**

COMERCIALIZADORA *MINITEMI* SA DE CV.

Este nombre se eligió debido a que la idea del producto *Mini* rollo “Bomboncito” surgió en las aulas del Instituto **T**echnológico de **M**inatitlán por lo tanto se unieron las siglas y se formo el nombre.

#### **1.3.1 GIRO DE LA EMPRESA**

COMERCIAL.

La empresa “MINITEMI” se dedica a la comercialización y distribución del papel higiénico en una nueva y pequeña presentación, con el propósito de brindar a los consumidores un mini rollo de buena calidad y práctico.

#### **1.3.2 OBJETIVO DEL PROYECTO.**

Integrar al mercado regional un mini rollo de papel higiénico denominado “BOMBONCITO” innovando y comercializándolo de manera diferente al producto tradicional ya existente (papel higiénico normal).



## 1.4 OBJETIVOS DE LA EMPRESA MINITEMI

### A CORTO PLAZO

Elaborar el mini rollo de papel higiénico BOMBONCITO y distribuirlo en tiendas de abarrotes de Minatitlán, Ver.

### A MEDIANO PLAZO

Distribuir en tiendas y en supermercados ubicados en nuestra región el mini rollo de papel higiénico BOMBONCITO.

### A LARGO PLAZO

Permanecer en el mercado y ampliar a nivel Nacional, la comercialización del papel higiénico BOMBONCITO.

#### 1.4.1 PROPÓSITOS.

- ✓ Impulsar el crecimiento de la región generando fuentes de empleos.
- ✓ Elaborar un producto que contribuya a mejorar la calidad.
- ✓ Participar en el desarrollo económico y social de la región
- ✓ Aprovechar al máximo los recursos que nos brinden

#### 1.4.2 VALORES INSTITUCIONALES.

Nuestra empresa “MINITEMI” ésta fundamentada por un conjunto de valores que compartimos a cada momento como seres humanos como son:

- Honestidad
- Respeto



- Atención
- Servicio
- Creativos

## 1.5 POLÍTICAS.

- Se hará un pago a las trabajadores horas extras en la jornada de trabajo
- Se respetarán los días festivos
- Debe existir discreción en la comercialización del producto
- Fomentar el trabajo en equipo
- Fomentar la ecología
- Prestar un servicio a la comunidad
- Brindar capacitación constante y cuando sea necesario a los trabajador.



## 1.6 REGLAS.

- Portar el uniforme en días laborales
- Ser puntual en la jornada de trabajo
- Brindar las prestaciones con forme lo establecido en la ley hacia los trabajadores de la empresa
- No asistir al centro de trabajo bajo efectos enervantes
- Mantener limpia el área de trabajo
- Llevar acabo la comercialización del producto con calidad
- Llevar en regla la información contable y fiscal
- Los accionista realizarán juntas administrativas los días lunes de cada semana.
- Los accionistas que no asistan a las juntas no podrán revocar las decisiones tomadas



## CAPITULO II

# EL PRODUCTO



## **2.1 EL PRODUCTO:**

Brindar al público en general un producto innovador como lo que es el papel higiénico más práctico y de fácil manejo con un precio accesible y de alta calidad.

### **2.1.1 OBJETIVO DEL PRODUCTO**

Brindar al público en general un papel higiénico mas innovador, práctico y de fácil manejo con un precio económico accesible, y de alta calidad.

### **2.1.2 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO**

El papel higiénico bomboncito es un producto elaborado con hojas de papel sanitario así como también una base de cartón delgada y un empaque de papel corrugado y bolsitas transparentes.

## **2.2 CARACTERÍSTICAS QUE HACEN EFECTIVO AL PRODUCTO DE PAPEL HIGIENICO “BOMBOCITO”**

- Innovador
- Práctico
- Precio accesible
- Producto único en el mercado



- Diversidad en sus empaques
- Pequeño
- Calidad

## 2.3 USOS

A este producto se le puede otorgar diferentes aplicaciones lo cual permite gran diversificación en su consumo utilizado en la siguiente forma:

- ✓ Como un producto de limpieza personal
- ✓ Como producto higiénico en las necesidades fisiológicas

### 2.3.1 PRODUCTO SIMILARES

Dentro de la gama de productos que existen en el mercado de papel higiénico y que en cierta medida representan un reto para nuestro producto, pero qué, si bien son productos de renombre para el público consumidor no presentan las características de practicidad en nuestro producto.

Así pues podemos enumerar productos como:

- KLEENEX
- SERVILLETAS
- SERVITOALLAS
- PAPEL SANITARIO



### 2.3.2 FACTORES RELEVANTES DE COSUMO

- Fácil de llevar
- Práctico
- Discreto
- Económico
- Para todo tipo de persona

### 2.4 VENTAJAS COMPETITIVAS

- Es una nueva modalidad de un papel higiénico que rompe con los esquemas tradicionales del mismo.
- Permite su utilización con discreción.
- Cuenta con una variedad en sus empaques.

### 2.5 DIAGNOSTICO COMPETITIVO

- ❖ En el empaque se proporcionará el Número telefónico, así como la dirección para cualquier queja, aclaración o recomendación y/o promociones.
- ❖ Evaluaciones periódicas, entrevistas y encuestas para determinar el gusto del cliente
- ❖ Alta calidad en el producto y un precio accesible.



## 2.6 ESTRUCTURA MERCADOLÓGICA

### LOGOTIPO

La imagen que presenta a nuestro producto es la de un conejo sonriente, saltando en el campo con una canasta llena de mini rollo y uno en la mano.

### PARTES QUE CONFORMAN LA IMAGEN SON:

#### CONEJO SONRIENTE

Con el cual se representamos, la suavidad y ternura del producto.

#### CANASTO DE MINIROLLOS

Representa lo fácil que es llevarlo con uno.

#### CAMPO

La frescura del producto.

**LA PALABRA SUAVIDAD Y CALIDAD QUE SE ENCUENTRAN DEBAJO DEL PRODUCTO SON CARACTERÍSTICAS DEL MISMO.**

#### BOMBONCITO

Es el nombre por el cual seda a conocer el producto.

#### EL ESLOGAN

Si buscas calidad y suavidad bomboncito te lo da.



## 2.6.1 COLORES EMPLEADOS

### VERDE

Estimular al consumidor que relacione el color con la frescura del producto.

### BLANCO

El cual representa la ternura y suavidad del producto.

### ROSADO

Representa la ternura y suavidad del producto.

### AZUL

Visualiza la resistencia e intensidad del producto.

## 2.6.2 PRESENTACIÓN

### *EL ROLLO*

Se diseño la presentación del producto en un pequeño rollo para su mejor comodidad.

### *EMVASE O EMPAQUE*

El material que se utilizará como envase será un recipiente de nylon transparente con el logotipo del producto y proporciona las siguientes ventajas:

1. Dar una imagen de higiene y frescura



2. Permite que el cliente pueda ver el producto por su transparencia
3. Asegura la conservación del producto que lo protege de la humedad la envoltura de papel corrugado.

## 2.7 LA ETIQUETA

LA ETIQUETA QUE ACOMPAÑARA AL PRODUCTO SERA LA SIGUIENTE.

MINI-TEMI  
Comercializadora de Mini Rollo S.A. De C.V.

¡ Si buscas  
calidad y  
suavidad  
" BOMBONCITO  
" te lo da !



Bomboncito te cautiva con sus atractivas innovaciones .  
Bomboncito el balance perfecto de suavidad y practicidad.

### INGREDIENTES:

Papel Higiénico  
Base de Cartón  
Nylon transparente

Tu opinión es muy importante:  
Llama en Minatitlán al 22-3-21-83 o  
Visitanos en nuestra pagina de internet [www.bomboncito.com](http://www.bomboncito.com)



## 2.8 PROMOCION Y PUBLICIDAD

La publicidad utilizada para dar a conocer el papel higiénico “BOMBONCITO” al público será:

1. Muestras al consumidor
2. Se contratará el servicio de publicidad móvil el cual proporcionará la misma información del volante.
3. Cada 3 meses se les proporcionara a los intermediarios la publicidad referente al producto.
4. Así como la repartición de trípticos.



# CAPITULO III

## FACTIBILIDAD DEL PROYECTO



### **3.1 INVESTIGACIÓN DE CAMPO**

La investigación de campo consiste en obtener información confiable y directa de los usuarios para verificar el índice de aceptación en la comercialización del producto por la empresa MINITEMI para tal efecto se aplicaron encuestas hacia los consumidores con fin de garantizar la comercialización del producto mini rollo de papel higiénico BOMBONCITO.

Al efectuar un análisis, se observa que las personas tienen la preferencia de utilizar el papel higiénico, por lo cual se puede definir que nuestro producto genera una posible demanda.

### **3.2 MÉTODOS Y PROCEDIMIENTOS**

Para llevar acabo la investigación eficientemente, se realizó un estudio de mercado en el cuál se determinan las hipótesis. La encuesta y observación aplicada hacia el consumidor son los instrumentos de investigación, por medio del cual se obtuvo información fidedigna relacionada hacia el producto.

Para la determinación de tal muestra se utilizó la siguiente fórmula:



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

$\sigma$  = Nivel de confianza

N = universo o población

p = Posibilidad a favor

q = Probabilidad en contra

e = Error de estimación

n = Tamaño de la muestra

### 3.3 ALCANCE Y LIMITACIONES

Durante la realización de nuestro proyecto sé no presentaron las siguientes situaciones:

- Poder aplicar los conocimientos técnicos adquiridos durante nuestra carrera.
- El alcance de objetivos como equipo de trabajo.
- La experiencia de llevar acabo un trabajo de campo en cual nos permite desenvolvernos en el ámbito profesional.
- La realización de llevar acabo un trabajo con calidad
- Obtener conocimientos administrativos de una organización
- Lograr los objetivos deseados de nuestro proyecto
- La participación en el concurso de creatividad.

La limitaciones que se nos presentaron para la realización del proyecto son las siguientes:



- Falta de coordinación por parte de los miembros de equipo
- La carencia de presupuesto para el desarrollo del proyecto
- No poder llevar a cabo la fabricación, debido al alto costo
- Aglomeración de actividades individuales al mismo tiempo
- El distinto horario de clase por parte de los integrantes

### **3.4 ESTUDIO DEL MERCADO.**

#### ***3.4.1 Objetivos de mercadotecnia:***

##### ***A corto plazo:***

Introducir al mercado un papel higiénico pequeño (Bomboncito) en Minatitlan.

##### ***A Mediano plazo:***

Distribuir el papel higiénico (Bomboncito) en tiendas de abarrotes y multiservicios, vendiendo 5000 piezas en 6 meses.

##### ***A largo plazo:***

Permanecer en el mercado y distribuir el nuevo producto en otras regiones vendiendo una cantidad de 10,000 piezas al año.



### **3.5 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Debido al incremento de la población económicamente activa que consume sus alimentos en el trabajo y que por ende tiene otro tipo de necesidades de higiene y limpieza, nos hacemos la siguiente pregunta:

**¿ES POSIBLE QUE LA POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA DE LA REGIÓN SEA CONSUMIDORA DE UN MINI PAPEL HIGIENICO PARA CUBRIR SUS NECESIDADES PERSONALES DE FORMA PRÁCTICA?**

### **3.6 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.**

La finalidad de nuestro estudio de mercado es para conocer el número de consumidores en la región.

El objetivo que se pretende cubrir a través de un análisis de estudio es para dar a conocer las presentaciones que tendrán más aceptación para el público, los precios que están dispuestos a pagar por nuestro producto, así como determinar la frecuencia de la demanda del producto.

De esta manera se pretende aceptar o rechazar la fundamentación de nuestro proyecto el cual es:



## HIPÓTESIS

El papel higiénico será aceptado por un 80% de las personas.

Será factible comercializar un mini-rollo práctico y accesible en el mercado para el consumidor

## INSTRUMENTOS

Se utilizaron instrumentos de investigación para la obtención de la información, el cual es la encuesta.

## ENCUESTA

Se elaboró un cuestionario, mediante una encuesta de 6 preguntas, con opción múltiple que consideramos sería del agrado del cliente.



### 3.7 MODELO DE ENCUESTA

#### INSTITUTO TECNOLÓGICO DE MINATITLAN

ENCUESTA REALIZADA PARA CONOCER LA ACEPTACIÓN DE UN MINI-ROLLO DE PAPEL PORTÁTIL, HIGIENICO CON LA FINALIDAD DE PROPORCIONAR AL CONSUMIDOR UNA PRACTICA Y ACCESIBLE PRESENTACIÓN.

1.- ¿Te gustaría que existiera un papel higiénico discreto?

Si                          No

2.- ¿Te gustaría que fuera suave y de calidad a un bajo precio?

Si                          No

3.- ¿En donde te gustaría adquirir este producto?

- a).- Tiendas de abarrotes
- b).- Tiendas de servicios
- c).- Otros

4.- ¿Cómo te gustaría que fuera su presentación?

- a).- Un mini rollo
- b).- Paquete de cuatro mini rollos

5.- ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por un mini rollo?

- a).- \$1.00
- b).- \$1.50
- c).- \$2.00

6.- ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por un paquete de cuatro mini rollos?

- a).- \$5.00
- b).- \$6.00

¡Gracias por su amabilidad al contestar!



### 3.8 RESULTADOS OBTENIDOS

#### RESULTADOS OBTENIDOS ANÁLISIS CUANTITATIVO

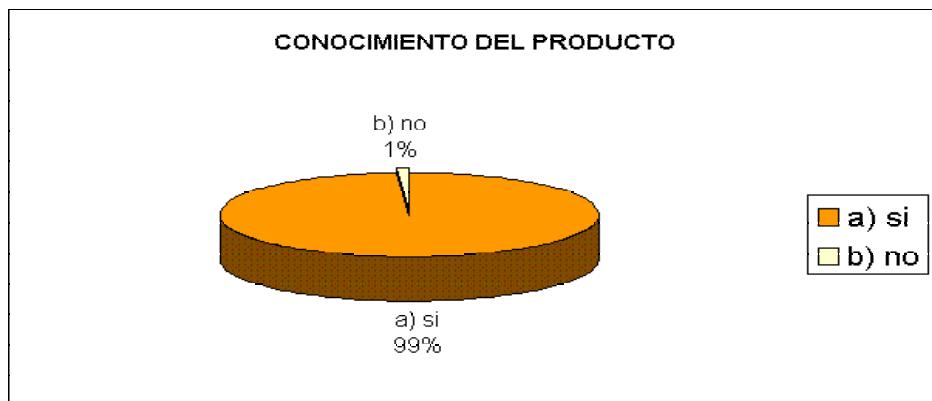
##### 1. ¿TE GUSTARIA QUE EXISTIERA UN PAPEL HIGIÉNICO DISCRETO?

###### FRECUENCIA

a) Sí	99
b) no	1

a) si	99%
b) no	1%

#### GRAFICO



#### INTERPRETACION CUALITATIVA

Se obtuvieron resultados favorables de que exista un papel higiénico discreto obteniendo el 99% en el que afirma una aprobación del dicho papel.

Se considera que de 100 encuestas realizadas solo el 1% no prefiere dicho producto por lo cual nos brinda cierto grado de confianza ya que es un producto conocido, pero el mini-rollo será un producto innovador.



## RESULTADOS OBTENIDOS ANÁLISIS CUANTITATIVO

2. ¿TE GUSTARIA QUE FUERA SUAVE Y DE CALIDAD A UN BAJO PRECIO?

### FRECUENCIA

a) si	97
b) no	3

### GRAFICO



### INTERPRETACIÓN CUALITATIVA

Se determina que el 97% de la población opto por un papel suave y de calidad a un bajo precio, mientras que el 3% de personas encuestadas le da igual la opción de ser aceptado.

El resultado da la facilidad de tener un conocimiento de que el papel es aceptado por el consumidor y esta dispuesto a pagar la cantidad necesaria. Siempre y cuando sea de calidad.

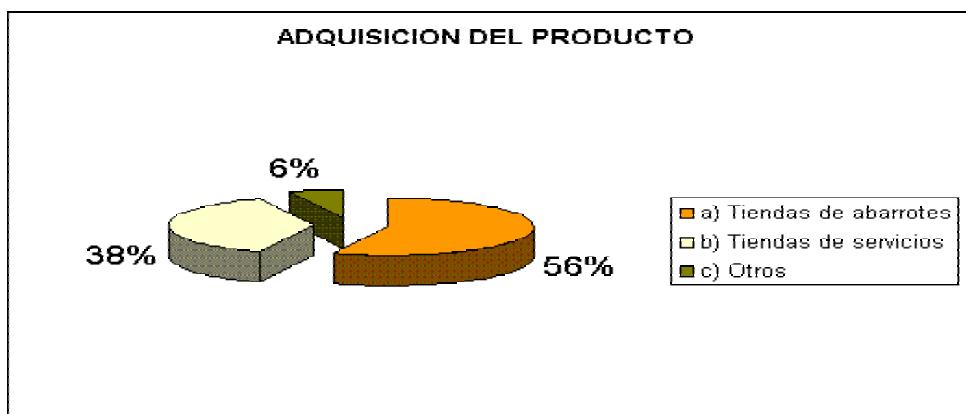


## RESULTADOS OBTENIDOS ANÁLISIS CUANTITATIVO

### 3. ¿EN DONDE TE GUSTARIA ADQUIRIR ESTE PRODUCTO?

	FRECUENCIA
a) Tiendas de Abarrotes	56
b) Tiendas de Servicios	38
c) Otros	6

### GRAFICO



### INTERPRETACIÓN-CUALITATIVA

Comprobamos que un 56% de las encuestas realizadas se facilita adquirir el producto en tiendas de abarrotes, por que existe en cualquier lugar. Mientras que el 38% opto por adquirirlo en tiendas de servicios, lo que nos demuestra que de 100 personas encuestadas el 6 % opto por otros, es decir adquirir el producto ya sea en tiendas de abarrotes o en tiendas de servicios.

Esto determina que es más fácil adquirir el producto mini-rollo en tiendas de abarrotes tomándose en cuenta que posteriormente sea adquirido en tiendas de servicios.

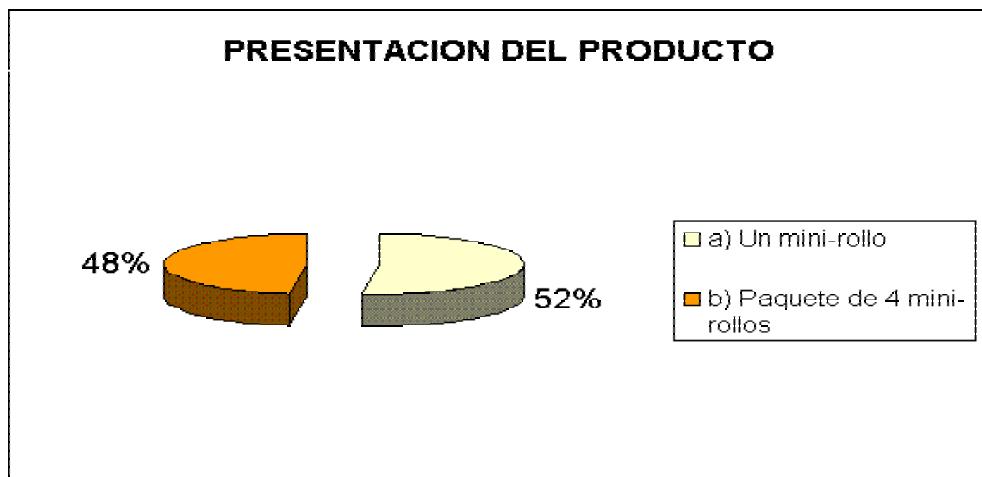


## RESULTADOS OBTENIDOS ANÁLISIS CUANTITATIVO

### 4. ¿CÓMO TE GUSTARIA QUE FUERA SU PRESENTACION?

- |                             |    |
|-----------------------------|----|
| a) Un mini-rollo            | 52 |
| b) Paquete de 4 mini-rollos | 48 |

### GRAFICO



### INTERPRETACIÓN-CUALITATIVA

Con las encuestas aplicadas, la mayoría del público en 52% opto por la presentación de 1 mini-rollo y el 48% sugiere un paquete de 4 mini-rollo.

Esto da como resultado que los consumidores prefieren un mini-rollo por lo fácil y accesible en su presentación, no descartando la opción de atacar el mercado con esta dos posibilidades de la presentación del producto.

### RESULTADOS OBTENIDOS

5. ¿CUÁNTO ESTARIAS DISPUESTO A PAGAR POR 1 MINI-	39
	21
	40



a) \$1.00	39%	39
b) \$1.50	21%	21
c) \$2.00	40%	40

## GRAFICO

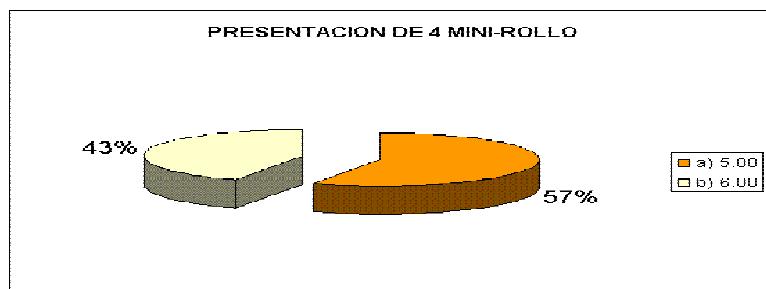


## RESULTADOS OBTENIDOS ANÁLISIS CUANTITATIVO

6. ¿CUÁNTO ESTARIAS DISPUESTO A PAGAR POR UN PAQUETE DE 4 MINI-ROLLO?

	FRECUENCIA
a) 5.00	57
b) 6.00	43

## GRAFICA





## INTERPRETACION CUALITATIVA

Un 57% de las encuestas que se aplicaron optaron por pagar por un paquete de 4 mini-rollos el precio de \$ 5.00 así como el 43% opto por pagar \$ 6.00.

Se determina que un paquete de 4 mini-rollos se manejará a un menor precio ya que las encuestas establecidas arrojaron un resultado de que el consumidor puede adquirir un paquete a un precio de \$ 5.00.

### 3.9 OBJETIVOS

Obtener la aceptación o rechazo de la hipótesis y para ello se diseño el cuestionario con un objetivo a cada pregunta:

**1.-*¿TE GUSTARIA QUE EXISTIERA UN PAPEL HIGIENICO DISCRETO?***

**OBJETIVO:** Saber si es aceptable la presentación de nuestro producto.

**2.-*¿TE GUSTARIA QUE FUERA SUAVE Y DE CALIDAD A UN BAJO PRECIO?***

**OBJETIVO:** Establecer el número de personas que aceptaron el tipo de producto.

**3.-*¿EN DONDE TE GUSTARIA ADQUIRIR ESTE PRODUCTO?***

**OBJETIVO:** Conocer los lugares de ventas de mayor aceptación para realizar su aceptación.

**4.-*¿CÓMO TE GUSTARIA QUE FUERA SU PRESENTACIÓN?***



**OBJETIVO:** Conocer la presentación con mayor aceptación entre los posibles consumidores.

**5.-¿CUÁNTO ESTARIAS DISPUESTO A PAGAR POR UN MINI-ROLLO?**

**OBJETIVO:** Obtener el precio aceptable que los consumidores estén dispuestos a pagar por un producto.

**6.-¿CUÁNTO ESTARIAS DISPUESTO A PAGAR POR UN PAQUETE DE 4 MINI-ROLLO?**

**OBJETIVO:** Obtener el precio aceptable que los consumidores están dispuestos a pagar por el paquete.

### **3.10 MERCADO**

FUE ANALIZADO DESDE LA SIGUIENTE PERSPECTIVA :

#### ***CLIENTE DIRECTO:***

Serán los abarrotes que fungirán como intermediarios entre la empresa comercializadora y los consumidores debido a los resultados arrojados por la encuesta, nos indica que las personas desean adquirir nuestro producto en las abarroteras.

#### ***CLIENTE META:***

Son las personas que se encuentran fuera de casa por cuestiones laborales, estudio u otras actividades.



### **CLIENTE POTENCIALES .**

Detectamos que el mini rollo puede ser adquirido por niños y adolescentes, así como también por personas de diferentes edades .

#### **3.10.1 DETERMINACIÓN DEL SEGMENTO DEL MERCADO**

El segmento de mercado que se pretende abarcar de la manera directa esta formado por las personas que se encuentran fuera de casa por diversas razones en la Ciudad de Minatitlan, Ver.

#### **3.11 INFORME DE LOS SISTEMAS DE COMERCIALIZACION**

Al igual que toda comercialización de producto “BOMBONCITO”; también requiere de un proceso de transformación en dónde se hace necesario la utilización de materia prima, mano de obra, capital, insumo, etc.

La materia prima en utilizar en “BOMBOCITO” (papel higiénico) es:

- Papel higiénico
- Rollo de cartón
- Guantes esterilizados
- Utensilios diversos esterilizados

Los materiales que intervienen en el proceso de comercialización son:

- Empaques
- Etiquetas

Los insumos requeridos para la comercialización son:

- Energía eléctrica
- Agua potable
- Servicio telefónico
- Alcohol

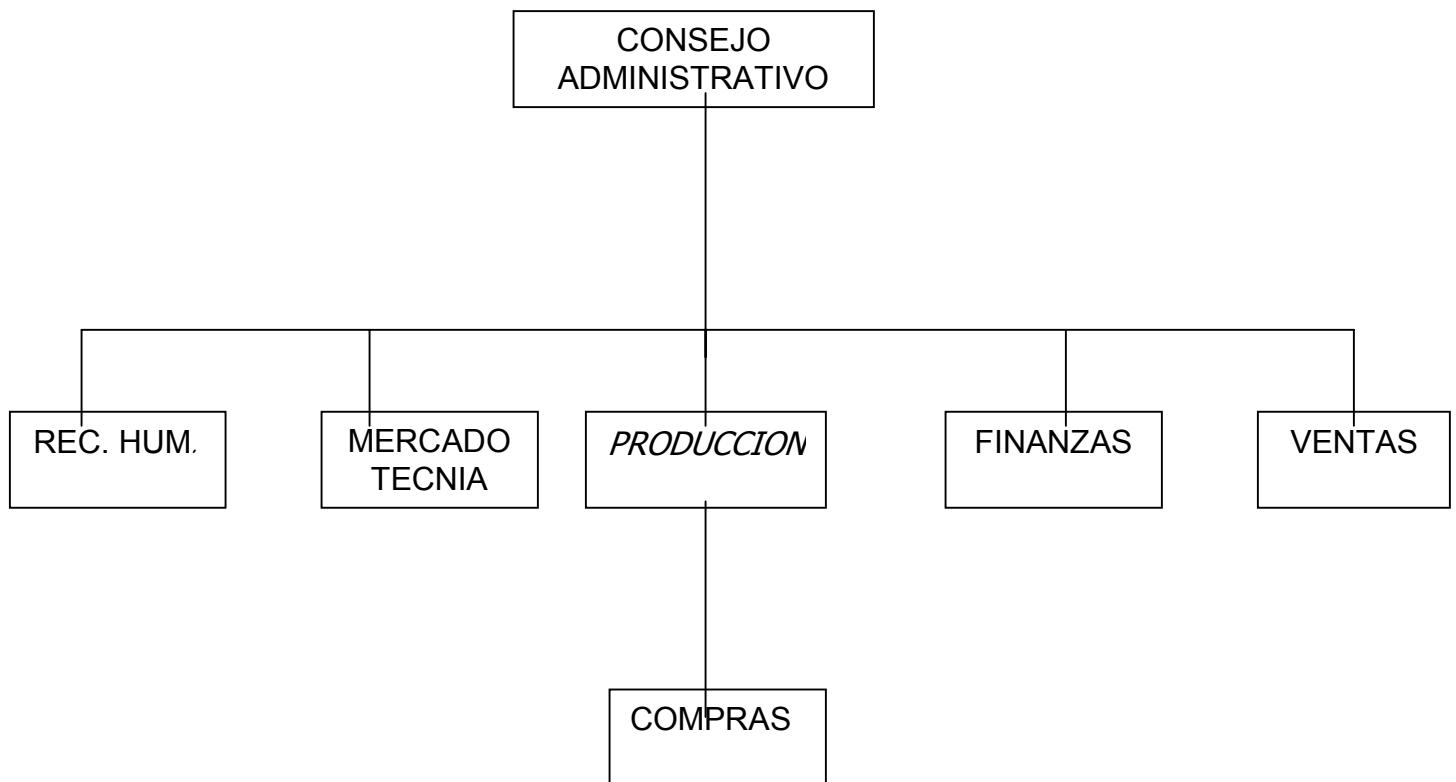


# CAPITULO IV

# ESTUDIO ADMINISTRATIVO



#### **4.1 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL**



#### **4.2 ORGANIZACIÓN DEL PERSONAL**

Definiremos el numero de personas encargadas de cada Departamento de la estructura organizacional .



Así como sus actividades y responsabilidades correspondientes poniendo de manifiesto que por ser una microempresa es reducida el numero del personal que han de laborar en ella.

#### **4.3 CONSEJO ADMINISTRATIVO:**

Esta integrado por cinco socios y sus actividades correspondientes al puesto son las siguientes:

- Realizar el nombramiento de los responsables de los departamentos de Recursos Humanos, Mercadotecnia, Producción, Finanzas y Ventas.
- Analizar los documentos contables de la empresa
- Supervisar el desempeño de cada uno de los departamentos .
- Analizar y autorizar los gastos de cada uno de los departamentos respectivos.
- Controlar y ampliar la ventaja competitiva de la empresa.
- Determinar y planear metas, objetivos y estrategias que permitan el desarrollo de la empresa.
- Realizar los trámites administrativos y legales de la empresa.

##### **4.3.1 RECURSOS HUMANOS:**

Las actividades de este departamento son las siguientes:

- Hacer las convocatorias para reclutar personal necesario para las operaciones de la empresa
- Seleccionar a las personas idóneas en los puestos vacantes
- Realizar las entrevistas necesarias.
- Brindar capacitación a los empleados
- Solucionar los problemas que puedan surgir en la empresa relacionados con el personal.



- Elaboración del contrato individual de trabajo
- Realizar los procesos de liquidaciones y despidos correspondientes.
- Llevar un registro de las inscripciones, altas, bajas y cuotas patronales y laborales al seguro social.
- Realizar los pagos correspondientes a cada trabajador.
- Llevar un registro de los préstamos en efectivo otorgados al personal

#### **4.3.2 MERCADOTECNIA:**

Este departamento es responsable de las siguientes actividades:

- Elaborar la planeación y dirección de la investigación de mercado.
- Realizar un programa de ventas semanal con el fin de planear la ruta de venta optima.
- Informar a la gerencia de producción sobre los pedidos de ventas que se tienen para los períodos próximos.
- Determinar la política de precio en conjunto con los gerentes de los otros departamentos.
- Realizar una proyección de nuevos mercados.

#### **4.3.3 PRODUCCIÓN:**

Las funciones que deberá cubrir este departamento se mencionan a continuación:

- Planear dirigir y controlar la elaboración de productos.
- Rendir informes sobre los recursos materiales que se utilizarán en períodos futuros para asegurar el buen funcionamiento de su área



- Determinar los niveles de producción con base en las estimaciones de la demanda realizada por las oficinas de ventas.
- Determinar y vigilar un nivel de inventarios del producto con la finalidad de satisfacer la demanda de el mismo.
- Asegurarse de la optima utilización de los materiales de este departamento.
- Verificar y asegurarse de la correcta realización de la producción.
- Asegurarse que los productos elaborados sean de acuerdo a lo establecido y con la mejor calidad.

#### **4.3.4 COMPRAS:**

Este deberá cumplir con las siguientes funciones:

- Verificar y asegurar la existencia de la materia prima adecuada para elaborar el producto que se ofrece al cliente.
- Seleccionar a los proveedores de materia prima más convenientes y confiables .
- Realizar las compras de materia prima correspondientes al área.
- Organizar los comprobantes de gastos para brindar informes al encargado de recursos financieros.



#### **4.3.5 FINANZAS**

Las actividades de este departamento son las siguientes:

- Realizar la planeación y control de los recursos financieros vigilando el optimo aprovechamiento de los mismos.
- Determinar en conjunto con el consejo administrativo los sueldos e incrementos de los mismos.
- Proporcionar las cantidades monetarias solicitadas por cada departamento , previa requisición por escrito y aprobación del consejo de administración .
- Establecer un orden de prioridades en la disposición de efectivos.
- Estudiar y proponer nuevas formas de optimización de los recursos financieros.
- Realizar informes periódicos sobre la situación económica de la empresa, mediante balances y estudios correspondientes.
- Rendir informes periódicos acerca de los gastos de cada departamento.

#### **4.3.6 VENTAS:**

A continuación se describen las actividades de este departamento.

- Deberá tener una cartera de clientes a los cuales visitara periódicamente.
- Garantizar la entrega oportuna y eficiente de los productos.
- Determinar rutas de ventas.
- Realizar un informe periódico de la distribución y venta del producto .
- Brindar un servicio de calidad basado en el respeto , servicio y pleno conocimiento del producto.



- Proporcionar informes a cerca de la distribución y de manda de los puntos de ventas.
- Determinar e informar acerca de las posibles mejoras en la eficiencia de a distribución del producto.
- Visitar los diversos puntos de ventas proyectados con el objeto de ofrecer el producto.

#### **4.4 ASPECTOS LEGALES**

Para iniciar actividades de una empresa es necesario tener un procedimiento legal la cual se encuentra conformado por los siguientes puntos :

#### **INSCRIPCIONES Y PERMISOS NECESARIOS**

##### ***PERMISO DE LA SECRETARIA DE SALUD***

Por ser una empresa que trabajara con un papel higienico tiene que tener normas de higiene y salubridad en la elaboración del producto .

##### ***REGISTRO ANTE EL MUNICIPIO***

Se debe cubrir un pago en tesorería municipal por establecer una empresa.

##### ***REGISTRO ANTE LA SECRETARIA DE HACIENDA Y CREDITO PUBLICO***

Es para dar de alta a la empresa para poder hacer tributos fiscales .

##### ***REGISTRO ANTE UN NOTARIO DE LA CONFORMACIÓN DE LA SOCIEDAD***

Nosotros como Empresa decidimos ser una Sociedad Anónima el cual seremos socios y aportáremos Capital en Acciones .

##### ***INSCRIPCIÓN ANTE EL REGISTRO PUBLICO DE LA PROPIEDAD DEL COMERCIO .***



**INSCRIPCIÓN ANTE EL IMSS.**

Para dar de alta al trabajador y brindarle un seguro .

**INSCRIPCIÓN EN LA CANACO**

Ser afiliado en la Cámara Nacional del Comercio .

**S.I.E.M.**

Es el sistema de información empresarial mexicano por lo cual la Ley de Cámara Empresarial y sus Confederaciones establecen que las empresas proporcionen información a dichos sistemas .

**4.5 FUNDAMENTO LEGAL DE LA EMPRESA**

Todas las actividades que se desarrolle se harán bajo el nombre del MINITEMI  
Con la finalidad de que actúen dentro del marco legal de nuestro país.

En lo cual se fundamenta en la siguientes leyes :

- CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS .
- LEY FEDERAL DEL TRABAJO
- CODIGO FISCAL DE LA FEDERACIÓN
- LEY DEL I.M.S.S.



## CAPITULO V

ESTUDIO FINANCIERO  
ESTUDIO FINANCIERO



## 5.1 CEDULAS DE REQUERIMIENTO INICIAL

### MAQUINARIA Y EQUIPO DE TRABAJO

<b>ARTICULO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO</b>	<b>TOTAL</b>
<b>MAQUINARIA</b>			
Bascula pesadora	1	\$ 400.00	\$ 400.00
<b>EQUIPO</b>			
Mesas metálicas	2	450.00	900.00
Anaqueles	2	200.00	400.00
Tijeras de acero inoxidable	5	20.00	100.00
Resistol 500 grs.	4	15.00	60.00
Escobas	3	15.50	46.50
Escurridores	3	12.50	37.50
Franelas	10 mts.	4.50	45.00
Alcohol	20	9.50	190.00
Cubetas de Plástico	2	6.50	13.00
<b>TOTAL</b>			\$ 2392.00

### EQUIPO DE OFICINA

<b>ARTICULO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Escritorio</b>	1	\$ 1,700.00	\$ 1,700.00
Sillas para escritorio	1	350.00	350.00
<b>Calculadora</b>	1	0	0
Engrapadora	1	55.00	55.00
<b>TOTAL</b>			\$ 2,195.00



## 5.2 TABLAS DE DEPRECIACIÓN

Depreciación en línea recta de la maquinaria de trabajo que tiene vida útil de 10 años.

AÑO	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA 10%
2002	\$400.00	40
2003	360.00	40
2004	320.00	40
2005	280.00	40
2006	240.00	40
2007	200.00	40
2008	160.00	40
2009	120.00	40
2010	80.00	40
2011	40.00	40
2012	0	40

### DEPRECIACIÓN EN LINEA RECTA DEL EQUIPO DE OFICINA

AÑO	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA 10%
2002	\$ 2,392.00	\$ 239.20
2003	2,152.80	239.20
2004	1,913.60	239.20
2005	1,674.40	239.20
2006	1,435.20	239.20
2007	1,196.00	239.20
2008	956.80	239.20
2009	717.60	239.20
2010	478.40	239.20
2011	239.20	239.20
2012	0	239.20

Se supone que el activo se desgasta por igual durante cada periodo contable.

## 5.3 PAPELERIA Y UTILES

ARTICULO	CANTIDAD	DIARIO	PRECIO UNITARIO	2002 TOTAL ANUAL	2002 TOTAL ANUAL
Plumas	3 paquetes	0.00012	12.00	36.00	37.80
Lápices	3 paquetes	0.00012	12.00	36.00	37.80



Hojas Bcas.	3 millares	0.00111	80.00	320.00	336.00
Borrador	2 paquetes	0.00013	13.00	3.00	40.95
Sacapuntas	2 paquetes	0.00005	8.00	16.00	16.80
Regla	1 paquetes	0.00003	10.00	10.00	10.50
Libro Diario	2 piezas	0.00032	45.00	90.00	94.50
Esquemas T	4 Blocks	0.00005	4.00	16.00	94.50
Hoja de Balance	4 Blocks	0.00008	6.00	24.00	25.20
Hoja de trabajo	1 Blocks	0.00003	11.00	11.00	11.55
Clips	6 paquetes	0.00016	8.00	48.00	50.40
Grapas	6 paquetes	0.00031	15.00	90.00	94.50
Fólder	2 paquetes	0.00048	70.00	140.00	147.00
Notas de Venta	24 blocks	0.00033	4.00	96.00	100.80
Facturas	400 hojas	0.00833	6.00	2,400.00	2,520.00
TOTALES		\$ 0.01165	\$ 304.00	\$3,337.00	\$ 3,618.30

### MATERIA PRIMA INICIAL

MATERIA PRIMA	REQUERIMIENTO SEMANAL	COSTOS
Papel Sanitario	4 paquetes	40
Resistol	2 paquetes	672
	Total Semanal	712

Requerimiento =  $712 \times 2 = 1,424.00$

Inventario Inicial = \$ 1,424.00 de una quincena de operaciones.

### 5.4 DETERMINACIÓN DE GASTOS

Costos de producción

#### A) Materia Prima.

Tabla de Compras.

INGREDIENTES	UNIDAD	COSTOS	COSTO POR PIEZA
Papel Sanitario	1 paquete	10	\$ 2.50
Resistol	96	336	3.50



## DETERMINACIÓN DEL COSTO DE MATERIA PRIMA DIARIA

Diario  
(1200 porciones)

INGRE-DIENTES	CANTIDAD NECESARIA	PRECIO POR PZA.	COSTO	Mensual (20 días)	Anual (240 días)	2003 \$25956.00
				\$ 2060.00	\$ 24720.00	
Papel Sanitario	50 Rollos	\$ 2.50	\$ 125.00	\$ 2500.00	\$ 30000.00	\$ 31500.00
Resistol	30 Botes	\$ 3.50	\$ 105.00	\$ 2100.00	\$ 25200.00	\$ 26460.00
			\$ 230.00	\$ 4600.00	\$ 55200.00	\$ 57960.00

### PROPORCION

$$\$ = \frac{\text{Costo diario de materia prima}}{\text{No. De productos diarios}} = \frac{230}{1200} = 0.191$$

#### 5.4.1 DETERMINACIÓN DEL COSTO DEL EMPAQUE

COMPONENTE	COMPRA	PORCIÓN	DIARIO 106 PROD	MENSUAL 2 060	ANUAL 24720	ANUAL 2003
Empaque	4 mts. De papel corr. 13600	0.90	92.70	1854	22248	23360.40
Empaque	1 tubo de nylon 250	0.25	25.75	545	6180	6489.00
Etiqueta	Paq. De 20000 pzas 18000	0.40	42.20	824	9888	10382.40
TOTAL		\$ 1.55	\$ 160.65	\$3193	\$38316.00	\$ 40231.80

**B).- MANO DE OBRA**

CANTIDAD DE OBREROS	COSTOS				PROYECCIÓN ANUAL 2003
	PORCIÓN	DIARIO	MENSUAL	ANUAL	
6	.26	\$ 270.00	\$ 8100.00	\$ 97200.00	\$ 102060.00

**C).- CARGOS INDIRECTOS**

Costos Fijos

Determinación mensual

\* Servicios Públicos

▪ Agua

Costo por M<sup>3</sup> para establecimiento Comercio \$ 1.06Consumo estimado al mes 100 M<sup>3</sup>

Costo mensual \$ 106.00

Luz 520.00

Teléfono 400.00

Total mensual \$ 1,026.00

Determinación costo anual

\$ 1,026.00 x 12 = \$ 12,312.00

Determinación costo diario

0.498 x 1200.00 = \$ 597.60

Determinación por porción

\$ 12312.00/24720 = 0.498



### 5.5 CEDULA DE SEGURIDAD DE HIGIENE

ARTICULO	CANTIDAD	PRECIO	CANTIDAD POR 1 UNIDAD	MENSUAL	ANUAL 2002
Cubre bocas	40	\$ 4.00	0.013	\$ 16.00	\$ 192.00
Guantes	48	\$ 10.00	0.033	\$ 40.00	\$ 480.00
Gorros	6	\$ 50.00	0.002	\$ 25.00	\$ 300.00
Alcohol	2	\$18.00	0.0004	\$ 1.66	\$ 20.00
TOTAL				\$ 82.66	\$ 992.00

$$\text{Diario} = \frac{992}{365} = 2.71$$

365

$$\text{Proporción} = \frac{2.71}{0.002} = 0.002$$

### 5.6 CONCENTRACIÓN DEL COSTO TOTAL

CONCEPTO	PORCIÓN	DIARIO	MENSUAL	ANUAL 2002	ANUAL 2003
Materia Prima	0.191	153.33	4600	55200	57960
Empaque	1.55	106.43	3193	38316	40231.8
Mano de Obra	0.26	270	8100	7200	102060
Gtos Indirectos			0		
Gtos Fijos	0.498	34.2	1026	12312	12927.6
Seg. E Higiene	0.0448	2.75	82.66	992	1039.5
<b>TOTAL</b>	<b>2.5438</b>	<b>566.71</b>	<b>17001.66</b>	<b>204020</b>	<b>214218.9</b>



### GASTOS DE VENTAS.

CONCEPTO	CANTIDAD 1 UNIDAD	CANTIDAD 1 UNIDAD	CANTIDAD MENSUAL	CANTIDAD ANUAL 2002	TOTAL ANUAL 2003
(1)Sueldo	0.125	100	3000	36000	37800
Gasolina	0.125	100	3000	43200	45360
Publicidad	0	0	0	0	0
Volantes	0.005	4.16	125	1500	1575
Energía Eléctrica	0.013	10.4	312	3744	3931.2
Teléfono	0.008	6.66	200.00	2400	2520
(1) Uniforme	0.002	1.66	50.00	600	630
<b>TOTAL</b>	<b>0.278</b>	<b>222.88</b>	<b>6687</b>	<b>87444</b>	<b>91816.2</b>

### 5.7 GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

#### CEDULA

CONCEPTO	CANT.POR UNIDAD	CANTIDAD DIARIA	CANTIDAD MENSUAL	CANTIDAD ANUAL	CANTIDAD ANUAL
SUELdos(4)	0.7875	\$600.00	\$ 18,000.00	\$216,000.00	\$226,800.00
PAPELERIA	0.0123	9.36	281.00	3,372.00	3,540.60
EQUIP. OFC	0.0074	5.6	169.19	2,030.00	2,131.50
ENER.ELEC.	0.01365	10.40	312.05	3,744.60	3,931.83
TELEFONO	0.0087	6.66	200.00	2,400.00	2,520.00
UNIFORME4	0.0087	6.66	200.00	2,400.00	2,520.00
	0.8383	\$638.43	\$19,153.87	\$228,146.60	\$241,443.93



### 5.7.1 FIJACION DE PRECIOS

COSTOS TOTALES	MONTOS POR PORCIÓN
COTOS DE PROD.	\$2.5438
GTOS. DE OPERACIÓN	1.1163
VENTAS 0.278	
ADMÓN.08383	
TOTAL	\$3.6601

### 5.7.2 Determinación del margen de utilidad

Se considero la idea de un 30%

Costo total por porción	3.6601
+30 margen de utilidad	1.0980
=precio aprox.	\$4.7581

## 5.8 DETERMINACIÓN DE INGRESOS

### CEDULA DE VENTAS

DETERMINACION DE VENTAS MENSUALES	
No. Intermediarios a satsf.	650
No. productos en consecuencia	30
Frecuencia de las vistas	quincenal

### REQUERIMIENTOS DE PRODUCTOS

$$\text{DIARIO} = 650 \times 30 = 19,500.00$$

$$\text{MENSUAL} = 19,500 \times 2 = 39,000.00$$

**2002**

CANTIDAD POR UNIDAD	PRECIO AL INTERMEDIARIO	TOTAL DE VTA MENSUAL	TOTAL DE VENTA ANUAL
39,000.00	\$5.25	\$ 204,750.00	\$2,457,000.00

**2003**

CANTIDAD POR UNIDAD	PRECIO AL INTERMEDIARIO	TOTAL DE VTA MENSUAL(2002)	VTA ANUAL (2002)
\$ 39,000.00	\$ 5.25	\$ 204,750.00	\$ 2,457,000.00

**5.9 CEDULA DE REINVERSION****ADQUISICIÓN DE EQUIPO PARA EL 2003**

ARTICULOS	PORCION	PRECIO	C.MENSUAL	C.ANUAL
CLIMA	0.0138	12.10	363	\$ 4,356.00
EQUIPO DE REPARTO	0.4166	350.20	10,506	126,072.00
EQUIPO DE COMPUTO	0.0416	35.40	1,062	12,744.00
TOTALES	0.472	397.70	11,931	143,172.00

**DEPRECIACIÓN DEL EQUIPO 2003**

AÑO	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA
2003	\$ 143,172.00	\$ 14,317.20
2004	128,854.80	14,317.20
2005	114,537.60	14,317.20
2006	100,220.40	14,317.20
2007	85,903.20	14,317.20



2008	71,586.00	14,317.20
2009	57,268.80	14,317.20
2010	42,951.60	14,317.20
2011	28,634.40	14,317.20
2012	14,317.20	14,317.20
2013	0.00	14,317.20

## 5.10 INDICADORES ECONÓMICOS

### PUNTO DE EQUILIBRIO

COSTOS FIJOS		
PRODUCCIÓN		\$ 9,208.66
SERVICIOS PUBLICOS	\$1,026.00	
SALARIOS	8,100.00	
SEGURIDAD E HIGIENE	82.66	
		6,687.00
VENTA		
SERVICIOS PUBLICOS	512.00	
SUELdos	3,000.00	
OTROS	3,175.00	
		19,162.16
ADMINISTRACIÓN		
SERVICIO PUBLICO	512.00	
SUELdos	18,000.00	
OTROS	650.16	
		\$ 35,057.82

### COSTOS VARIABLES

MATERIA PRIMA	\$ 4,600.00
EMPAQUE	3,193.00
<hr/>	
	\$ 7,793.00

VENTAS: volumen mensual \$ 195,000.00



## PUNTO DE EQUILIBRIO MONETARIO

$$\begin{array}{l} \$ P.E = C.F = 35,057.82 = 35,057.82 = 36,514.75 = 36,514.75 \\ \underline{1-C.V. = 1-7,793.00} \quad 1-0.0399 \quad \underline{\quad 0.9601} \\ V \qquad \qquad \qquad 195,00.00 \end{array}$$

## PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES

$$C.V.U. = \frac{7,793}{2,060} = 3.7830$$

**U.P.E. COSTO FIJO  
P.V.-CTO.V.UNIT.**

U.P.E.	35,057.82	35,057.87	28,806.79
	5-3.7830		1.217

## TASA INTERNA DE RENDIMIENTO

TIR INV. INIC. 28,851 0.0113  
FLUJO EFECT. 1,837,253.40



## 5.11 ESTADOS FINANCIEROS

### BALANCE INICIAL

<b>MINITEMI</b>			
<b>BALANCE INICIAL AL 01 DE ENERO DEL 2002</b>			
<b>ACTIVO</b>			
<b>CIRCULANTE</b>			
CAJA	\$ 600.00		
BANCOS	2,300.00		
INVENTARIO	7,500.00	\$ 10,400.00	
<b>FIJO</b>			
MAQUINARIA	\$2,392.00		
EQUIP.OFICIN.	2,195.00	\$ 4,587.00	
<b>DIFERIDO</b>			
PAPELERIA Y UTILES	\$3,372.00		
SEGURIDAD E HIGIENE	992.00		
PUBLICIDAD	1,500.00	\$ 5,864.00	
<b>TOTAL</b>			\$ 20,851.00
<b>PASIVO</b>			
<b>CAPITAL</b>			
<b>CAPITAL SOCIAL</b>			\$ 20,851.00

---

**ELABORO**

---

**AUTORIZO**



### 5.11.1 ESTADO DE COSTO DE PRODUCCIÓN Y VENTA

<b>MINITEMI</b>			
<b>ESTADO DE COSTO DE PRODUCCIÓN Y VTAS</b>			
<b>DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2002</b>			
INVENTARIO INICIAL DE MATERIA PRIMA			
+COSTO DE MATERIA P.			\$ 7,500.00
MATERIA PRIMA DIRECTA	\$ 55,200.00		
EMPAQUE	38,316.00		
=MATERIA PRIMA UTILIZ.			\$ 101,016.00
+MANO DE OBRA UTILIZ.			97,200.00
=COSTO PRIMO			\$ 198,5216.00
+ CARGOS INDIRECTOS			
FIJOS	\$ 12,312.00		
VARIABLES	992.00		13,304.00
=COSTO TOTAL DE PROD			211,520.00
-INV. FINAL			7,500.00
=COSTO DE VTA			\$ 204,020.00

ELABORÓ

AUTORIZÓ



### 5.11.2 ESTADO DE RESULTADOS

<b>MINITEMI</b>		
<b>ESTADOS DE RESULTADOS</b>		
<b>DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2002</b>		
VENTAS	\$ 2,340,000.00	
-COSTOS DE VTA.	204,020.00	
=UTILIDAD BRUTA		\$ 2,135,980.00
-GTOS DE OPERAC.		
GTOS DE VTA.	87,444.00	
GTOS DE ADMÓN..	228,146.60	\$ 1,820,389.00

ELABORÓ

AUTORIZÓ

### 5.12 DETERMINACIÓN DEL FLUJO DE EFECTIVO

#### ENTRADAS

<b>CONCEPTO</b>	<b>MONTO</b>
CAPITAL SOCIAL	\$ 20,851.00
INGRESO POR VTAS.	2,340,000.00
SALDO INICIAL DE CAJA	600.00
TOTAL	2,361,451.00

#### SALIDAS

<b>CONCEPTO</b>	
COMPRAS INICIALES	
MAQ. Y EQUIPO DE TRABAJO	\$2,392.00
EQUIPO DE OFICINA	2,195.00
GTOS DE OPERACIÓN	
GTOS DE PRODUCCION	204,020.00
GTOS DE ADMÓN.	228,146.60
GASTOS DE VENTA	87,444.00
TOTAL	\$ 524,197.00



### 5.13 ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO

<b>MINITEMI</b>			
<b>ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO EL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2002</b>			
SALDO INICIAL			
+APORTACIONES INICIALES		\$ 600.00	
+ENTRADAS DE OPERACIÓN		20,851.00	
VTAS DE CONTADO		2,340,000.00	
TOTAL DE ENTRADA			\$ 2,361,451.00
-SALIDA DE INVERSIÓN			
COMP.DE MAQ. EQUIPO	\$2,392.00		
COMPRA DE EQP. DE OFIC..	2,195.00	\$4,587.00	
GTOS DE PROD.	\$204,020.00		
GTOS. DE ADMÓN.	228,146.60		
GTOS. DE VTA	87,444.00	519,610.60	
<b>TOTAL DE SALIDA</b>			<b>524,197.60</b>
<b>SALDO FINAL</b>			<b>\$1,837,253.40</b>

ELABORÓ

---

AUTORIZÓ

---



# CAPITULO VI

## NORMAS DE CALIDAD



## **6.1 Envase y Empaque:**

### **Envase:**

Los productos, objetos de esta Norma se deben envasar en recipientes de tipo sanitario, elaborados con materiales inocuos y resistentes a distintas etapas del proceso de tal manera, de tal manera que no reaccionen con el producto ni alteren las características físicas, químicas y organolépticas del mismo.

### **Empaque:**

Se deben usar envolturas de material resistente que ofrezcan la protección adecuada a los envases, para impedir su deterioro exterior, a la vez que faciliten su manipulación, almacenamiento y distribución.

### **Control:**

Cada lote de producción debe estar respaldado por un certificado de análisis del productor y hoja de identidad con las especificaciones establecidas en esta Norma. Esta información debe estar a disposición del consumidor que la solicite.

## **6.2 Disposiciones para el Personal.**

Toda persona que entre en contacto con materias primas, ingredientes, material de empaque , productos en procesó y terminado, equipos y utensilios, debe observar, según corresponda a las actividades propias de su función y en razón al riesgo sanitario que represente las indicaciones siguientes:



## I.- Personal.

- 1.- Los empleados deben presentarse aseados a trabajar.
- 2.- Usar ropa limpia (incluyendo el calzado).
- 3.- Lavarse las manos y desinfectarlas antes de iniciar el trabajo, después de cada ausencia del mismo y en cualquier momento cuando las manos puedan estar sucias o contaminadas , cuando exista el riesgo de contaminación en las diversas operaciones del proceso de elaboración.
- 4.- Utilizar cubre boca.
- 5.- Mantener las uñas cortas, limpias y libres de barniz de uñas.
- 6.- Usar protección que cubra totalmente el cabello, la barba y el bigote. Las redes, cubre bocas y otros aditamentos deben ser limpios y sin adornos.
- 7.- En caso de usar mandiles y guantes se deben lavar entre una y otra manipulación de producto.
- 8.- Se prohíbe fumar, mascar, comer, beber o escupir en las áreas de procesamiento y manejo de productos.
- 9.- Prescindir de plumas, lapiceros, termómetros, sujetadores y otros objetos desprendibles en los bolsillos superiores de la vestimenta en las áreas de producción y manejo de productos.
- 10.- No se deben usar joyas ni adornos: pinzas, aretes, anillos, pulseras relojes, collares u otros que puedan contaminar el producto. Solamente se permite el uso de broches pequeños y pasadores para sujetar el cabello, cuando se usen debajo de una protección.
- 11.- Las cortadas y heridas deben cubrirse apropiadamente con un material impermeable, evitando entrar el área de proceso cuando estas se encuentren en partes del cuerpo que estén en contacto directo con el producto y que puedan propiciar contaminación del mismo.
- 12.-Evitar que personas con enfermedades contagiosas, laboren en contacto directo con los productos.
- 13.- Evitar estornudar y toser sobre el producto.



14.- Todo el personal que opere en las áreas de producción debe entrenarse en las buenas prácticas de sanidad e higiene , a si como conocer las labores que le toca realizar

## **II.- Visitantes.**

Todos los visitantes internos y externos deben cubrir su cabello, barba y bigote, además de usar ropa adecuada antes de entrar a las áreas de proceso que así lo requieran.

### **Puertas.**

1.- Los claros y puertas deben estar provistos de protecciones y en buen estado de conservación para evitar la entrada de polvo, lluvia y fauna nociva.



### **6.3 Instalaciones Sanitarias.**

#### **1.- Sanitarios.**

- 1.1 Los baños deben estar provistos de retretes, papel higiénico, lava manos, jabón, jabonera, secador de manos (toallas desechables) y recipientes para la basura. Se recomienda que los grifos no requieran accionamiento manual.
  - 1.2 Deben colocarse rótulos en los que se indique al personal que debe lavarse las manos después de usar el sanitario.
  - 1.3 Los servicios sanitarios deben conservarse limpios, secos y desinfectados.
- 2.- Instalaciones para lavarse las manos en las áreas de elaboración.**

- 2.1 Deben proveerse instalaciones convenientemente situadas para lavarse y secarse las manos siempre que a si lo exija la naturaleza de las operaciones.
- 2.2 Debe disponerse también de instalaciones para la desinfección de las manos, con jabón, agua, y solución desinfectantes o jabón con desinfectante.
- 2.3 Debe contar con un medio higiénico apropiado para el secado de las manos. Si se usan toallas desechables debe hacerse junto a cada lavado un numero suficiente de dispositivos de distribución y receptáculo. Conviene que los grifos no requieran de un accionamiento manual.

### **6.4 Servicios a Planta.**

1. Abastecimiento de agua.
  - 1.1 Debe disponerse de suficiente abastecimiento de agua, a si como las instalaciones apropiadas para su almacenamiento y distribución.
  - 1.2 Se debe dotar de los implementos necesarios que garanticen que el agua que este en contacto con el producto o con superficies que a su vez puedan estar en contacto con el producto.



# ANEXOS



## LOCALIZACIÓN OPTIMA DE LA PLANTA

### MACROLOCALIZACIÓN

Nuestra empresa MINITEMI se encuentra ubicada en el sur de la república localizada en el estado de Veracruz.

Debido a que nosotros no produciremos el papel nuestro proceso en si, se instala nuestra empresa de manera pequeña en este estado para luego abarcar a los demás municipios para la distribución del papel higiénico mini rollo Bomboncito.

A continuación mostraremos de manera gráfica la macro localización de la empresa MINITEMI en el sur de Veracruz:



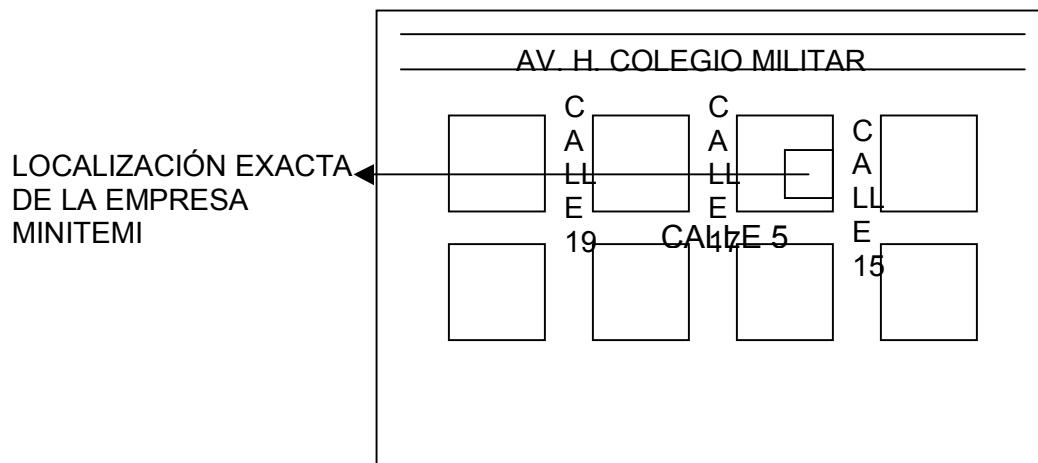


## MICROLOCALIZACIÓN

El lugar de ubicación de la empresa MINITEMI se encuentra en calle:17 lote:19 manzana:13 de la colonia petrolera. Tomando en cuenta diversos factores:

- Disposición de servicios públicos: El local cuenta con todo servicio de alumbrado, de drenaje, agua y teléfono.
- Facilidad para el transporte: El acceso principal de la calle Av. H. Colegio militar es bueno ya que esta a la entrada solo se camina una cuadra hacia adentro y para el acceso de autos existe otra calle para entrar el cual se puede utilizar para llevar los insumos y materia prima que son necesarios en el proceso.
- Bajo costo de arrendamiento: Tomando en cuenta que es propiedad un familiar solo se pagara por el uso de los servicios públicos.

### COLONIA PETROLERA PLANO



- Bajo costo de arrendamiento: Tomando en cuenta que es propiedad un familiar solo se pagara por el uso de los servicios públicos.



## ANÁLISIS DE LA DEMANDA

La demanda debe comprenderse como la cuantificación de la necesidad real o psicológica de los consumidores de la población.

El propósito principal que persigue nuestro análisis de la demanda es detectar y medir la aceptación o rechazo que puede tener nuestro producto en el mercado, tomando en cuenta los siguientes factores: los ingresos, la necesidad real de los consumidores, el precio, así como el perfil del mismo consumidor.

Para la realización del estudio de mercado se tomaron en cuenta a personas que serían los posibles consumidores a quienes se les aplicó una encuesta para determinar la aceptación o rechazo de un papel higiénico, suave, práctico de llevar y a un buen precio.

## PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Tomando en cuenta a la población en general, las proyecciones de la demanda se hicieron con respecto a las necesidades de las personas desde un bebé hasta un adulto.

De acuerdo a los datos obtenidos tuvimos que el 1% de nuestra población encuestada no ha visto ningún producto similar, es decir, un mini rollo de papel higiénico por medio del cual el 99% obtuvo por la aceptación de este nuevo producto innovado y que estarían dispuestos a adquirirlo.

Considerando que no existe en el mercado este tipo de producto podrá ser adquirido por los consumidores para ver que le puede brindar este producto mini rollo Bomboncito, por ello intuimos que tendremos una buena demanda por ser nuevo nuestro producto.



## **PROYECCIÓN DE LA DEMANDA(presentación de un mini rollo).**

	<b>AÑO</b>
MES	<b>2002</b>
ENERO	500
FEBRERO	500
MARZO	500
ABRIL	500
MAYO	500
JUNIO	500
JULIO	500
AGOSTO	500
SEPTIEMBRE	500
OCTUBRE	500
NOVIEMBRE	500
DICIEMBRE	500
TOTAL	6000 Mini rollos al año

### **ANALISIS DE LA OFERTA**

Para determinar las cantidades y condiciones en el que una economía tiene a su disposición del mercado productos similares al (papel higiénico) mini rollo Bomboncito, se realizó un análisis de la oferta la que se llevo acabo mediante la recopilación de datos provenientes de la observación directa de otros productos por decirlo, así, pudieran competir con el mini rollo.

La observación directa se realizó en relación a otros productos con las mismas características:



## PAPELES HIGIÉNICOS:

PRODUCTO	CONSUMIDORES	DEMANDA	PRECIO
KLEENEX	EMPLEADAS DE OFICINA	MAYOR DEMANDA	\$3.00
SERVILLETAS	AMAS DE CASA	MENOR DEMANDA	\$4.00
SERVITOALLAS	ALGUNAS PERSONAS	MENOR DEMANDA	\$8.00
PAPEL SANITARIO	PUBLICO GENERAL	MAYOR DEMANDA	\$7.00

Siendo los productos similares y la posible competencia, para efectos de presentaciones del mini rollo Bomboncito.

Pudimos observar que existe una gama de productos en competencia, pero recalando que nuestro producto es nuevo en el mercado tiene ventaja porque los papeles higiénicos que existen, hay de un solo tamaño y el de nosotros es mini rollo, por lo cual nos hace pensar que como nosotros mismos lo elaboramos no hay un costo de proceso de producción y eso hace que el precio al venderlo sea accesible al consumidor en los primeros meses.

## PROYECCIÓN DE LA OFERTA

En el primer año de operación trataremos de cubrir el 80% de la demanda en el municipio de Minatitlán, al paso del tiempo, lograr que se haga más distribución a los distintos municipios circunvecinos para lograr el 100% de la demanda requerida.

También se planea que se patente nuestra marca para que logremos cubrir la demanda y no haya otras empresas que deseen robar las ideas vendiendo el mismo producto y a un precio accesible.

Es por eso que se proyecta nuestra oferta, para así pretender aumentar nuestra participación en el mercado.



## PROYECCIÓN DE LA OFERTA (presentación un mini rollo)

	AÑO
MES	<b>2002</b>
ENERO	500
FEBRERO	500
MARZO	500
ABRIL	500
MAYO	500
JUNIO	500
JULIO	500
AGOSTO	500
SEPTIEMBRE	500
OCTUBRE	500
NOVIEMBRE	500
DICIEMBRE	500
TOTAL	6000 Mini rollos al año

## CANALES DE DISTRIBUCIÓN (¿CÓMO?)

Nuestro canal de distribución se ha definido como los conductores que cada empresa escoge para la distribución del producto de manera eficiente y económica de sus productos o servicios de manera que el consumidor pueda adquirirlos con el menor esfuerzo.

### CLASIFICACION

- ▶ PRODUCTOR
- ▶ MAYORISTA
- ▶ MINORISTA
- ▶ CONSUMIDOR



La ruta convencional que más se ajusta a nuestras necesidades es la siguiente:

De Productor: a los diferentes canales

De Mayorista: a las diferentes tiendas(Chedraui, Dipepsa, Gigante, etc.).

De Minorista: a los abarrotes

De Consumidor: de manera directa

## DETERMINACIÓN DE PRECIO

Como todo producto que inicia su operación en el mercado siempre varía el precio y la calidad. Para ello hay que determinar cuál será el precio de venta inicial y realizar un análisis de precios en el mercado en el cual la Economía fluctúa constantemente por eso es que resulta necesario su estudio.

En base a determinados factores que se deben tomar en cuenta para determinar los precios: los precios existentes en el mercado, los costos de producción más un porcentaje de utilidad deseado.

Tomando en cuenta a estos factores se utilizará la siguiente Formula para determinar el precio de venta:

$$\frac{P V = C V + C F}{V P}$$

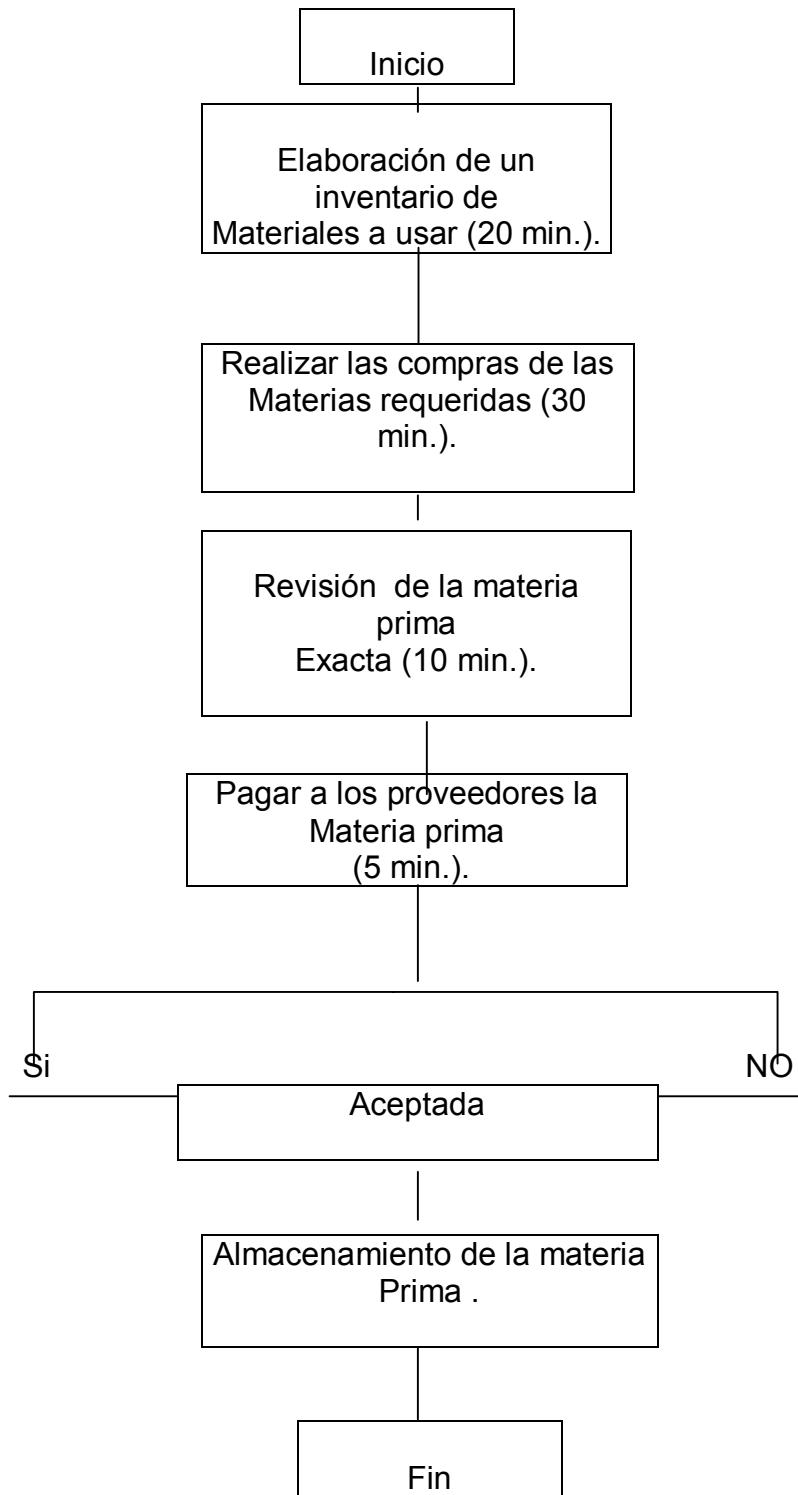
Donde:

**C V** = Costo variable (gastos de envase y etiqueta)

**C F** = Costos fijos (renta, luz, agua y teléfono)

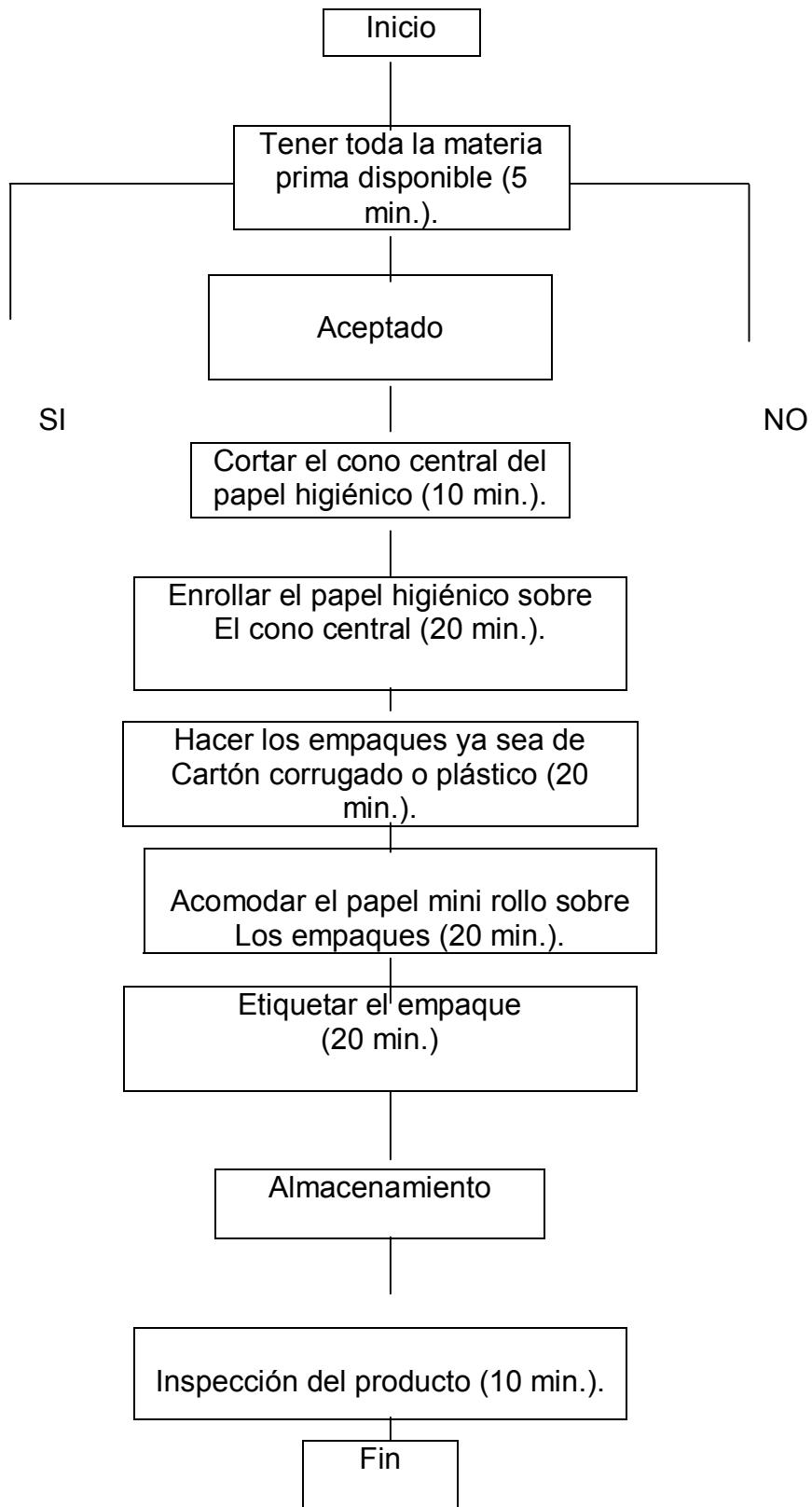
**V P** = Volumen de producción en un periodo determinado

**P V** = Precio unitario de venta

**DIAGRAMA DE PROCESOS****PROCESO DE ADQUISICIÓN DE MATERIAS PRIMAS**

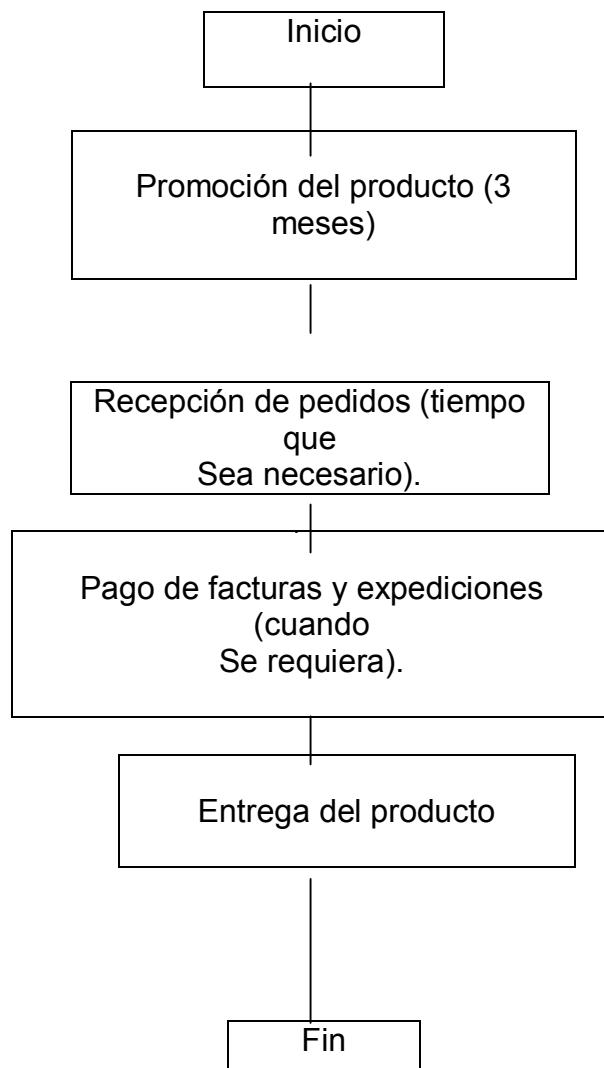


## PROCESO DE ELABORACIÓN





## PROCESO DE COMERCIALIZACION





## PROCESO DE MEJORA CONTINUA

En la actualidad la tecnología va creciendo día a día así como también ocurren cambios en nuestra manera de vivir y pensar es por eso que se requiere que cada persona, cada empresa este actualizado para poder sobrevivir a los cambios drásticos que existen y con ello obtener buenos resultados.

Ante todo nuestro producto esta enfocado a cubrir una necesidad para las personas que viven en constante movimiento, por medio del cual el Mini rollo Bomboncito esta hecho con la más alta calidad higiénica para que el público consumidor se sienta satisfecho al adquirirlo, así como brindar una mayor atención al cliente por parte del personal de dicha empresa al venderla este magnifico producto.

Para llevar a cabo este proceso de mejora continua con el fin de lograr la calidad total del producto se necesitan ciertas técnicas:

- ◆ Llevar un control de calidad que permita evaluar el Mini rollo en el proceso de elaboración.
- ◆ Capacitar al personal para su buen desempeño a atender al público consumidor así como su desarrollo personal y de la empresa.
- ◆ Se proporcionará también buena capacitación al personal de venta ya que ellos van a tratar directamente con el cliente.
- ◆ Evaluar y realizar encuestas para saber la opinión del público en cuanto a la calidad del producto y permitirnos tener sus ideas para el mejoramiento del producto a futuro.



## CONCLUSIÓN.

Al realizar este proyecto de investigación y desarrollo tuvimos la oportunidad de aplicar muchos de los conocimientos adquiridos en el transcurso de la carrera, y a perfeccionar aquellos que no comprendíamos del todo, a si como también nos hizo valorar todo lo que nos enseñan en las aulas de clases .

Por otra parte pudimos constatar lo difícil que resulta la creación de una empresa por muy pequeña que sea, puesto que se deben de incluir todos los estudios que nos sirvan para demostrar su factibilidad y permanencia en el mercado.

Lo cual nos será de mucha utilidad en el futuro desarrollo de nuestras carreras, ya que realizamos el proyecto lo mas apegado a la realidad posible.



## BIBLIOGRAFIA

ARMSTRONG GARY. ET-AL  
MERCADOTECNIA  
EDITORIAL PRENTICE may  
EDICION 1996

BLESSINTONG MARK  
REINGENIERIA DE VENTAS(BASADAS EN EL CLIENTE)  
EDITORIAL MC. GRAW HILL

L.DAVIS. KENNETH  
ADMINISTRACION DE MERCADOTECNIA  
EDITORIAL LIMUSA  
EDICION 1994

MERCADO H. SALVADOR  
MERCADOTECNIA PROGRAMADA(PRINCIPIOS Y APLICACIONES PARA  
ORIENTAR LA EMPRESA HACIA EL MERCADO)  
EDITORIAL LIMUSA  
EDICION SEGUNDA

AGUILAR ALVAREZ DE AIBA ALFONSO  
ELEMENTOS DE LA MERCADOTECNIA  
EDITORIAL CECSA  
DECIMA CUARTA EDICION DE 1980

GRADE ROBERT SCHUSLEV COMPANY A. SIMON  
MERCADOTECNIA AL DESCUBIERTO  
EDITORIAL PRENTICE HALL HISPANOAMERICANO, S.A  
EDICION 1989.

[www.onemi.cl/orient\\_ciud/ Caden%20de%20ayuda%20solidaria.doc](http://www.onemi.cl/orient_ciud/ Caden%20de%20ayuda%20solidaria.doc)

[www.greendeal.org/normas.doc](http://www.greendeal.org/normas.doc)

[www.mici.gob.pa/sector\\_empresarial/normas\\_nal.html](http://www.mici.gob.pa/sector_empresarial/normas_nal.html) - 101k -