



UNIVERSIDAD DE CIENCIAS Y ARTES DE CHIAPAS

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
Y TECNOLÓGICAS DIGITALES
SEDE VILLA CORZO

TESIS PLAN DE NEGOCIO PARA LA ELABORACIÓN DE HELADO TRADICIONAL DE SANDÍA

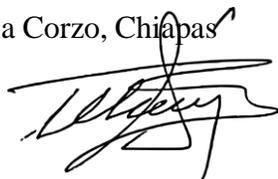
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN GESTIÓN Y
DESARROLLO DE NEGOCIOS

PRESENTAN
GUADALUPE DEL CARMEN HERNÁNDEZ CRUZ
VALERIA MARTÍNEZ SÁNCHEZ

DIRECTOR

DR. ERICK EUGENIO GÓMEZ HERNÁNDEZ

Villa Corzo, Chiapas

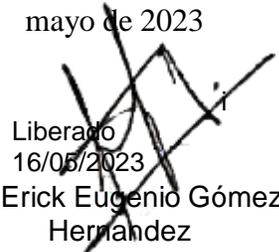


Liberada 16/06/2023
Dra. Ma. del Carmen
Chávez Rodríguez



Dra. Elizabeth Céspedes Ochoa
Revisado y Liberado

mayo de 2023



Liberado
16/05/2023

Dr. Erick Eugenio Gómez
Hernández

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA ELABORACIÓN D
EHELADO TRADICIONAL DE SANDÍA.**



UNIVERSIDAD DE CIENCIAS Y ARTES DE CHIAPAS

SECRETARÍA GENERAL
DIRECCIÓN DE SERVICIOS ESCOLARES
DEPARTAMENTO DE CERTIFICACIÓN ESCOLAR
AUTORIZACIÓN DE IMPRESIÓN

Villacorzo Chiapas
28 de Junio de 2023

C. Valeria Martínez Sánchez

Pasante del Programa Educativo de: Licenciatura en Gestión y Desarrollo de Negocios

Realizado el análisis y revisión correspondiente a su trabajo recepcional denominado:
Plan de negocios para la elaboración de helado tradicional de sandía

En la modalidad de: Tesis Profesional

Nos permitimos hacer de su conocimiento que esta Comisión Revisora considera que dicho documento reúne los requisitos y méritos necesarios para que proceda a la impresión correspondiente, y de esta manera se encuentre en condiciones de proceder con el trámite que le permita sustentar su Examen Profesional.

ATENTAMENTE

Revisores

Dra. Elizabeth Céspedes Ochoa

Dra. María del Carmen Chávez Rodríguez

Dr. Erick Eugenio Gómez Hernández

Firmas:

Ccp. Expediente

Valeria Martínez Sánchez

Dedicatoria

Dedico primeramente a Dios por darme la vida, sin el cual no podría desarrollar este trabajo en esta etapa de mi vida profesional por todas las bendiciones que ha derramado sobre mí para poder afrontar las dificultades, a mi tía Milder Martínez Fernández por todo el apoyo que me ha brindado a lo largo de todo este proceso, por animarme y alentarme a cada momento para no rendirme y no desesperarme en los momentos de angustia, a mi esposo Lisandro Vázquez Gómez que sin su apoyo no podría culminar este trabajo por toda la paciencia, amor y comprensión que me ha tenido, aun en las buenas y en las malas gracias por estar en los momentos que más lo necesitaba, por siempre está ahí para mí, a mis hijos Matías Alessandro y valentina Vázquez Martínez son mi motivo por el cual me despierto todos los días queriendo ser el mejor ejemplo para ellos, les dedico este trabajo ya que me acompañaron siendo parte de este recorrido, por muchas veces que los tuve que dejar para poder seguir la carrera por que detrás de todo ese esfuerzo había una razón importante ustedes mis pequeños, ser una madre completa para ustedes no fue cosa fácil pero al día de hoy les puedo decir que si se pudo alcanzar la meta, para los profesores que nos impulsaron con sus grandes enseñanzas, por motivarnos a seguir adelante en el largo camino gracias.

Agradecimiento

A Dios

Agradezco por haberme llevado a este momento importante de mi vida, por darme fuerza, fortaleza, valentía para poder afrontar las dificultades que se me presentaron a lo largo de este arduo trabajo.

A mi familia

A mi esposo, hijos y tías quienes siempre estuvieron ahí para mí dándome su apoyo incondicional para nunca rendirme en este proceso por animarme cuando ya todo lo veía perdido y quienes pusieron su confianza en mí sabiendo que podía con este trabajo y más.

A los docentes

Agradezco a cada uno de los maestros que ayudaron a culminar este trabajo para que este sueño sea posible gracias por las enseñanzas, dedicación y paciencia, por enseñarme a luchar por mi sueño.

A todos ellos gracias por el apoyo brindado y estar en este proceso importante.

Tabla de contenido

INTRODUCCIÓN.....	5
CAPÍTULO I. MARCO METODOLÓGICO	6
1.1 Planteamiento del problema.....	6
1.2 justificación	7
1.3 objetivo General	7
1.3.1 Objetivos específicos.....	7
1.4 Ubicación.....	8
1.5 Metodología de Investigación	9
1.6 Descripción de Variables.....	11
1.6.1 Plan Estratégico	11
1.6.2 Plan de Operaciones	11
1.6.3 Plan Comercial	12
1.6.4 Económico –Financiero.....	12
CAPITULO II. MARCO REFERENCIAL.....	13
2.1 Plan Estratégico.....	14
2.2 Plan Comercial	17
2.3 Plan Operativo.....	19
2.4 Estudio Económico - Financiero.....	21
CAPÍTULO III. RESULTADOS.....	24
3.1 Resumen Ejecutivo	24
3.2 Plan estratégico.....	25
3.2.1 Descripción de la Compañía	25
3.2.2 Descripción del servicio / producto.....	25
3.2.3 Visión.....	25
3.2.4 Misión.....	25
3.2.5 Valores.....	26
3.2.6 Análisis FODA	26
3.2.7 Objetivos Estratégicos.....	27
CAPITULO IV. PLAN COMERCIAL.....	27
4.1 Estrategia de distribución	27
4.2 Canal de distribución	27

4.2.1 Indirecto	27
4.3 Estrategia de Comunicación	28
4.3.1 Volantes	28
4.3.2 Perifoneo móvil	29
4.3.3 Redes sociales (Facebook)	29
CAPITULO V PLAN OPERATIVO	30
5.1 Objetivos de producción y operarios	30
5.2 Recursos Materiales Necesarios.....	30
5.2.1 Sandia	30
5.2.2 Leche baja en grasa (Descremada o desnatada)	32
5.2.3 Nutrientes de la Leche	32
5.2.4 Stevia	33
5.3 Capacidad de Producción	34
5.3.1 Proyección.....	34
5.3.2 Incremento de la Producción Anual	35
5.4 Activos Fijos.....	35
3.5 Equipo o Utensilios	35
5.6 Proceso de Producción	40
5.6.1 Descripción del Proceso.....	40
5.7 Localización	45
5.8 Buenas prácticas laborales.....	45
5.8 Estudio de mercado	46
5.8.1 Tamaño total.....	46
5.8.2 Mercado consumidor.....	46
5.8.3 Competencia	47
5.8.4 Productos sustitutos.....	48
5.8.5 Precio.....	48
5.8.6 Ventaja competitiva del negocio	48
5.8.7 Proveedores.....	49
5.9 Estrategia de marketing	50
5.9.1 Estrategia de Producto	50
5.9.2 Logotipo	50
5.9.3 Embace y diseño	50

5.9.4 Estrategia de precio	51
5.9.5 Estructura de precio	51
5.10 Gestión de personas	52
5.11 Gestión Legal	53
5.12 Aspectos Tributarios	53
CAPITULO VI PLAN ECONÓMICO - FINANCIERA.....	54
6.1 Inversión Total.....	54
6.2 Depreciación	55
6.3 Presupuesto de venta	55
6.4 Costo Total (CT).....	55
6.4.1 Costos Variables (CV)	55
6.4.2 Costos Fijos	56
6.5 Costo de personal.....	56
6.6 Estado de resultado	56
6.7 Indicadores de Viabilidad	57
6.7.1 Utilidad Liquida Porcentual.....	57
6.7.2 Rentabilidad.....	57
6.7.3 Punto de equilibrio	57
6.7.4 Tiempo de retorno de la inversión.....	57
6.8 Evaluación de la Inversión.....	58
6.8.1 Flujo de Caja.....	58
CONCLUSIONES	59
BIBLIOGRAFÍA.....	60
ANEXOS.....	63

INTRODUCCIÓN

La sandía es un fruto muy delicioso y sobre todo sano que tiene buena demanda y siempre está presente en el mercado internacional, nacional, regional y también local, la producción de sandía en Chiapas para ser exactos en Villaflores y sus alrededores se cree que su cultivo es nuevo pues se presentan datos de producción a partir del año 1999. (GUMETA, 2011).

Ante esto se pretende investigar si se consume de manera regular, y de qué manera se consume con ayuda de algunas notas o artículos, un trabajo de campo analizando encuestas para poner de manifiesto ante la sociedad algunas preguntas y saber cuáles son las respuestas.

Ya que se pretende desarrollar una idea de negocio con la sandía, una presentación al público de manera diferente atractiva y sana la cual será la elaboración de helado hecho de forma tradicional. También para poder realizar dicha propuesta se necesitará información del público para saber de qué manera el nuevo producto puede llegar a ser bienvenido y aceptado, lo que ya se tiene conocimiento es que existen heladerías y productos de helados dentro de abarrotes y / o comercios más grandes donde se venden, pero estos son elaborados de manera industrial, esto se analizó detalladamente la investigación y se realizó una búsqueda en todo tipo de documentos que ayudaron a recabar información necesaria como por ejemplo paginas disponibles en internet.

Y por último la estructura de la propuesta y su plan financiero.

CAPÍTULO I. MARCO METODOLÓGICO

En los últimos tiempos el tema de Plan de Negocio ha sido ampliamente discutido por diversos autores, además de ser relativamente reciente, ha sido objeto de definición. Una revisión de los principales aportes.

Según Rafael Alcaraz Rodríguez “Un plan de negocio es una herramienta que permite al emprendedor realizar un proceso de planeación que coadyuve a seleccionar al camino adecuado para el logro de metas y objetivos. Asimismo, el plan de negocio es un medio para concretar ideas; en una forma de poner las ideas por escrito, en blanco y negro, de una manera formal y estructurada, por lo que se convierte en una guía de la actividad diaria del emprendedor

El plan de negocio se puede describir, en forma general, de la siguiente manera:

- Serie de pasos para la concepción y el desarrollo de un proyecto
- Sistema de planeación para alcanzar metas determinadas
- Colección organizada de información para facilitar la toma de decisiones
- Guía específica para canalizar específicamente los recursos disponibles” (Alcaraz, 2021, pág. 19).

Alcaraz también establece que “El plan de negocios es la concretización de las ideas de un emprendedor, ya que marca las etapas de desarrollo de un proyecto de empresa.” (Alcaraz, 2021, pág. 19).

1.1 Planteamiento del problema

El problema que atañe discutir en el presente estudio. En la actualidad la sandía es una fruta que se produce alrededor del mundo e igualmente es comercializada. Los distractores del día a día y otras veces el miedo al fracaso no permite desarrollar alternativas para ofrecer cosas o productos nuevos hay que concientizarnos de que en la Zona Frailesca se produce sandía, la cual es solo vendida como materia prima y no se trata de aprovecharla y buscar nuevas formas de presentación para crear un nuevo producto de buena calidad y llevarlo al mercado mediante una buena estrategia. de igual forma en estos tiempos existen problemas sociales, la mayoría de las personas prefieren consumir productos industrializados por estatus o por moda pero estos tienen bajas porciones nutricionales, y están exageradamente llenos de azúcares refinados, colorantes y sabores artificiales ya que nosotros somos naturales sin

contar los conservadores para que estos duren incluso años a consecuencia de este hábito hoy nos encontramos con personas deficiencia, presentando trastornos o desórdenes alimenticios acompañadas con enfermedades como diabetes, obesidad, enfermedades cardiovasculares o etc. También se sabe que muchas personas dependen de esta fruta de la cual obtienen el ingreso para subsistir día a día.

El problema expuesto conduce a plantear la siguiente interrogante ¿Cómo diseñar un plan de negocio para la elaboración de helado tradicional de sandía?

De las cual se derivan las siguientes aristas ¿Quiénes serán los posibles clientes? ¿Cómo será la comercialización? ¿Cómo serán las operaciones de la empresa? Y ¿Cuánto se invertirá en la creación de la empresa?

1.2 Justificación

De ahí la importancia de este estudio, crear oportunidades de ingreso con la materia prima existente en la región tanto para productores los cuales tendrían una compra asegurada como para los compradores y dar ejemplo el negocio se puede diseñar y ejecutar aquí mismo, no esperando que otro lo haga para ver si se puede o no, ya que la región cuenta con lo necesario para la producción de helados de buena calidad. Esto daría paso a un consumo local lo cual hace mucha falta. Así mismo se pretende implementar un hábito de consumo saludable de esta fruta productos menos perjudiciales para su salud debido a los riesgos que genera consumir productos de alto contenido en grasa y azúcares; y por eso es conveniente producir un helado con mejores factores nutricionales, además que estos sean de su agrado y preferencia siendo aceptados de una manera rápida.

Un helado seduce a grandes y a chicos. Antojo bueno para socializar y pasar un momento de relajación para despejarse de preocupaciones y pendientes de nuestro día a día.

1.3 Objetivo

Siendo así el objetivo del presente documento es diseñar un plan de negocio para la elaboración de helado tradicional de sandía.

Alcanzar dicho objetivo requiere de una serie de acciones, que pretende fundamentar las respuestas a las interrogantes.

1.3.1 Objetivos específicos

Una primera acción es construir el plan estratégico para determinar el desarrollo de la heladería tradicional de sandía.

A continuación, elaborar el plan comercial de la heladería tradicional de sandía para detallar las acciones que tendrá la empresa.

En seguida crear el plan de operaciones de la empresa para lograr los objetivos de la heladería.

Posteriormente Desarrollar un estudio económico - financiero que permita la evaluación del plan de negocios.

Es así como esta tesis titulada **“Plan de negocio para la elaboración de helado tradicional de sandía”** plantea la siguiente hipótesis.

A través de la aceptación del producto por parte del mercado se podrá establecer la comercialización de helado artesanal de sandía.

Desde un planteamiento empírico (hipótesis emperica)

La nueva forma de presentar la sandía permitirá la aceptación del mercado y potencializarásu comercialización, pretendiendo finalizar con la comprobación de la hipótesis expuesta.

1.4Ubicación

El presente estudio se localizará en la ciudad de Villa Flores, Chiapas, México que se encuentra bajo las coordenadas geográficas Latitud: 16.2326, Longitud: -93.2657 y 16° 13' 57" Norte, 93° 15' 57" Oeste, altitud 556m, se encuentra en el sureste mexicano y también es la cabecera municipal del mismo nombre que se ubica al poniente del estado de Chiapas, en los límites de la Depresión Central de Chiapas y de la Sierra Madre de Chiapas, predominando el relieve montañoso, según INEGI. Censo de Población y Vivienda 2020. Tabulados del Cuestionario Básico en la ciudad de Villa Flores hay 109,536 personas por población total de las cuales 53,808 son hombre y 55,728 son mujeres. (INEGI, 2021)

Parque central Benito Juárez villafloras, Chiapas.



Fuente: Google

1.5 Metodología de Investigación

Es un estudio de tipo caso, bajo un enfoque cualitativo.

La, ante esto se tomará la opinión de personas de entre 15 y 25 ya que se considera que son los que más suelen consumir este tipo de productos pues son el tipo de personas que dedican tiempo o espacio para dar o tomar invitaciones de amigos o conocidos procurando fomentar o reforzar una amistad, relación, quizá armar un plan.

Estos encuentros son el motivo perfecto para deleitarse de un refrescante helado, hoy en día el consumo del helado ya no distingue horario ni estación ya que es consumido con un aumento en verano que es época de más calor.

Muestra.

De la cual la muestra probabilística seleccionada es 109,536 de habitantes los cuales serán el universo para obtener la muestra.

Muestra de población finita

(-500,000h)

Edad desplegada	Población total
15 años	2048
16 años	1886
17 años	1992
18 años	1960
19 años	1740
20 años	1971
21 años	1570
22 años	1877
23 años	1790
24 años	1831
25 años	1788
=	20,453

Probabilidad a favor = **20,453**

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

a = Nivel de confianza

p = Probabilidad a favor

q = Probabilidad en contra

e = Error de estimación

n = ?

N = Población o Universo

$$n = \frac{(1.96)^2 (20,453) (.80)(.20)}{(0.05)^2 (20,453 - 1) + (1.96)^2 (.80)(.20)}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 (.80)(.20) 20,453}{(1.96)^2 (.80)(.20) + (0.05)^2 (20,452)}$$

$$n = \frac{(3.84)(0.16) 20,453}{(3.84)(0.16) + (0.0025)20,452}$$

$$n = (0.61)20,453 (0.61) + 51.13$$

$$n = 12476.3351.74$$

$$n = 241.1233089 \quad n = 241 \text{ personas}$$

Se tiene identificado a 241 personas que serán la muestra seleccionada.

En base a la hipótesis planteada se consideró estudiar 4 variables de las cuales se definen a continuación: Plan Estratégico, Plan Comercial, Plan de Operaciones y Estudio Económico Financiero.

1.6 Descripción de Variables

Palabras claves

Estructura de palabras claves



Fuente: propia

1.6.1 Plan Estratégico:

esta variable comprende el estudio de acuerdos o asociaciones que se puedan obtener planteando la descripción de la empresa y cuáles serían sus ventajas y beneficios para ambas partes que la conformen, con el objetivo de lograr alguna ventaja competitiva que lleve al buen funcionamiento y que refleje en el crecimiento de la empresa. los cuáles serán aplicados a los posibles proveedores e intermediarios.

1.6.2 Plan de Operaciones:

esta variable comprende el proceso a realizar para poder elaborar los helados, empezando por la adquisición de los insumos, y su preparación, así como el personal adecuado llevando un buen control para obtener calidad con el objetivo de optimizar todo el proceso.

1.6.3 Plan Comercial:

esta variable comprende la manera que se necesita para introducir y vender dicho producto, con el objetivo de lograr una buena relación entre costo beneficio dando lugar a una buena rentabilidad.

1.6.4 Económico –Financiero:

esta variable comprende el maximizar el rendimiento económico para cubrir los gastos del mismo con el objetivo de obtener una rentabilidad atractiva que favorezca su estabilidad.

En la siguiente tabla se sintetiza el conjunto de variables.

Tabla 1

Variables e instrumentos

Variables	Indicadores	Valores finales	Tipo de indicador
Plan Estratégico	Lograr un acuerdo entre 2 o más partes que permitan alcanzar las metas.	Encuestas	Preguntas cerradas
Plan Comercial	Determinar cómo sería el proceso de comercialización para que el producto sea adquirido del fabricante al consumidor final.	Encuestas	Preguntas cerradas
Plan de Operaciones	Diseñar un proceso sencillo en las áreas que ayude a optimizar todo el proceso ahorrando tiempo y esfuerzo.	Entrevistas	Preguntas abiertas
Estudio Económico –Financiero	Generar lo suficiente en la empresa para cubrir gastos y así tener una rentabilidad que justifique su continuidad.	Observación	Análisis del económico - financiero

Fuente: Elaboración propia

CAPITULO II. MARCO REFERENCIAL

2.1 Plan Estratégico

La planeación estratégica es la ruta para alcanzar la visión de conjunto que la alta dirección tiene de los resultados esperados a largo, mediano y corto plazo de su personal su organización y la comunidad en que se desarrollan. (Mendoza, 1995)

El plan estratégico es la base del crecimiento y permanencia de las empresas radica en el diseño competitivo y esto se logra con un proceso de planeación y control que involucra desde el dueño o propietarios hasta la última de las áreas de responsabilidad para lo cual es importante el establecer objetivos y metas por área, de tal forma que embonen con la dirección que la administración se fije. (Jiménez, 1997)

la planeación estratégica es el conjunto de planes integrales de una organización que normaran el comportamiento futuro de la misma. (Rodríguez, 2005)

Un plan estratégico es un documento que te ayuda a presentar una iniciativa significativa para tu empresa. Cuando creas un caso de negocios, describes por qué esta inversión es una buena idea y cómo este proyecto a gran escala tendrá un impacto positivo en tus negocios también define hacia dónde quiere ir tu organización y qué acciones se realizarán para lograr esos objetivos. Por lo general, un plan estratégico incluirá las declaraciones de visión y misión de tu empresa, tus objetivos a largo plazo y un plan de acción de los pasos que vas a llevar a cabo para avanzar en la dirección correcta.

Un plan estratégico sirve para detectar las oportunidades de negocio y aminorar considerablemente los factores negativos externos que puedan contrarrestar sus beneficios. De igual modo, este plan ayuda a impulsar las fortalezas de la organización y a reducir sus puntos débiles.

¿Cómo hacer el plan estratégico de una empresa?

1. Define los propósitos de la empresa.
2. Haz un análisis interno y externo.
3. Puntualiza objetivos y estrategias.
4. Calcula el presupuesto.
5. Desarrolla un plan de acción.

1. Implementa tu plan.

1. Define propósitos de la empresa

Primero debes sentar las bases de qué es tu empresa, a qué rubro pertenece, cuáles son sus principios y qué es lo que quiere lograr. Para esto debes definir los siguientes puntos.

Misión: es la razón de ser de una empresa, es decir, para qué ofrece determinado producto o servicio y qué intenta aportar al mercado y al cliente. Al definir estos aspectos también está determinando quién es.

Visión: es una visualización del futuro de la empresa; por medio de ella proyecta sus objetivos, sus ganas de crecer y su motivación para seguir avanzado. La visión tiene que ser alcanzable y objetiva.

Valores: son el cúmulo de principios éticos con los cuales una empresa se rige para llevar a cabo sus actividades en todas las áreas que la componen y que prevalecen en el tiempo.

2. Haz un análisis interno y externo

En esta etapa corresponde hacer una averiguación profunda de la organización. Es importante examinar los procesos internos e investigar qué está pasando alrededor y ahondar en los asuntos que tengan que ver con tu compañía. En este caso puedes usar el análisis DAFO (que mide debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades).

Para los factores internos es necesario que prestes atención a las diferentes áreas de la empresa, los colaboradores y las finanzas. Una vez que los hayas detectado, divídelos en:

- **Fortalezas:** son los aspectos positivos de tu empresa que te ayudan a destacar entre los demás y, por lo tanto, son parte de tus ventajas competitivas; pueden ser materias primas de gran calidad, un servicio excelente, entre otras.
- **Debilidades:** son los procesos dentro de la empresa que requieres mejorar, ya que pueden entorpecer el desarrollo de la misma; por ejemplo, demasiados procesos administrativos, poco control de calidad, retraso en las entregas, etc.

Respecto a los factores externos puedes apoyarte en un estudio de mercado, así investigarás los principales competidores y te informarás sobre los cambios legales y políticos pertinentes a tu sector. Los puedes dividir en:

- Oportunidades: son situaciones del entorno que no están a cargo de la empresa, pero la benefician de manera directa o indirecta; por ejemplo, nuevos mercados.
- Amenazas: corresponden a los aspectos externos a la empresa que pueden llegar a perjudicarla; están muy relacionadas con los competidores, la economía, las leyes, etc.

3. Puntualiza objetivos y estrategias

Una vez que tengas un diagnóstico de cómo se encuentra tu empresa interna y externamente, puedes determinar cuáles serán los principales objetivos de negocio; por ejemplo: aumentar la rentabilidad, mejorar la administración de los recursos, desarrollar el branding y la publicidad digital, cimentar una ventaja competitiva, construir una fuerte organización empresarial, entre otros.

Con base en el análisis DAFO determinarás qué estrategia es la mejor para alcanzar el éxito.

- Estrategia ofensiva o de crecimiento. Aprovecha las fortalezas y oportunidades.
- Estrategia de supervivencia o retirada. Optimiza las debilidades y evita las amenazas.
- Estrategia de reorientación o refuerzo. Aprovecha las oportunidades y trasciende las debilidades.
- Estrategia defensiva. Se protege de las amenazas.

Para profundizar en este aspecto, echa un vistazo a nuestro artículo sobre cómo hacer un análisis DAFO y los tipos de estrategias que se derivan de él.

4. Calcula el presupuesto

Como en cualquier actividad empresarial es necesario hacer una estimación de los recursos que se van a destinar para llevar a cabo el plan estratégico. En este documento es necesario registrar cada uno de los costos que conlleva y los posibles ingresos que se generarían. A partir de entonces se determina también la viabilidad del proyecto. Descarga nuestras plantillas para crear un presupuesto enfocado en crecer.

5. Desarrolla un plan de acción

Aquí es fundamental crear un programa que contenga la línea de las acciones a seguir para conseguir el éxito de la estrategia empresarial. Se debe precisar también quiénes son los responsables de llevar a cabo esas tareas y cuál es el tiempo que tienen para desarrollarlas.

Asimismo, se requiere una hacer una jerarquía de las actividades que resultan más prioritarias que las demás. En esta etapa te puedes ayudar perfectamente de un diagrama de Gantt o un mapeo de procesos.

6 Implementa tu plan

Cubiertos los pasos anteriores, es momento de inaugurar tu plan estratégico empresarial para alcanzar los objetivos propuestos. La motivación y la disciplina serán los ingredientes principales para cumplir con cada una de las actividades que planeas. Los directivos y colaboradores de cada área desempeñarán un papel fundamental para obtener los resultados esperados. (Torres, 2023, pág. 15, y 16).

2.2 Plan Comercial

Serie de acciones: comprar, vender, transportar, financiar y asumir riesgos, entre otros que se desarrollan para que el producto llegue de fabricante al consumidor (Daniel Rodrigues, 2018)

La comercialización es el conjunto de acciones y procedimientos para introducir eficazmente los productos en el sistema de distribución. Considera planear y organizar las actividades necesarias para posicionar una mercancía o servicio logrando que los consumidores lo conozcan y lo consuman. Comercializar un producto consiste en encontrar para él, la presentación y el acondicionamiento que lo vuelvan atractivo en el mercado; propiciar la red más apropiada de distribución y generar las condiciones de venta que habrán de dinamizar a los distribuidores sobre cada canal. La Secretaría de Economía apoya la inserción de las empresas nacionales a los mercados mediante estrategias que les permiten identificar oportunidades potenciales, ingresar y competir en ellos, al tiempo que desarrollan sus productos para cumplir con estándares cada vez más altos de calidad (Economía, 2010)

El plan comercial de una empresa es un documento en el cual se registran las acciones que tomará la compañía para atraer y retener clientes, qué productos o servicios venderás, cuáles son tus proyecciones financieras. En otras palabras, un modelo de plan de negocios describe la estrategia comercial de una empresa: cuáles son tus objetivos a corto, mediano y largo plazo, y cómo vas a lograrlos.

El plan comercial es un proyecto muy importante para una empresa, principalmente cuando estás empezando con las actividades. A fin de cuentas, estamos hablando de una poderosa herramienta que nos permite planificar todo el camino que pretendemos tomar para alcanzar objetivos definidos previamente.

Con el plan comercial listo puedes analizar la idea general de tu negocio. Es decir, es posible concluir si vale la pena o no, además de ayudar a identificar problemas que pueden ocurrir en el futuro. (Silva, 2021, pág. 6).

2.3 Plan Operativo

El plan operativo es el instrumento de gestión que permite concretar en acciones específicas y prácticas los objetivos estratégicos, para posibilitar su factibilidad asignando actividades, recursos, organización, tiempo, resultados esperados. Los objetivos deben ser viables, claros, concisos, mensurables y susceptibles de ser evaluados. El plan operativo debe proporcionar “la hoja de ruta” a seguir y debe ser susceptible de dejar las huellas de lo transitado de modo que al recurrir a él se tenga claro lo que se hizo y lo que falta aún. Para que se pueda cumplir con este cometido, se sugiere como ejemplo, que el plan operativo contenga: a. El ordenamiento de los objetivos estratégicos definidos previamente. b. Una lista de actividades desagregadas a su vez en tareas específicas. c. Las metas a las que se aspira llegar. d. El tiempo en que se realizará dicha tarea (inicio - fin). e. Definición de responsable. f. Costo y fuente de financiamiento. g. Indicadores de logros. (CCA., 2005)

Un plan operativo es un documento en el cual los responsables de una organización (ya sea una empresa, una institución o una oficina gubernamental) establecen los objetivos que desean cumplir y estipulan los pasos a seguir. (D definición. DE, 2008-2023)

En esta etapa del proceso, cada una de las personas o unidades responsables de los proyectos

estratégicos deberán desarrollar el plan de acción para alcanzar los resultados esperados dentro del horizonte de tiempo previamente definido. (Chacín, 2008)

El plan operativo debe ser detallado y organizado cuando llegue el momento de presentarlo. El negocio primero debe explicar exactamente lo que se ha hecho recientemente para asegurarse de que el negocio está en funcionamiento. Luego, la organización puede escribir un pequeño resumen aclarando que funciones de la empresa necesitan más trabajo.

Esta sección puede incluir:

- Sistema de Fabricación - Una guía detallada y fragmentaria de cómo se fabrican los bienes y servicios en la organización. También debe incluirse cualquier ineficiencia o factor de riesgo, junto con la forma en que la empresa planea mitigarlos.
- Cadenas de suministro - explica quiénes son los proveedores y describe los detalles de cada relación contractual. También enumera cualquier proveedor de respaldo si los actuales no cumplen con los estándares de la empresa.
- Medidas de Control de Calidad - Las diversas iniciativas de control de calidad puestas en marcha, junto con las que se promulgarán. También describe como la organización planea lograr esas medidas.

Proceso de fabricación

La sección de fase de desarrollo es más bien una visión general de como funcionara el negocio, mientras que la sección del proceso de fabricación describe las operaciones diarias detalladamente.

- Esquema de las actividades del día a día - incluye las horas de funcionamiento, los días laborables y si hay horas estacionales.
- Ubicación - describe la ubicación física, las instalaciones y el lugar donde se encuentran. Puede incluir contratos de arrendamiento, información inmobiliaria, títulos u otros datos aplicables. Demuestra cuánto cuestan estas propiedades y su valor, junto con porque son tan esenciales para mantener las operaciones.
- Herramientas y Maquinaria - Describe cualquier equipo o herramienta y cuánto cuestan, junto con su valor para el negocio.
- Activos - incluye todos los terrenos, instalaciones, acciones, herramientas, coches o

cualquier otro activo. Define exactamente cuánto vale cada pieza de propiedad en lenguaje legal.

- Necesidades únicas - enumera cualquier necesidad única y lo que se ha hecho para garantizar el cumplimiento u obtener permiso.
- Materias primas - Explica los planes para adquirir cualquier materia prima necesaria para fabricar un producto/servicio. También enumera los contratos con proveedores en relación con estos materiales.
- Fabricación - describe el periodo de tiempo necesario para fabricar un artículo y proporciona un plazo para el momento en que comenzara este proceso. Enumera cualquier circunstancia que pueda afectar a la cronología de fabricación y como se mitigaran.
- Stock - Describe exactamente como planea la startup optimizar la gestión del inventario para agilizar el proceso de reordenamiento y mantener la satisfacción del cliente.
- Pruebas - Esboza cualquier prueba o estudio que se haya realizado en cualquiera de los productos o servicios de la empresa para garantizar la viabilidad.
- Gastos - detalla cuánto cuesta cada producto o servicio.

Al escribir una propuesta operativa, la startup tendrá un plan de negocios detallado para proporcionar a los inversores. También ayuda a reiterar todos los requisitos necesarios para operar para que la empresa pueda concentrarse en alcanzar sus primeras metas operativas. (BHADANI, 2021, pág. 34 y 35).

2.4 Estudio Económico - Financiero

Es la disciplina que diagnóstica la capacidad que posee la empresa, y que permite generar beneficios que atienden adecuadamente los compromisos de pago.

Además de evaluar su viabilidad futura con el fin de facilitar la toma de decisiones que están encaminadas a reconducir y mejorar la gestión de los recursos de la empresa para lograr crear valor, además de continuar en el mercado. (ED venture, 2023)

El diagnóstico financiero o análisis financiero puede entenderse como el estudio que se hace de la información que proporciona la contabilidad y de toda la demás información disponible,

para tratar de determinar la situación financiera de la empresa o de un sector específico de ésta. (GARCIA, 2006)

Para que el diagnóstico de la situación económico-financiera sea valioso se debe tener en cuenta: “toda la información que se considere relevante, se deben utilizar las técnicas correctas de análisis y su correspondiente evaluación, realizarlo a tiempo y sugerir medidas para solucionar los problemas, tanto internos como externos. (Grenot, 2021)

¿Cuáles son los objetivos del estudio financiero?

El estudio financiero se convierte en una parte fundamental en cualquier proyecto de inversión. No importa si se trata de un emprendedor con una idea de negocio, una empresa que quiere crear una nueva área de negocios o incluso un inversor que está interesado en poner su dinero en una empresa con el fin de obtener rentabilidad.

El estudio financiero formará parte de un posterior estudio de mercado. Toda la información recogida nos permitirá hacer el análisis de riesgos de un proyecto y evaluar en profundidad su viabilidad.

¿Dónde obtener los datos para hacer un estudio financiero?

Para que este análisis sea lo más completo posible es fundamental hacer una buena labor de documentación. Las fuentes a consultar dependerán de si estamos ante una empresa ya en funcionamiento o se trata de un mero proyecto teórico, en el que tendremos que trabajar con datos más estadísticos que reales.

En cualquier caso, para comenzar a elaborar un documento de este tipo es importante analizar datos como la estructura impositiva del Estado en el que se va a llevar a cabo el negocio, los costos laborales, la demanda del producto, fuentes de financiación y posibles intereses asociados a las mismas y estimaciones de ventas.

¿Cómo se hace un estudio financiero?

Para poder desarrollar bien el estudio financiero debemos manejar ratios financieros y

económicos como el ratio de autonomía financiera y similares. Así podemos convertir la información en cifras que sean más sencillas de analizar y comparar.

Es fundamental tener en cuenta que los ratios deben ser analizados en comparación con los datos de diferentes períodos o con respecto a los de otras empresas del sector. Por sí solos no capaces de indicar la viabilidad de un proyecto, de ahí la importancia de compararlos para ver si los datos obtenidos son realmente positivos.

¿Cuáles son los elementos de un estudio financiero?

Para analizar la rentabilidad de un proyecto debemos tener presentes, al menos, los siguientes datos:

- Ingresos.
- Costos.
- Gastos de administración.
- Gastos de venta.
- Gastos financieros.
- Depreciaciones.
- Amortizaciones.
- Balance general proyectado.
- Punto de equilibrio.
- Flujo neto de efectivo
- Tasa Interna de Retorno o Rentabilidad.

Toda esta información debe ser analizada de forma detallada y recogida en el correspondiente informe. Este documento mostrará el beneficio real que se puede obtener con el proyecto en cuestión. (Pérez, 2021, pág. 27 y 28).

CAPÍTULO III. RESULTADOS

PLAN DE NEGOCIO PARA LA ELABORACIÓN DE HELADO TRADICIONAL DE SANDÍA

3.1 RESUMEN EJECUTIVO

Proyecto para la elaboración de helado tradicional a base de sandía con insumos naturales con el propósito de realizar un emprendimiento, generar ingresos y aprovechar la sandía que se produce en la región. Ofrecer una presentación diferente, dicho producto pretende satisfacer las necesidades de los consumidores al obtener un producto de alto valor nutricional que fácilmente podrían integrarse en una alimentación balanceada pues en este momento muchas personas siguen esta tendencia entre más sano y natural mejor con el fin de cuidar un poco más la salud.

Para el desarrollo del proyecto se establece 6 apartados; el primero donde se encuentran la descripción de la compañía y producto, misión, visión, valores, FODA, etc. Segundo apartado gestión de marketing abarcando desde el estudio de mercado hasta la estrategia de marketing, tercer apartado el cual describe la gestión operativa necesaria a realizar. El siguiente apartado trata sobre la gestión del personal necesario para el buen funcionamiento y desempeño a medida que se desarrolla el emprendimiento. Posteriormente el penúltimo que es la gestión legal para establecer la empresa de manera formal y finalmente la gestión financiera donde se realiza y se analiza un estudio financiero con proyecciones inversión inicial, costo total, evaluación de la inversión, etc. del proyecto para asegurar que el proyecto sea una propuesta viable y confiable.

3.2 PLAN ESTRATÉGICO

3.2.1 Descripción de la Compañía

Helados Sandi S. A de C. V. es un negocio de helado tradicional derivado de la sandía. Apuesta en ofrecer un producto rico, pero a la vez nutritivo, equilibrado en el tema de grasas, carbohidratos y azúcares a diferencia de otras marcas.

El nombre correspondiente al presente proyecto es Plan de negocio para la creación de helado tradicional de sandía. Helados Sandi S. A. de C.V. Será una empresa dedicada a la producción de helados naturales de sandía en donde el lugar de producción estará en Villaflores Chiapas. Mientras que su comercialización se realizará mediante intermediarios con puntos específicos de buena localización en la misma ciudad.

El negocio pretende entrar al mercado por el momento con un solo sabor, la aceptación y el éxito de Helados Sandi S. A de C. V radicará en el compromiso de cada integrante del proyecto, la calidad y precio.

3.2.2 Descripción del servicio / producto

El producto es un helado elaborado a base de fruta regional.

El producto que se ofrecerá será un helado artesanal caracterizado por ser elaborado con insumos frescos y de calidad que no contendrá saborizantes ni colorantes artificiales lo cual lo convierte en un producto de alta calidad.

La preparación para este helado artesanal es muy sencilla, se necesita como materia prima la sandía para ser exacto la pulpa, leche en este caso será bajo en grasa, y stevia natural todo esto de forma congelada de consistencia cremosa, los helados de sandía serán de aspecto natural, frescos y llamativos a la vista y al gusto del consumidor y su presentación será en un recipiente especial de 5 y 10 kilos.

3.2.3 Visión

Lograr ser los pioneros en la producción de helado tradicional de sandía con crecimiento sostenible y rentable que beneficie.

3.2.4 Misión

ser la empresa líder en el mercado en la producción de helado tradicional de sandía.

3.2.5 Valores

- Compromiso. Participación de los integrantes dentro de cada uno de los procesos que se necesiten en la organización para el logro de los objetivos.
- Trabajo en equipo. ayudarse mutuamente y mantener el apoyo con el equipo de trabajo, tener una buena comunicación para el desarrollo profesional y personal.
- Honestidad. Demostrar conductas decentes para mantener la confianza dentro de la empresa y fuera de ella.

3.2.6 Análisis FODA

Esta herramienta permitirá conocer la situación real en la que se encuentra la empresa internamente y externamente.

Tabla 2

Matriz FODA

Fortalezas (+) (FI)	Debilidades (-) (FI)
<ul style="list-style-type: none">• Producto innovador de alta calidad.• helado artesanal caracterizado por ser elaborado con insumos frescos y de calidad que no contendrá saborizantes ni colorantes artificiales.• Menos dañino para la salud, contribuye con propiedades nutricional a diferencia de un helado industrial.	<ul style="list-style-type: none">• Nuevos en el mercado.• Existe una variedad en cuanto a sabor y presentación.• Corto tiempo de vida debido a las características del producto.
Oportunidades (+) (FE)	Amenazas (-) (FE)
<ul style="list-style-type: none">• En este momento existe una inclinación por el consumo de productos naturales sin químicos artificiales.• Actualmente se consume helados a cualquier hora y estación por lo cual es muy probable su aceptación.• Existe oportunidad de establecerse y crecer pues en este aspecto la sandía no está debidamente aprovechada.	<ul style="list-style-type: none">• Barrera de entrada ya que existen locales estables con mucha más variedad.• Productos sustitutos.

<ul style="list-style-type: none"> • El producto será de fácil acceso 	
--	--

Fuente: Elaboración Propia

3.2.7 Objetivos Estratégicos

Son metas que establecen las empresas para lograr la diferencia ante la competencia obteniendo buenos resultados a corto, mediano y largo plazo.

Tabla 3

Objetivos Específicos

Comercial	Llegar al mercado y posicionar el producto. Conquistar la mente de los consumidores y lograr que se familiaricen con la marca.
Operativo	Conseguir las metas de producción en tiempo y forma.
Personal	Ofrecer satisfacción al cliente cubriendo las expectativas.
Económico-Financiero	Maximizar el rendimiento económico.

Fuente: Elaboración Propia

3.3 PLAN COMERCIAL

3.3.1 Estrategia de distribución

Los helados se distribuirán a los minoristas como antes ya se avía mencionado; tiendas de Básicos Aguilar Coello, tienditas de la esquina y en el parque central.

3.3.2 Canal de distribución

3.3.2.1 Indirecto

Se ocupará un canal externo; intermediarios (empresas o personas ajena a la empresa productora) para la distribución y comercialización de los productos.

Tabla 4

Canal de distribución



Fuente: Elaboración propia

3.3.1 Estrategia de Comunicación

Se promocionará el producto resaltando sus beneficios y propiedades (saludable, natural, nutritivo y su gran sabor regional), por medio de volantes, perifoneo móvil, y en las redes sociales (Facebook), esperando aporten confianza y como resultado el inicio de ventas.

3.3.1.1 Volantes

Se distribuirán por todo Villaflores para lograr que la mayoría de las personas conozcan el producto destacando principalmente los beneficios de la sandía que tiene para el ser humano.

Imagen 1



Fuente: Elaboración propia

3.3.1.2 Perifoneo móvil

“Helados en Villaflores... muchos; como Helados Sandi, ninguno. Frescos, deliciosos, saludables y a buen precio, no olvides conocernos Helados Sandi Disponibles en Básicos Aguilar Coello, tienditas de la esquina y en el parque central, hechos con ese sabor casero, Helados Sandi síguenos en nuestras redes sociales como Helados Sandi o llámanos al 965 130 12 55 o 965 100 20 65. Seduce tu paladar con el increíble sabor de helados Sandi; recuerda contigo día a día.” (Música de fondo).

Imagen 2

Perifoneo



Fuente: Google

3.3.1.3 Redes sociales (Facebook)

En las redes sociales también se promocionará debido a que es una de las más usadas en estos tiempos, publicando imágenes de su elaboración, también aspectos a destacar como lugares donde pueden adquirirlos, ventajas a su consumo o alguna promoción que surja etc.

Imagen 3

Página de Facebook



Fuente: Facebook

3.4 PLAN OPERATIVO

Son todas las acciones a tomar en cuenta para la generación de un producto en este punto se decide las mejores técnicas de implementación operativa.

3.4.1 Objetivos de producción y operarios

Tabla 5

Objetivos de Producción u Operarios

Nº	Productos	Unidad	Cantidad al mes
1	Helados de Sandia	420 de 5 kg c/1	2,100 kg

Fuente: Elaboración Propia

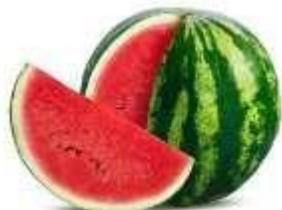
3.4.2 Recursos Materiales Necesarios

3.4.2.1 Sandia

Es un fruto que proviene de una planta (familia Cucurbitáceas) trepadora, con tallos ásperos y peludos, provistos de zarcillos y hojas con cinco lóbulos. Las flores son amarillas y hay flores masculinas y femeninas.

El fruto es redondo, muy grande, pesa unos (variable), de color verde, a veces con diferentes tonos de verde.

Su pulpa interior es carnosa y jugosa, de color rojo cuando está madura, muy refrescante, con pepitas negras, marrones o blancas.



Fuente: Google

A continuación, se presenta aquellos componentes nutricionales que posee la sandía

Tabla 6

Composición nutricional de la sandía

Composición nutricional de la sandía	
Componente	En 100 g de sandía
Energía (Kcal)	30.00
Agua	91.45
Proteínas	0.61
HC	7.55
Fibra	0.40
Azúcares	6.20
Glucosa	6.20
Fructosa	1.58
Grasa total	3.36
Calcio	0.15
Hierro	7.00
Magnesio	0.24
Fósforo	10.00
Potasio	11.00
Zinc	112.00
Vitamina C	0.10
Ácido fólico	8.10

Niacina	3.00
Vitamina B5	0.22
Vitamina A	28.00
Beta-caroteno	303.00
Licopeno	532.00

Fuente: Elaboración Propia

3.4.2.2 Leche baja en grasa (Descremada o desnatada)

Es leche entera sin apenas contenido graso. Aporta principalmente proteínas, carbohidratos, vitaminas y minerales. En su composición, las vitaminas liposolubles que se pierden al retirar la grasa, vuelven a ser añadidas.

Posee en su composición un valor nutricional muy similar a la leche normal, solo que posee muy poca cantidad grasa.

Imagen 4



Fuente: Google

3.4.2.3 Nutrientes de la Leche

A continuación, se presenta aquellos componentes nutricionales que posee la leche
Componentes Nutricionales de la Leche

Tabla 7

INFORMACIÓN NUTRICIONAL

Tamaño por porción 1 vaso (200 ml)		
Cantidad por porción		
Grasa total	0 g	0 %
Grasa saturada	0 g	0 %
Acido grasos trans	0 g	0 %
Colesterol	0 mg	0 %
Sodio	110 mg	0 %
Carbohidrato	11 g	5 %
Fibra dietética	0 g	4 %
azucares	11 g	0 %
proteínas	7 g	14 %
Vitamina A 8%		
Calcio30%		
Hierro2%		

Fuente: propia

3.4.2.4 Stevia

La stevia natural es una planta de apariencia humilde, originaria de América del Sur, concretamente de Paraguay. Stevia es un género de 240 especies de plantas tropicales y subtropicales, pero cuando hablamos de stevia nos estamos refiriendo a la Stevia Rebaudiana Bertoni. La stevia se ha popularizado por el dulzor de sus hojas, que son entre 15 y 30 veces más dulces que el azúcar, Actualmente, la stevia natural es un edulcorante de elección cuando queremos evitar los efectos pro-inflamatorios y extremos de algunos otros endulzantes también naturales. (Lirola, 2020)

Imagen 5

Stevia natural



Fuente: google

A continuación, se presenta aquellos componentes nutricionales que posee la Stevia

Tabla 8

Nutricionales de la Stevia

NUTRIENTES		
	por 100gr	Valor Diario
Energía	0 kcal	0 %
Grasa Total	0 g	0 %
Carbohidratos	100,0 gr	33 %
Colesterol	0 mg	0 %
Sodio	0 mg	0 %
Agua	0,00 mg	0 %
Proteína	0 g	

Fuente: Elaboración Propia

3.4.3 Capacidad de Producción

3.4.3.1 Proyección

La producción sería a pequeña escala para empezar ya que esta requiere muy pocas personas para realizar el trabajo.

Se proyecta las cantidades respectivas.

- Ingredientes (1 kilo gramo de helado)
- Sandía $\frac{3}{4}$ de kilo de sandía (750)
- 500 ml de leche
- 3 gr de Stevia

Tabla 9

Producción Diaria

Helados Sandi	Producción	Total de Envases
	La producción diaria de helado será de 70 kg que serán divididos en envases de 5 kg	14 Envases de 5 kg

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 10*Producción Semanal*

Helados Sandi	Producción	Total de Envases
	Para la producción semanal se obtendrá 490 kg que serán divididos en envases de 5 kg	98 Envases 5kg

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 11*Producción Mensual*

Helados Sandi	Producción	Total de Envases
	Mensualmente se hará una producción de 2,100 kg que serán divididos en envases de 5 kg	420 Envases de 5kg

Fuente: Elaboración Propia

3.4.3.2 Incremento de la Producción Anual**Tabla 12***Producción anual*

Producción	Año 1	Año 2	Año 3
	25,550 kg / 5 = 5,110 kg	51,100 kg / 5 = 10,220kg	76,650 kg / 5 = 15,330 kg

Fuente: Elaboración Propia

3.4.4 Activos Fijos

Materiales a utilizar y las principales características de los equipamientos que se debe adquirir para atender los objetivos de producción

3.4.5 Equipo o Utensilios

Para hacer posible la producción del helado se requiere adquirir lo siguiente:

- **Licuada**

Ayudará a triturar los ingredientes y formar la mezcla necesaria para la elaboración del helado.



Fuente: Google

- **Termómetro para alimentos**

Será útil para medir la temperatura correcta en el proceso de elaboración del helado (temperatura adecuada para la pasteurización de la leche y congelación continua adecuada para los helados ya envasados).



Fuente: Google

- **Congeladora**

Permitirá conservar los helados a temperatura adecuada ya que es necesaria para que conserven la calidad en cuanto a sabor, textura, consistencia, etc.



Fuente: Google

- **Mesa**

Mesa de madera que servirá para mantener la tabla y otros utensilios en el proceso de elaboración del helado.



Fuente: Google

- **Tabla de Madera**

Será útil para apoyar a pelar, picar y sacar las semillas de las sandías.



Fuente: Google

- **Cucharas**

Servirán para mover la leche, vaciar la stevia y para el helado cuando sea necesario.



Fuente: Google

- **Recipientes especiales**

Servirán para después del lavado de las frutas ya que permitirán secarse y almacenarse mientras sean necesario.



Fuente: Google

- **Cuchillos**

Útiles para pelar, picar y quitar las semillas de las sandías.



Fuente: Google

- **Mandil**

Servirá para no manchar y proteger la ropa de los operarios.



Fuente: Google

- **Gorro**

Para una buena higiene ya que un pelo en el helado hablaría muy mal del negocio y más que estaría en su primera etapa.



Fuente: Google

- **Cepillo**

Útil para retirar impurezas en la superficie de la sandía en el proceso de lavado.



Fuente: Google

- **Balanza**

Servirá para pesar las cantidades de los diferentes ingredientes que se utilizaran.



Fuente: Google

- **Recipiente de Acero Inoxidable**

Este almacenara la sandía ya cortada para el primer enfriamiento.



Fuente: Google

3.4.6 Proceso de Producción

Conjunto de todas las actividades que se precisan para transformar un conjunto de entradas (materiales brutos energías, etc.) en salidas más valiosas tales como productos acabados y/o servicios. (Dervitsiotis, 1981)

Descripción del Proceso

- **Compra de la materia prima (sandía, leche, stevia)**

La materia prima en el caso de la sandía se comprará con los productores de Francisco villa, la leche (orgánica) con la profesora Dora Ruiz y la stevia en mercado libre.

- **Recepción y almacenamiento de materia prima**

La sandía será transportada a granel con cuidado para no golpearla una vez que se realice la recepción se verificara que se encuentre en buen estado luego de esto se acomodara en un lugar fresco y seco de forma que no se saturen entre ellas para evitar estropearlas, posteriormente la sandía permanecerá en almacenaje esperando ser procesada tratando de no superar más del mes ya que es un fruto delicado pero con cuidados y en condiciones óptimas se pueden alcanzar los 2-3 meses, aunque el sabor pierde calidad, es por eso que solo estará almacenada a no más de un mes.

Días para poder mantenerla con condiciones normales para el proceso. En el caso de la leche se comprará de 10 litros cada día los cuales serían utilizados diariamente, la leche no la almacenaremos por mucho tiempo ya que necesitamos que sea leche fresca y además tenemos 2 ventajas la primera que la persona que nos la proporcionara se encuentra cerca del lugar donde se harán los helados (1 cuadra) y la segunda ella sale a repartir los encargos de un día antes. La stevia, se compra en mercado libre y almacenara mensualmente.

- **Lavado y desinfectado (sandía)**

Se llevará a un tanque con agua y se cepillará la fruta con el objetivo de eliminar impurezas y terminar la limpieza de la superficie de la fruta, posteriormente secarlas y almacenarlas en setos mientras se procede con la leche.

- **Desnatación de la leche (pasteurizado)**

En un recipiente especial se procederá a la Pasteurización baja o lenta que destaca por el conservado del valor nutricional en un rango de temperatura es de 62 – 72 °C a lo máximo por 30 minutos y elimina entre 95 – 99 % de microorganismos ya que este proceso es considerado como el tratamiento térmico de una sustancia en condiciones donde las temperaturas y tiempo expuestos permitan desechar los microorganismos peligrosos para los seres humanos.

- **Enfriado de la leche**

Después de la pasteurización se dejará enfriar a temperatura ambiente el tiempo que sea necesario.

- **Cortado y pesado de la materia prima utilizar**

Mientras la leche enfría procedemos al cortado y pesado de los demás ingredientes a utilizar (sandía y stevia).

- **Congelación**

En el caso de la sandía ya cortada y sin semillas se pondrá en congelación.

- **Mezclado (sandía, leche, stevia)**

Pasado el tiempo de la congelación necesaria de la sandía procederemos al mezclado, etapa importante porque es donde se proporcionan la materia prima y las cantidades que contendrá el helado deseado, (sandía, leche, stevia). Para este caso se mezclarán en una licuadora.

- **Etiquetado**

Para este momento se llevará cabo el etiquetado fase importante donde los helados se identifican y diferencian de los demás brindando al cliente información útil con respecto a lo que comprara pudiendo conocer a través de la etiqueta nombre, características como los ingredientes y los nutrientes peso.

- **Embizado**

Una vez mezclado correctamente todos los ingredientes de manera inmediata se hará el envasado con las cantidades necesarias para cada recipiente y se cierra el recipiente.

- **Congelación continua**

Ya debidamente envasado el producto se llevará al área de enfriado, etapa muy importante en la producción para conseguir un helado cremoso.

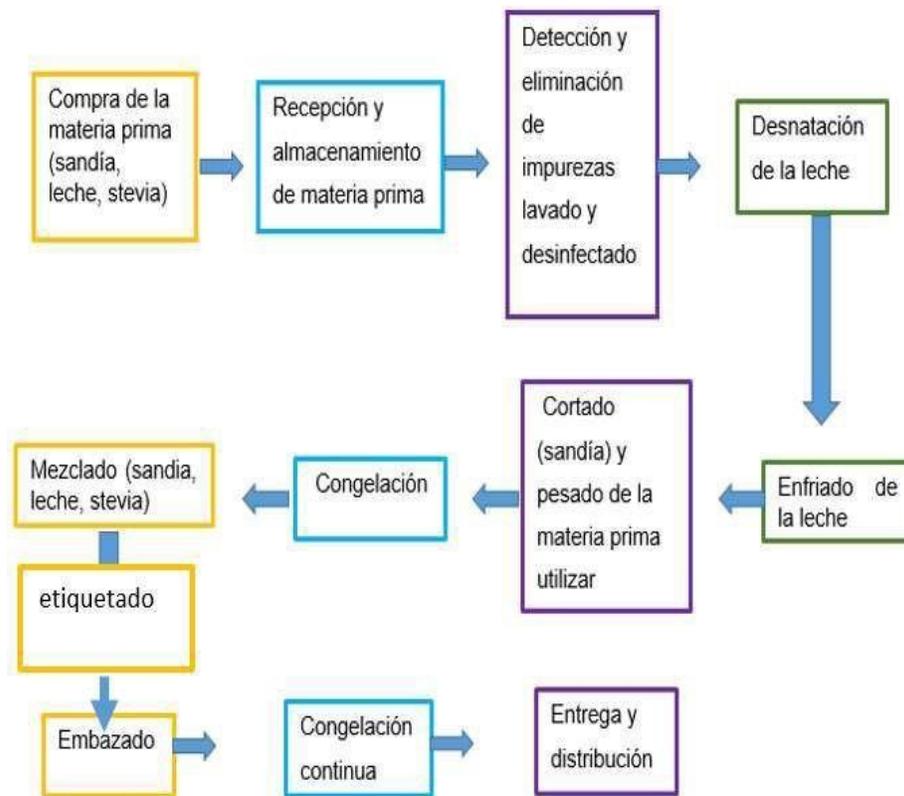
- **Entrega y distribución**

Cuando sean necesarias se entregará a las personas encargadas de distribuir las.

Distribución de las instalaciones Para la distribución de la planta se considera los procesos productivos que se deberán llevar a cabo, también el personal que ejecutará todas las actividades que implica dicho proceso, y tomando en cuenta el personal administrativo que tendrá un lugar asignado en el local o la planta.

Imagen 6

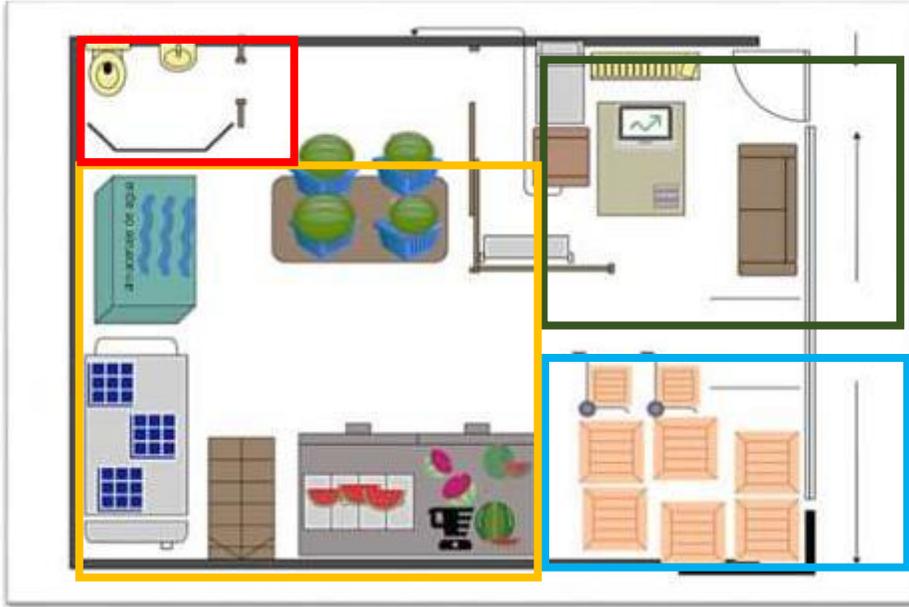
Flujograma del proceso



Fuente: Elaboración propia

Imagen 7

Distribución de la planta



Fuente: Elaboración propia

Tabla 6

Simbología de las Áreas

Área	Símbolo	Superficie (m2)
Oficinas	□	30
Recepción y almacenamiento	□	50
Producción	□	120
Área de servicio	□	12
Total		212

Fuente: Elaboración propia

Se contará con un área de oficina en donde se llevará a cabo los aspectos administrativos, recepción y almacenamiento de la materia prima un espacio espacialmente diseñado para el buen funcionamiento de los procesos productivos y área de servicio.

3.4.7 Localización

Se considera establecer una pequeña planta para llevar a cabo el proceso de elaboración de helados entre Circuito Norte y Plan Chiapas manzana 3, lote 3, número19, Colonia las Gardenias, Villaflores Chiapas.

Imagen 8

Local o planta productora



Fuente: Google Maps.

No se establecerá un contrato de alquiler ya que una de las integrantes del proyecto prestará el espacio para el inicio y desarrollo del negocio.

El horario de producción será de 07:00 a.m. a 02:00 pm de lunes a sábado.

3.4.8 Buenas prácticas laborales

Son las normas y conductas que se deben considerar en el ámbito laboral para garantizar la salud ocupacional, la seguridad interna dentro del establecimiento y garantizar que las operaciones de la empresa sean ambiental y socialmente responsables.

Tabla 12

Principales Normas y Conductas de la Empresa.

N°	Buenas practicas	Descripción
1	Normas de seguridad	<ul style="list-style-type: none"> • Contar con equipo de trabajo • Uso adecuado de las herramientas de trabajo
2	Normas de higiene	<ul style="list-style-type: none"> • Verificar que el equipo de trabajo se use adecuadamente a la hora de trabajo • Limpieza del área de trabajo después de cada jornada laboral • Control de plagas
3	Normas de ambientales	<ul style="list-style-type: none"> • Concientización racional del agua evitando grandes cantidades de pérdida • Optar por productos de limpieza biodegradables
4	Normas sociales	<ul style="list-style-type: none"> • Ambiente libre de trabajo forzoso y acoso • Evitar el lenguaje obsceno • Salario digno • puntualidad

Fuente: Elaboración propia

3.4.8 Estudio de mercado

3.4.8.1 Tamaño total

El estudio de mercado se realizará en villa Flores Chiapas según INEGI. Censo de Población y Vivienda 2020. Tabulados del Cuestionario Básico en la ciudad de Villa Flores hay 109,536 personas por población total de las cuales 53,808 son hombre y 55,728 son mujeres.

Segmento de mercado

Dicho estudio será dirigido a adolescentes y jóvenes, ante esto se tomará la opinión de personas de entre 15 y 25 años.

3.4.8.2 Mercado consumidor

Existe la tendencia al consumo de helados en Villa flores, este mercado es bien aceptado en el aspecto de que se encuentran varios productos con marca y sin marca, se encontró una lista en internet la cual se revisó, algunos cuentan con locales para ofrecer sus productos, otros se venden mediante intermediarios, también en casa, personas venden helados en pequeñas cantidades otros más se venden de forma ambulante y también franquicias como lo es la michoacana sin contar que aquí mismo también existen productos sustitutos, ante esto se puede decir que la mayoría de las personas han consumido helado alguna vez en la vida, se cree que podrían ser niños, adolescentes y jóvenes los de mayor consumo,

Estos encuentros pueden ser el motivo perfecto para deleitarse de un refrescante helado, hoy en día el consumo del helado ya no distingue horario ni estación ya que por las noches también se venden y es consumido de manera muy notable, con un aumento en épocas de calor (primavera y verano) para saciar la sed.

3.4.8.3 Competencia

Se identificaron algunas heladerías que se consideran competencia para la empresa, las cuales son las siguientes:

Tabla 12

No	Nombre	Productos	Dirección	Escudo
1	La Michoacana	Variedad de productos desde helados, en vasos, paletas hasta aguas con frutas etc.	Central poniente barrio santa Catarina Villaflora, Chiapas código postal 30479	
2	Helados Holanda	paletas cremosas, helados pequeños y grandes diferentes sabores	0.7 km calle central sur, 0 ciudad Villaflora, 30470, Villaflora, Chiapas.	
3	Peletería el AS	Paletas y helados de sabores	1.1 km elaboración de helados y paletas tel. 9656521807 avenida segunda norte, 0 barrio bajial (Villaflora) 30470, Villaflora, Chiapas.	
4	Paletas Azteca	Paletas de sabores	1.2 km comercio al por menor de paletas de hielo y helados tel. 9651063812 avenida primera norte, 0 barrio san Martín (Villaflora) 30470, Villaflora, Chiapas	

Fuente: Elaboración propia

3.4.8.4 Productos sustitutos

Estos son los que satisfacen la misma necesidad y los cuales también se puede encontrar lateres como:

- **Ambulantes de Aguas Frescas;** negocios que ofrecen productos como aguas de coco, naranja, licuados de betabel, zanahoria, piña y también ponches frescos de frutas, raspados, etc.
- **El pozol Arrecho** 1av sur entre 10 y 11 poniente #235 30470 Villa Flores, Chiapas, México 965 100 8791 Ofrecen pozol blanco y pozol de cacao con azúcar y sin azúcar. (Foro - México, 2020).

3.4.8.5 Precio

Se investigó el precio de los productos que vende la competencia, por lo que se encontró lo siguiente:

Tabla 14

Precios

Producto/marca	Variedad	Precio
La Michoacana	Mini Paletas y helados de diferentes sabores y tamaños	De \$5.00 a \$45.00 pesos
Helados Holanda	Paletas y helados en diferentes presentaciones y sabores	De \$10.00 a \$157.00 pesos
Paletearía As	Paletas de coco, cacahuete, chocolate con vainilla, etc.	De \$ 7 a 15 pesos
Paletas Azteca	Paletas de granada, cacahuete y mucho mas	De \$ 7 a 17 pesos

Fuente: Elaboración propia

3.4.8.6 Ventaja competitiva del negocio

Dentro de las Ventaja competitiva del negocio, se presentan las siguientes:

- Helados elaborados con insumos naturales de buena calidad con una mezcla y sabor que lo hacen único y que solo se encuentra en helados Sandí.
- Siempre enfocado al cliente tratando de satisfacer las necesidades.

3.4.8.7 Proveedores

Se comprará la sandía con los productores de Francisco Villa, se llegó a un acuerdo donde se pueda fijar precio y calidad, asegurar la producción evitando el impacto de variación de precio pues hay temporadas en la que esta escasea y suelen elevar los precios.

Tabla 15

Proveedor de sandia

Precio	Facilidad de Pago	Entrega de Pedido	Calidad
\$ 4.00 por kilo gramo	15 días después de la compra	Cada 15 días	Excelente

Fuente: Elaboración propia

La leche (orgánica) se comprará con la profesora Dora Ruiz la cual vende su producto en la colonia las gardenias en el municipio de villa flores Chiapas la cual nos la entregará cada 2 días.

Tabla 16

Proveedor de Leche

Precio	Facilidad de Pago	Entrega de Pedido	Calidad
\$ 8.00 por litro	Al final de la semana (cada viernes)	Cada 2 días	Excelente

Fuente: Elaboración propia

La adquisición de la Stevia se realizará en la plataforma de mercado libre, debido a que es el lugar donde se encontró con el precio más bajo.

Tabla 17

Proveedor de Stevia

Precio	Facilidad de Pago	Entrega de Pedido	Calidad
--------	-------------------	-------------------	---------

\$ 600.00 por la bolsa de 500g equivalente a 75 kg de azúcar	Pagarlo a 12 meses pero con interés o pago de contado	De 2 a 3 días avilés después de la compra	Excelente
--	---	---	-----------

Fuente: Elaboración propia

3.4.9 Estrategia de marketing

3.4.9.1 Estrategia de Producto

Nombre de la empresa: Helados Sandi S. A de C. V.

Nombre del producto: Helados Sandi

Slogan: Helados Sandi, calidad contigo día a día...

3.4.9.2 Logotipo



Fuente: Elaboración propia

3.4.9.3 Envase y diseño

El envase del helado de sandía estará elaborado en plástico, lo cual va a permitir su fácil enfriamiento y congelación

El diseño del envase del producto, se podrá observar el color rojo que capta la atención del cliente, además tendrá el nombre del helado con el respectivo valor nutricional son necesarias para la comercialización del producto.



Fuente: Elaboración propia

3.4.9.4 Estrategia de precio

El precio es un elemento muy importante que determinara la demanda del público hacia el producto.

Este mismo influirá en la posición competitiva que pueda tener la empresa, en los ingresos y en las ganancias reflejadas en determinado periodo.

Con la asignación de precio correcto se podrá lograr una buena retribución, maximizar las ganancias, incrementar las ventas y el mercado, lograr establecer un precio accesible y hacer frente a la competencia, todo esto se determinará más adelante con la ayuda de los costos, los gastos y el porcentaje de utilidad que se desee ganar para poder estimar el precio correcto que será ofrecido.

Para producir 1 kilo de helado de sandía cuesta 10.6 pero la empresa lo vendrá en envases de 5 kilos cada uno por lo tanto aumenta el coto del envase más etiqueta costando a 40 pesos cada uno lo cual quiere decir que el costo total de 1 envase de 5 kilos de helado de sandía cuesta:

$$10.6 \times 5 = 53 + 40 = 93$$

3.4.9.5 Estructura de precio

Fórmula para determinar el Precio de Venta:

$$PV = \text{Costo} / 1. (\text{suma de } \% / 100)$$

con los datos anteriores la operación sería

$$\text{Precio} = 93 / (1 - 0.40) = 100 / 0.40 = 132.8571429 = \mathbf{155}$$

Tabla 18

Estructura de precio

Producto 1	Valor Gr
Costo de producción	\$ 93 para la elaboración de 1 envase de 5 kilos de helado
Margen deseado	40%
Precio de venta	\$155

Fuente: Elaboración propia

3.4.10 Gestión de personas

Estructura organizativa



Fuente: Elaboración propia

Para empezar, se sabe que este proyecto es nuevo por lo cual se empezaría elaborando helado de forma artesanal ante esto el personal que se requiriera sería mínimo.

Descripción de cargos

- Personal admirativo

- Personal operativo u operario

Funciones administrativas: estará a cargo de toda la administración del negocio por ejemplos compras, ventas, buena gestión de los recursos, supervisar el proceso de producción, mejorar los procesos proponiendo nuevas ideas, etc.

Funciones operativas: estará a cargo de la producción. (Proceso y elaboración de helados, almacenar los productos terminados, limpieza, etc.)

3.4.11 Gestión Legal

La forma legal que se adecua a la empresa que se está elaborando es la siguiente: Sociedad Anónima – SA, debido a que estará compuesta por dos personas que serían los accionistas del negocio, y tendrán cierta cantidad de acciones que les pertenecerá, además que la responsabilidad de cada integrante es de acuerdo a las acciones que poseen y no responden por deudas mediante el patrimonio personal, sino hasta el máximo del monto del capital aportado.

3.4.12 Aspectos Tributarios

Para empezar, dar de alta en el SAT permitirá el funcionamiento formal y se requiere para definir el tipo de contribuyente y así cumplir con las obligaciones.

Tabla 7

Aspecto legal de la empresa

Forma Legal	Tipo de Impuesto	Obligaciones
Sociedad	IVA (Impuesto al Valor Agregado) IRACIS (Impuesto a la Renta de las Actividades Comerciales, Industriales y de Servicios)	Anuales

Fuente: Elaboración propia

3.4.13 Construcción de la empresa

Pasos para la constitución de una empresa

Gestiones	Costos
Aspectos Impositivos	
Inscripción en el Registro Federal de Contribuyentes	\$0.00
fedatario publico	\$5,000.00
Aspectos Jurídicos	
Constitución Legal	\$10,000.00
Oficinas de Control	
COESMER (Comisión Estatal de Mejora Regulatoria)	\$0.00
Secretaria de Economía	\$0.00
Permisos para Operar	
Permiso de Instalación y Funcionamiento Sanitario	\$2,300.00
Total	\$17,300.00

Fuente: Elaboración propia

3.5 PLAN ECONÓMICO - FINANCIERA

3.5.1 Inversión Total

Para determinar el total de recursos a ser invertidos para que el negocio comience a funcionar, se debe sumar los activos fijos, la inversión pre operativa y el capital de trabajo.

N°	Inversiones	Financiación
1	Activos fijos	Total de Gastos
1.1	Inmueble	\$0.00
1.2	equipo informático	\$6,000.00
1.3	herramienta y/o utensilios	\$10,538.00
1.4	otros (gorro mandil)	\$166.00
2	Inversiones Pre Operativas	
2.1	constitución legal	\$10,000.00
2.2	castos de formalización	\$5,000.00
2.3	Permisos	\$2,300.00
2.5	investigación de mercado	\$105.00
2.6	campana de marketing inicial	\$1,100.00
3	Capital de Trabajo	
3.1	stock inicial (mes)	\$6,360.00
3.2	caja mínima	\$5,000.00
Inversión Total de Gastos		\$46,569

Fuente: Elaboración propia

3.5.2 Depreciación

Método para calcular el valor del costo o gasto de un activo a lo largo de su vida útil.

Tabla 8

Depreciación

Nº	Activos Fijos	Valores Gs.	Vida Útil	Depreciación Anual Gs
1	Muebles	\$1,720.00	10	\$172.00
2	Equipos Informáticos	\$2600.00	10	\$600.00
3	Herramientas y/o Utensilios	\$10,538.00	5	\$2,107.60
Total Depreciación Anual (TDA) Gs.				\$2,879.60
Total depreciación mensual (TDA/12) Gs.				\$256.16

Fuente: Elaboración propio

3.5.3 Presupuesto de venta

Es un pronóstico de la cantidad de productos que se estiman vender y el precio al que se venderán donde se puede observar la rentabilidad de la empresa para un periodo determinado.

Tabla 9

Presupuesto de venta

Producto	Proyección de Venta	
	Mensual Gs.	Anual Gs.
Producto 1		
Unidad Vendida	420 envases de 5 kg cada 1	5,110 envases de 5 kg cada 1
Precio x Unidad	\$155.00	\$155.00
Gasto Total	\$65,100.00	\$792,050.00

Fuente: Elaboración propia

3.5.4 Costo Total (CT)

3.5.4.1 Costos Variables (CV)

HELADO DE SANDÍA PRODUCIDO AL MES			
CONCEPTO DE COSTEO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL

Materia Prima	420 envases de 5 kg cada 1	\$10.60 x 5 = \$53	\$22,260.00
Envase más Etiqueta	420	\$40.00	\$16,800.00
TOTAL DE COSTO			\$39,060.00
COSTO UNITARIO			\$93.00

Fuente: Elaboración propia

3.5.4.2 Costos Fijos

N°	CONCEPTOS	MENSUAL Gs.	ANUAL Gs.
1	Salario (socios)	\$2,100.00	\$25,200.00
2	Alquiler	\$0.00	\$0.00
3	Teléfono – internet	\$420.00	\$5,040.00
4	Energía eléctrica	\$220.00	\$2,640.00
5	Agua	\$60.00	\$720.00
6	Mantenimiento/Limpieza	\$120.00	\$1,440.00
7	Depreciación correspondiente al mes	\$256.16	\$3,074.00
8	Total de Gastos	\$3,176.16	\$38,114.00

Fuente: Elaboración propia

3.4.5 Costo de personal

Cargos por Área de Gestión	Remuneraciones (Salarios Mensuales)	Tipo de Costo
Administrativa	\$1,200.00	CF
Operarios	\$900.00	CF
Total Gs.	\$2,100.00	

Fuente: Elaboración propia

3.5.6 Estado de resultado

N°	INDICADORES	MENSUAL Gs	ANUAL Gs	% S/ VENTAS
1	INGRESOS	\$65,100.00	\$792,050.00	
1.1	ventas	\$65,100.00	\$792,050.00	100
2	EGRESOS (2.1 + 2.2)	\$42,236.16	\$513,344.00	
2.1	costos variables	\$39,060.00	\$475,230.00	
2.2	costos fijos	\$3,176.16	\$38,114.00	
3	MARGEN (1.1 - 2.1)	\$26,040.00	\$316,820.00	
4	UTILIDAD BRUTA (1- 2)	\$22,863.84	\$278,706.00	
5	IMPUESTOS (10% DE 4)	\$2,286.38	\$27,870.60	

6	UTILIDAD LIQUIDA (4 -5)	\$20,577.46	\$250,835.40
---	-------------------------	-------------	--------------

3.6.7 Indicadores de Viabilidad

3.6.7.1 Utilidad Liquida Porcentual

INDICADORES	UTILIDAD DEL MES x 100 /VENTAS DEL MES
Utilidad	31.60%

Fuente: Elaboración propia

3.6.7.2 Rentabilidad

INDICADORES	UTILIDAD x 100 % INVERSIÓN TOTAL
Rentabilidad	48.70%

Fuente: Elaboración propia

3.6.7.3 Punto de equilibrio

INDICADORES	COSTO FIJOS/ (MARGEN DE CONTRIBUCIÓN / VENTAS)
Punto de Equilibrio	1985.1

Fuente: Elaboración propia

3.6.7.4 Tiempo de retorno de la inversión

INDICADORES	INVERSIÓN INICIAL /UTILIDAD Gs
tiempo de retorno de la inversión	1.8

Fuente: Elaboración propia

3.6.8 Evaluación de la Inversión

3.6.8.1 Flujo de Caja

DESCRIPCION		AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
flujo de ingresos							
	incremento porcentual de ventas	60	80	100	100	100	100
(+)	ventas	\$475,230.00	\$633,640.00	\$792,050.00	\$792,050.00	\$792,050.00	\$792,050.00
flujo de egresos							
(-)	inversiones	\$308,006.40	\$410,675.20	\$513,344.00	\$513,344.00	\$513,344.00	\$413,344.00
(-)	costos variables	\$285,138.00	\$380,184.00	\$475,230.00	\$475,230.00	\$475,230.00	\$475,230.00
(-)	costos fijos	\$22,868.40	\$30,491.20	\$38,114.00	\$38,114.00	\$38,114.00	\$38,114.00
(=)	f flujo efectivo neto						
		f_0	f_1	f_2	f_3	f_4	f_5
		$(1+i)^0 f_0$	$(1+i)^1 f_1$	$(1+i)^2 f_2$	$(1+i)^3 f_3$	$(1+i)^4 f_4$	$(1+i)^5 f_5$
	VAN (fórmula)	\$452,600.00	\$603,466.66	\$754,333.33	\$754,333.33	\$754,333.33	\$754,333.33
	TRI (fórmula)	\$167,224.00	\$222,964.80	\$278,706.00	\$278,706.00	\$278,706.00	\$278,706.00

Fuente: Elaboración propia

CONCLUSIONES

Este proyecto de acuerdo al estudio de mercado antes realizado utilizando como instrumento de estudio encuestas y entrevista demostraron que el nivel de aceptación al emprendimiento será alto debido a que es un producto nuevo e innovador enfocado en la sandía, ya que será elaborado de forma artesanal con productos naturales.

Después de realizar la investigación se pudo diseñar el plan de negocio para la elaboración de helado tradicional de sandía basados en un nuevo formato de presentación de la sandía para darle valor a productos naturales pues es lo que se cree esta en tendencia hoy en día según lo recabado.

Para la comercialización de los envases de 5 kg cada uno de helado de sandía de acuerdo con los costos y el margen deseado se obtuvo que el precio será de \$155.00 cada uno y para una venta más rápida se necesitara intermediarios (minorista) los cuales se encargaran de hacerlo llegar a los consumidores finales.

Según los resultados obtenidos en el área financiera el proyecto puede ser rentable ya el monto invertido se recuperará a corto plazo lo cual sería en menos de dos años.

BIBLIOGRAFÍA

(05 de junio de 2020). Obtenido de Foro - México.

Alcaraz, R. R. (2021). *El emprendedor de éxito*. México: McGraw Hill.

BHADANI, P. (21 de febrero de 2021). *zipschedules*. Obtenido de zipschedules:

<https://zipschedules.com/es/operational-plan/operational-plan-in-business-plan.html>

CCA. (2005). Obtenido de tecnológico monterrey :

http://www.cca.org.mx/apoyos/ap066/apoyos/plan_operativo.pdf

Chacin, R. B. (2008). *Fundamentación teórica empresarial*. México.

D definicion. DE. (2008-2023). Obtenido de DE: <https://definicion.de/plan-operativo/>

Daniel Rodrigues, D. B. (2018). *EL MERCADO Y LA COMERCIALIZACIÓN* . San Jose, Costa Rica: IICA.

Davila, M. (2020). *Libro de trabajo, Paquete de solución en alianzas estratégicas*. USAID.

Dervitsiotis, L. K. (1981). *Operations Managemet*. Nueva York: McGraw &Hill.

Economia, S. d. (2010). [http://www.2006-2012.economia.gob.mx/mexico-](http://www.2006-2012.economia.gob.mx/mexico-emprende/productos-servicios/comercializacion#:~:text=La%20comercializaci%C3%B3n%20es%20el%20conjunto,lo%20conozcan%20y%20lo%20consuman)

[emprende/productos-](http://www.2006-2012.economia.gob.mx/mexico-emprende/productos-servicios/comercializacion#:~:text=La%20comercializaci%C3%B3n%20es%20el%20conjunto,lo%20conozcan%20y%20lo%20consuman)

[servicios/comercializacion#:~:text=La%20comercializaci%C3%B3n%20es%20el%20conjunto,lo%20conozcan%20y%20lo%20consuman](http://www.2006-2012.economia.gob.mx/mexico-emprende/productos-servicios/comercializacion#:~:text=La%20comercializaci%C3%B3n%20es%20el%20conjunto,lo%20conozcan%20y%20lo%20consuman). Obtenido de [http://www.2006-](http://www.2006-2012.economia.gob.mx/mexico-emprende/productos-servicios/comercializacion#:~:text=La%20comercializaci%C3%B3n%20es%20el%20conjunto,lo%20conozcan%20y%20lo%20consuman)

[2012.economia.gob.mx/mexico-emprende/productos-](http://www.2006-2012.economia.gob.mx/mexico-emprende/productos-servicios/comercializacion#:~:text=La%20comercializaci%C3%B3n%20es%20el%20conjunto,lo%20conozcan%20y%20lo%20consuman)

[servicios/comercializacion#:~:text=La%20comercializaci%C3%B3n%20es%20el%20conjunto,lo%20conozcan%20y%20lo%20consuman](http://www.2006-2012.economia.gob.mx/mexico-emprende/productos-servicios/comercializacion#:~:text=La%20comercializaci%C3%B3n%20es%20el%20conjunto,lo%20conozcan%20y%20lo%20consuman).

ED venture. (2023). Obtenido de EDventure: <https://www.edventure.es/blog/104-analisis-economico-financiero-que-es-y-para-que-sirve>

GARCIA, O. L. (2006). *Introducción al Diagnostico Financiero. Administración financiera fundamentos y aplicaciones* . nueva imagen.

- Grenot, A. B. (29 de octubre de 2021). *Procedimiento de análisis económico-financiero para tomar decisiones en la gestión administrativa*. Obtenido de Procedimiento de análisis económico-financiero para tomar decisiones en la gestión administrativa: https://www.redalyc.org/journal/1815/181569023003/html/#redalyc_181569023003_ref7
- Iglesias, M., & Carreras, I. (2012). *La colaboración afectiva en las ONG Alianzas estratégicas y redes*. Barcelona: Instituto de Innovación Social (ESADE). Obtenido de <https://www.pwc.es/es/fundacion/assets/pwc-esade-colaboracion-efectiva-ong.pdf>
- Jiménez, D. (1997). *Dirección estratégica y biavilidad empresarial*. México: direcciones pramides.
- Lirola, A. (18 de 05 de 2020). *CONCI VIVE LA COCINA NATURAL*. Obtenido de <https://www.conasi.eu/blog/consejos-de-salud/stevia-natural/>
- Mendoza, I. R. (1995). planeación estratégica integral. *EL buzón de pacioli*, 11.
- Pérez, A. (23 de abril de 2021). *Estudio financiero: en qué consiste y cómo llevarlo a cabo*. Obtenido de Estudio financiero: en qué consiste y cómo llevarlo a cabo: <https://www.obsbusiness.school/blog/estudio-financiero-en-que-consiste-y-como-llevarlo-cabo>
- Rodríguez, A. R. (2005). *Empresas competitivas*. México: Mc Graw Hill.
- Russo, M., & Cesarani, M. (2017). *Strategic Alliance Success Factors: A Literature Review on Alliance Lifecycle*. International Journal of Business.
- Silva, D. d. (13 de julio de 2021). *¿Cómo hacer un plan comercial en 7 pasos? (TUTORIAL)* Web Content & SEO Associate, LATAM. Obtenido de ¿Cómo hacer un plan comercial en 7 pasos? (TUTORIAL) Web Content & SEO Associate, LATAM: <https://www.zendesk.com.mx/blog/como-hacer-un-plan-comercial/>

Torres, D. (20 de enero de 2023). *HubSpot*. Obtenido de HubSpot:

<https://blog.hubspot.es/sales/que-es-plan-estrategico-empresa>

Villareal, F. (2017). *Política de atención al cliente*. Peru.

Viscanío, A. d., & Ríos, I. J. (2018). *Servicio al cliente e integración del marketing mix de servicios*. Guadalajara J.

GUMETA, M. A. (Diciembre de 2011). *UNIVERSIDAD AUTÓNOMA AGRARIA*. Obtenido de <http://repositorio.uaaan.mx:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/5278/t18994%20ESQUINCA%20GUMETA%2C%20MIGUEL%20ALEJANDRO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

INEGI. (16 de marzo de 2021). *INEGI*. Obtenido de INEGI:

<https://www.inegi.org.mx/programas/ccpv/2020/>

ANEXOS

Anexo 1

Plan estratégico (entrevistas)

Dirigida a las posibles personas en figurar como intermediario

Se iniciará con una breve plática donde se dará a conocer las ventajas y beneficios pertenecera al producto.

**Universidad de ciencias y artes de Chiapas
Escuela de ciencias administrativas**

Estructura a seguir.

Saludar y se presenta como representante del proyecto.

“Hola, soy (nombre de alguna de las 2 integrantes) integrante del proyecto que por nombre lleva **PLAN DE NEGOCIO ENFOCADO A LA ELABORACIÓN DE HELADO NATURAL A BASE DE SANDÍA EN LA REGIÓN FRAILESCA**”

El motivo por el que nos presentamos ante usted es que nos gustaría establecer una relación de negocio la cual sería la venta de helados esperando y acepte la propuesta.

El presente negocio consiste en la elaboración de helados naturales hechos principalmente de sandía más leche y Stevia dichos ingredientes son bajos en grasa y azúcares malos y altos en nutrientes lo que lo hace más saludable además de que es una nueva oportunidad de negocio.

Sabemos que muchas veces el desconocimiento provoca o alimenta la desconfianza y más en este caso ya que esta presentación es nueva por lo tanto se pretende equilibrar la balanza de riesgo para usted, ofrecemos encargarnos de la publicidad para dar a conocer el producto, aunque no estaría mal en pedirle presentar el producto con familiares y amigos y

así obtener clientes potenciales para ambos o porque no a nuevas personas que quisieran vender el producto.

Nombre:

1.- Hablando de sandía y helados ¿conoce los beneficios de la sandía?

R: No, solo sé que contiene bastante agua y que es buena consumirla

2.- ¿Ha probado algún helado de sandía?

R: Bueno de sandía no si he consumido cocteles y bebidas, pero en forma de helado me parece que no

3.- ¿Alguna vez usted ha pensado o a vendido helados de sandía?

R: No, nunca

4.- ¿Le gustaría iniciar o incorporarse a este negocio?

R: creo que estaría bien

5.- ¿Cuáles serían sus expectativas para un producto como este?

R: que se vendan y antes que todo que sean ricos

6. ¿Qué es lo que buscan en una relación con un proveedor?

R: que cumplan con lo que se acuerde

7.- Aparte de lo antes conversado ¿Qué más le gustaría conocer sobre nosotros?

R: de quien es la idea o cómo surgió

8.- Al aceptar e incorporarse a trabajar de la mano con este negocio el cual se espera tenga una buena aceptación y éxito, ¿Qué significaría el nuevo ingreso para su empresa, tiendita o para usted personalmente?

R: Me ayudaría quizá para la compra de las tortillas o el agua que es algo básico en el día a día

Anexo 2

Plan comercial (encuestas)

Dirigida a las posibles personas en figurar como intermediario

Se iniciará con una breve plática donde se da a conocer las ventajas y beneficios de este negocio.

Universidad de ciencias y artes de Chiapas Escuela de ciencias administrativas

Estructura a seguir.

Saludar y se presenta como representante del proyecto.

“Buenas días o buenas tardes dependiendo de la hora, soy (nombre de alguna de las 2 integrantes) integrante del proyecto que por nombre lleva **PLAN DE NEGOCIO ENFOCADO A LA ELABORACIÓN DE HELADO NATURAL A BASE DE SANDÍA EN LA REGIÓN FRAILESCA**”

El motivo por el que nos presentamos ante usted es que nos gustaría establecer una relación de negocio la cual sería la venta de helados... esperando y acepte la propuesta.

El presente negocio consiste en la elaboración de helados naturales hechos principalmente de sandía más leche y stevia dichos ingredientes son bajos en grasa y azúcares malos y altos en nutrientes lo que lo hace más saludable además de que es una nueva oportunidad de negocio.

Sabemos que muchas veces el desconocimiento provoca o alimenta la desconfianza y más en este caso ya que esta presentación es nueva por lo tanto se pretende equilibrar la balanza de riesgo para usted, ofrecemos encargarnos de la publicidad para dar a conocer el producto, aunque no estaría mal en pedirle presentar el producto con familiares y amigos y

así obtener clientes potenciales para ambos y si se puede obtener nuevas personas que quisieran vender el producto.

Nombre:

1.- Hablando de sandía y helados ¿conoce los beneficios de la sandía?

R: No, solo sé que contiene bastante agua y que es buena consumirla

2.- ¿Ha probado algún helado de sandía?

R: Bueno de sandía no si he consumido canteles y bebidas, pero en forma de helado me parece que no

3.- ¿Alguna vez usted ha pensado o ha vendido helados de sandía?

R: No, nunca

4.- ¿Le gustaría iniciar o incorporarse a este negocio?

R: creo que estaría bien

5.- ¿Cuáles serían sus expectativas para un producto como este?

R: que se vendas y antes que todo que sean ricos

6. ¿Qué es lo que buscan en una relación con un proveedor?

R: que cumplan con lo que se acuerde

7.- Aparte de lo antes conversado ¿Qué más le gustaría conocer sobre nosotros?

R: de quien es la idea o cómo surgió

8.- Al aceptar e incorporarse a trabajar de la mano con este negocio el cual se espera tenga una buena aceptación y éxito, ¿Qué significaría el nuevo ingreso para su empresa, tiendita o para usted personalmente?

R: Me ayudaría quizá para la compra de las tortillas o el agua que es algo básico en el día a día

Estudio de mercado
(encuestas)

**Universidad de ciencias y artes de Chiapas
Escuela de ciencias administrativas**

Estructura a seguir.

Saludar y presentarse como representante del proyecto.

“Hola soy (nombre de alguna de las 2 integrantes) integrante del proyecto que por nombre lleva **PLAN DE NEGOCIO ENFOCADO A LA ELABORACIÓN DE HELADO NATURAL A BASE DE SANDÍA**

EN LA REGIÓN FRAILESCA, proyecto realizado por estudiantes de la Universidad de ciencias y artes de Chiapas, Escuela de ciencias administrativas (UNICHAC), que consiste en la producción de helados artesanales de sandía con insumos naturales.

Espero que cuente la disponibilidad y amabilidad de responderme algunas preguntas”

Fecha:

Edad del entrevistado:

1.- ¿Consume sandía en su rutina diaria?

A) Siempre B) De vez en cuando C) Nunca

2.- ¿De qué forma consume sandía?

A) Dulces B) Batidos C) Cocteles

3.- ¿Consumiría helados naturales a base de sandía y stevia?

A) Si B) No

4.- Si la respuesta a la pregunta anterior fue sí ¿qué sería lo más relevante para usted?

- A) Precio B) Sabor C) Presentación

5.- ¿Cuánto estaría dispuesto (a) a pagar por un helado de sandía?

- A) De 5 a 10 B) De 10 a 15 C) De 15 a 20

6.- ¿Dónde le gustaría adquirir el helado de sandía?

- A) En la calle B) Tiendas de la esquina C) Supermercados

Anexo 3



