Universidad Iberoamericana Puebla

Repositorio Institucional **http://repositorio.iberopuebla.mx**

Proyectos de Inversión Área de Síntesis y Evaluación II

Delicia

Acosta Navarrete, Brenda Victoria

2016

http://hdl.handle.net/20.500.11777/1376

http://repositorio.iberopuebla.mx/licencia.pdf

PROYECTO DEL ÁREA DE SÍNTESIS Y EVALUACIÓN II DEL DEPARTAMENTO DE NEGOCIOS

Delicia (comida vegana/vegetariana)

PRESENTAN:

Brenda Victoria Acosta Navarrete (Licenciatura en Mercadotecnia)

Alejandro Arroyo Segreste (Licenciatura en Administración de Empresas)

Gabriela Calderón Melo (Licenciatura en Comercio Internacional)

Cristina Hernández Salazar (Licenciatura en Administración Turística y de la Hospitalidad.)

PROFESOR:

Dr. Axel Rodríguez Batres

ÍNDICE

ÍNDICE 2
RESUMEN EJECUTIVO 4
ABSTRACT 6
CAPÍTULO I.- ANTECEDENTES 8
1.1 Historia de la empresa 8
1.2 Misión 8
1.3 Visión 8
1.4 Valores 9
1.5 Objetivos de la empresa 10
1.6 Análisis de los recursos 10
1.7 Identificación de necesidades 11
1.8 Planteamiento del problema 11
1.9 Objetivo general estudio 12
1.10 Objetivos específicos del estudio 12
CAPÍTULO II.- ESTUDIO DE TÉCNICO DE PRODUCCIÓN 13
2.1 Especificaciones del producto 13
2.2 Descripción del proceso 14
2.3 Identificación de maquinaria y equipo 20
2.4 Presupuesto de maquinaria y equipo 22
2.5 Depreciación de maquinaria y equipo 22
2.6 Valor de Rescate 23
2.7 Descripción de Instalaciones 24
2.8 Recursos Humanos 25
2.8.1
Organigrama 24
2.8.2 Análisis y descripción de puestos 25
2.8.3 Presupuesto de personal 39
2.8.4 Requisitos y especificaciones reglamentarias de seguridad e higiene 39
2.9 Análisis de localización del proyecto 43
2.10 Costo de producción 46
2.11 Capacidad de producción 47
CAPÍTULO III.- ESTUDIO DE MERCADO 49
3.1 Situación actual de la industria o sector 49

3.2 Segmentación y selección del del mercado meta 53
3.3 Investigación de mercado 54
3.4 Análisis de la competencia..... 63
3.5 Análisis de precios..... 64
3.6 Logística (Distribución y puntos de venta)..... 70
3.7 Etiqueta 72
3.8 Empaque primario 73
3.9 Empaque secundario 73
3.10 Estrategias de promoción y publicidad 74
CAPÍTULO IV.- ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO 75
4.1 Presupuesto de Inversión Inicial 75
4.2 Presupuesto de gasto de operación..... 80
4.3 Estado de resultados Pro-Forma y Flujos Netos de Efectivo 81
4.4 Punto de equilibrio..... 82
4.5 Tasa de Rendimiento Mínima Aceptada..... 83
4.6 Valor Actual Neto..... 84
4.7 Tasa Interna de Retorno.....
4.8 Índice del Valor Actual Neto..... 84
4.9 Conclusiones del Estudio Financiero 84
CAPÍTULO V.- ANÁLISIS DE IMPACTO SOCIAL Y MEDIO AMBIENTAL 85
5.1 Empleos Directos..... 85
5.2 Empleos Indirectos..... 85
5.3 Identificación de beneficios y/o impactos a la comunidad 86
5.4 Identificación de beneficios y/o impactos al medio ambiente..... 87
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES..... 88
REFERENCIAS 89
ANEXOS 91

RESUMEN EJECUTIVO

La intención del resumen ejecutivo es presentar el proyecto de una pequeña empresa llamada Delicia; esta empresa se dedica a la elaboración de productos veganos en el estado de Puebla. El objetivo principal de esta empresa es elaborar alimentos 100% veganos utilizando solamente productos de origen vegetal y que no provengan de ningún animal. Lo que la empresa busca es atraer a más personas a la sociedad vegana ya que el ser una persona con este tipo de alimentación otorga grandes beneficios no solo para la salud del ser humano sino también para disminuir un poco la contaminación de nuestro ambiente, ya que la elaboración de nuestros materias primas no produce contaminantes que afecten nuestro entorno. Los productos principales de esta empresa son salchicha de papa, jamón a base de granos y harinas, y carne enchilada elaborada con granos, harinas y chiles.

El proyecto se realizara con una inversión inicial de $49,674.00 esto consta principalmente de los costos de nuestra maquinaria y equipo para la elaboración de nuestros productos. El siguiente proyecto tendrá como objetivo la elaboración de un estudio técnico, un estudio de mercado y un estudio financiero con la finalidad de determinar si la empresa puede ser rentable o no.

El estudio técnico se presenta todo lo relacionado al proceso de producción de los productos de la empresa. En este punto se presentan todas las características de los productos a elaborar; se presentan detalladamente cada una de las materias primas para la producción de estos, también se determinan los costos para su elaboración. Además de esto también se puede observar la localización de la empresa, y por último se determinan nuestra inversión necesaria para poder iniciar operaciones dentro de la empresa.

Dentro del estudio de mercado se abordara el tema del sector de la población que querrá abarcar, cual será nuestro mercado meta y a que segmento de la población nos vamos a enfocar. También se determinara cual podrá ser el límite de nuestra capacidad de producción y poder determinar un precio a nuestros productos en el que se puedan cubrir nuestros costos y obtener una utilidad para la determinación de este se realizaron encuestas, investigaciones y entrevistas para poder obtener la información necesaria.

En el estudio financiero consiste en la evaluación de todo el costeo de nuestro proyecto, se realizaran estados financieros proforma en el que presentaremos nuestras inversiones, ventas, producción, costos el resultado de estos flujos nos determinaran si las ventas cubren todos nuestros costos y si determinara si la empresa es rentable o no.

Finalmente se presentaran conclusiones tomando en cuenta la información obtenida de nuestros estudios los cuales nos podrá dar un análisis de la empresa. Una vez observando estos puntos se podrá obtener un resultado el cual determinara si esta es rentable y puede producir utilidades, o no es rentable y nos generara perdidas.

A lo largo de este estudio nos dimos a la tarea de investigar como estaba el sector de alimentos veganos/vegetarianos que nos interesaba para posicionar mejor a la marca Delicia, además de conocer lo que este mercado busca dentro de nuestros productos y así poder satisfacerlos de la mejor manera.

Los productos están hechos de una manera artesanal ya que no se cuenta con un gran numero de personal que puedan realizar este tipo de mano factura a gran escala.
El precio que hemos dedicado en base a lo que la gente percibe fue de: salchicha de papa $27.00, jamón vegano $45.00 y carne enchilada $47.00

ABSTRAC

The intention of the Executive summary is to present the project of a small company named Delicia; this company is dedicated to the development of vegan products in the State of Puebla. The main objective of this company is to produce food 100% vegan, using only products of vegetable origin and avoiding products from any animal origin.

The company seeks to attract more people to the vegan society. As first stage we want to attract people to this word, teaching them the power and great benefits that gives this style of life. Showing them not only the health of human beings but also to slightly decrease of the pollution in our enviroment, since the processing of raw materials does not produce contaminants that effect our enviroment. The main proudcts of this company are sausage potato, ham grains and flours, and enchilada meat made with grains, flours and chilli.

The project is carried out with an initial investment of $49, 674.00, the mainly amount consists of the costs of our machinery and equipment for the manufacture of our products. The next project will aim to prepare a techincal study, a study of market and a financial study in order to determine if the company can be profitable or not.
The technical study is everything related to the process of production of the company´s products. At this point all the characteristics of the products are presented to prepare; they are presented in detail each of the raw materials for the production of these, also determine the costs for processing. In addition to this you can see the location of the company, and finally determine our investment needed to start operations within the company.

Within the market study we will establish the segment of the population that want to cover, which will be our market goal and that segment of population that we are going to focus on. It also determined which might be the limit of our production capacity and the price on our products, this way we can define the costs and get a utility. To obtain the necessary information it was essential to make a research and interviews.
The financial study consits of the evaluation of all the costing of our project, to undertake financial statements pro forma in which we will present our investments, sales, production and costs. The result of these flows determine us whether the sales cover all our costs and if it will determine whether the company is profitable or not.
Finally, for the conclusions taking into account the information obtained from our studies, which can present us an analysis of the company. After observing these points

we can obtain a result that will determine if this is profitable and can produce profits, or is not profitable and we will generate losses.

CAPÍTULO I.- ANTECEDENTES

1.1 Historia de la empresa

Delicia es una empresa que surgió gracias a la señora Sylvia Arguello Morales la cual es la dueña y fundadora, desde el año 2008 en donde se volvió vegetariana, al principio era ovolactovegetariana lo cual significa que todavía puede comer huevos, leche y todo lo que sea derivado, después de eso se puede decir que ya era vegetariana.

Empezó en cursos de yoga en el año 2010 en una escuela de meditación en Puebla la cual le hizo reflexionar sobre la cultura China y la Hindú, en ellas todavía se tienen recetas, las cuales trabajan con muchas cosas que vienen de la tierra. En la alimentación vegana hay mucho de los puntos que se tocan en estas culturas, como son el cultivar sus propios alimentos, tener una alimentación sana y vegetal y respetar a los animales, por lo cual aprendió del estilo de vida que hay ahí para poder adaptarla.

En septiembre del año 2014 la Sra. Sylvia Arguello Morales y su mamá la Sra. Gloria Morales Landa decidieron adaptar alimentos orgánicos y naturales para poder así tener recetas que pudieran adaptarse al estilo de alimentación la cual querían llevar y poder tener recetas nuevas e innovadoras. Desde finales del 2015 la dueña de la empresa ha transformado su estilo de comer para poder ser vegana y cambiar su forma de alimentación para ser mas congruente con las culturas antes mencionadas.

1.2 Misión

Promover la cultura del buen comer, mediante la atención personalizada a nuestro clientes, teniendo presente los gustos por la comida vegetariana y vegana, permitiendo mejorar la salud y alimentación de las personas

1.3 Visión

Darnos a conocer en Puebla como una gran empresa que produce productos vegetarianos y veganos, teniendo como objetivo el vender al mayor número de consumidores que les interese estos productos y sean consumidores.

1.4 Valores

Somos una empresa socialmente responsable que se interesa por la buena alimentación basada en productos orgánicos y naturales, los cuales no tengan ningún derivado animal, en ella tratamos de trabajar con los siguientes valores:

VALORES	SIGNIFICADO
Calidad	Tener los mejores productos, asi como tener una buena materia prima para que pueda tener mejores resultados.
Respeto	tener respeto hacia personas que no se encuentren con la misma filosofia, y tengan diferentes habitos alimenticios.
Humanista	Trabajar por un bienestar para todas las personas que lo consumen viendo que la causa de matar a muchos animales ha llevado a contaminar lugares que son para muchas poblaciones importantes.
Salud	Tener un buen balance en lo que se cocina y en lo que se esta vendiendo.
Limpieza	Conservar todo en orden llevando asi a tener una limpieza sobre los alimentos que se ocupan al cocinar.
Honestidad	Balance en la alimentacion y usar los productos que se dice, para que el cliente quede satisfecho.
Responsabilidad Social	Ayuda a la sociedad a crear conciencia sobre la alimentacion que se lleva
Innovación	Usar nuevas recetas para que las personas no vean que solo son verduras si no tambien ver que se pueden hacer muchas recetas y usar productos que no se tenia idea de cómo usarlos.

Tabla 1
Elaboración propia.

1.5 Objetivos de la empresa

- Producir productos veganos con el 99% de inocuidad alimentaria, así poder brindar al consumidor una mejor calidad que los de la competencia.
- Dar a conocer nuestros productos en más del 50% del marcado vegano-vegetariano en Puebla.
- Que nuestros alimentos sean 100% orgánicos.
- Aumentar un 10% en las ventas anuales de los productos estrella de la empresa Delicia.
- Abrir un punto fijo de venta el próximo año.
- Ser una de las 5 marcas líderes en el mercado de Puebla.

1.6 Análisis de los recursos

Este proyecto partirá de un capital social de $200,000.00 (Doscientos mil pesos 00/100 M.N.). También se cuenta con un total de inversión en Recursos Tangibles por $45,674.00. Teniendo en cuenta gastos de instalación por $2,000.00.

Recursos Tangibles

IDENTIFICACIÓN	CUANTIFICACIÓN	VALORACIÓN
Horno de gas	1	$8,204
Licuadora	1	$ 895.00
Batidora	1	$ 5,450.00
Refrigerador	1	$ 8,490.00
Congelador	1	$ 6,899.00
Estufa	1	$ 3,899.00
Maquina de Alto vacio	1	$ 2,597.00
Lavavajillas	1	$ 9,240.00

Tabla 2
Elaboración propia.

Recursos Intangibles

- Conocimientos de alimentos veganos
- Cultura de alimentación vegetariana-vegana
- Cursos de elaboración de alimentos vegetarianos-veganos
- Escuela de meditación

1.7 Identificación de necesidades

Del promotor:

La falta de información en las recetas y comidas veganas y vegetarianos, hacen una necesidad la cual lleva a la empresa a crear productos para satisfacer el consumo de alimentos de este tipo. Tomando en cuenta la transición que se tiene al cambiar la forma de alimentación y dejar de consumir carne.

Del entorno :

El interés por tener una vida saludable tomando en cuenta al medio ambiente para la elaboración de nuevos productos, y culturas antiguas que todavía cuentan con recetas y alimentos que no se encuentras procesados ni derivados de origen animal, ha llevado a la empresa Delicia a interesarse por este nuevo estilo de vida vegano-vegetariano, creando platillos con diversos elementos pero teniendo como objetivo principal diversificar los platillos para personas con estos hábitos alimenticios.

1.8 Planteamiento del problema

Dar a conocer nuestros productos (salchicha vegana, jamón vegano, y carne enchilada vegana) y que las personas que no son vegetarianas-veganas acepten este tipo de alimentos que no contienen carne ni productos derivados de animales para así poder expandir nuestro mercado y fomentar a más personas a unirse a consumir este tipo de alimentos. Tomando en cuenta nuevos canales de distribución para un aumento en el consumo de estos productos, también una implementación de publicidad estratégica.

1.9 Objetivo general estudio

Evaluar la rentabilidad del proyecto teniendo en cuenta el estilo de vida vegano y vegetariano, así mismo contando con un capital de $200, 000.00 con un horizonte de inversión a un plazo de 5 años.

1.10 Objetivos específicos del estudio

Con este proyecto queremos hacer un estudio en el cual se pueda dar a conocer nuestros productos y así atraer más personas a este tipo de mercado, nuestros objetivos específicos son:

- Determinar si los productos son rentables.
- Identificar necesidades que tenga la empresa para poder dar nuestro punto de vista al finalizar el estudio.
- Cuantificar cuanta demanda existe de este producto.
- Generar una variedad de opciones de puntos de venta para que la dueña decida si le interesaría expandirse.
- Analizar la situación en la cual se encuentra la empresa actualmente.

En el Estudio Técnico nos enfocarnos a las unidades producidas de pendiendo de la mano de obra, en este caso contando días, horas y conocimientos con los que cuenta la dueña de la empresa.

Para el Estudio de Mercado encuestaremos a un grupo de personas veganas y vegetarianas para poder llegar a una conclusión, en cuanto a un aumento en la demanda, asi como estrategias de publicidad y canales logísticos nuevos.

Finalmente en el Estado Financiero veremos cuáles son las utilidades o perdidas que darán como resultado teniendo en cuenta cada uno de los estudios y precios que darán como resultado al finalizar el trabajo.

CAPÍTULO II.- ESTUDIO DE TÉCNICO DE PRODUCCIÓN

2.1 Especificaciones del producto

Tiene como objetivo producir tres productos de origen veganos pero con una forma innovadora que llame la atención al nuevos clientes, nuestros productos a desarrollar son los siguientes:

PRODUCTO	IMAGEN	INGREDIENTES	INFORMACIÓN	TAMAÑO/PESO	PRESENTACION
SALCHICHA DE PAPA		• Harina de gluten • Papa • Cúrcuma • Consomé Vegetariano	Este producto que vamos a desarrollar es una salchicha de papa que contiene ingredientes saludables y orgánicos.	30 cm 1pza	 Se sella al alto vacío en una bolsa gofrada.
JAMON VEGANO		• Gluten • Pistache • Betabel • Harina de Garbanzo • Laurel • Tomillo • Orégano • Cebolla • Semilla de cilantro	Se revuelve todos los ingredientes y hace un tipo masa para que después se deje refrigerado y así quede el producto solido.	250g 13-15 pza	 Se sella al alto vacío en una bolsa gofrada.
CARNE ENCHILADA		• Gluten • Pistache • Betabel • Harina de garbanzo • Laurel • Tomillo • Cebolla • Semilla de cilantro Adobo: • Chile guajillo • Hierbas de olor • Vinagre • Comino • Ajo	Se pone en un recipiente para poder revolver todo en la batidora y así lograr una especie de masa, la cual llevaremos a refrigerar , para que tome la forma y consistencia que se quiere para lograr venderlo.	200 g 3 pza	Se sella al alto vacío en una bolsa gofrada.

Tabla 3
Elaboración propia.

2.2 Descripción del proceso

- Recepción de materia prima

Se reciben los insumos ya inspeccionados por el encargado, ellos cuentan con un huerto propio donde obtienen la mayoría de su materia prima, aunque las especias no algunas no las pueden obtener, se encargan de que estas tengan un estándar de calidad y que estén acorde con los criterios Vegano/Vegetarianos.

- Almacenamiento

Después de haber pasado al control de calidad las materias primas se almacenan en un lugar fresco de acuerdo al producto, se ingresa toda la fruta y la verdura dentro del congelador Torrey los que se van a usar al día siguiente, mientras que los insumos que se usarán de inmediato se guardan dentro del refrigerador y esto para que no se llegue a madurar antes de tiempo, todas las especias se guardan dentro de contenedores de cristal. Implementamos un sistema PEPS (primeras entradas primeras salidas), para tener un mejor control de calidad en los productos.

- Lavado y desinfectado

Antes de poder manipular los alimentos es necesario lavar y desinfectar la materia prima, para poder tener mejor control de inocuidad alimentaria.

- Preparación

Salchicha de Papa

En este proceso se separan los insumos de acuerdo al producto que vayamos a elaborar, para preparar la salchicha vegana se necesita picar 1 pza. de papa, este ingrediente lo ponemos a cocer en la estufa con 3 tazas de agua a temperatura media de 15 a 20 min aproximadamente hasta ver la consistencia cocida, apagamos la estufa y dejamos que repose la papa durante 5 min, quitamos exceso de agua, adherimos nuestro ingrediente en la batidora para lograr hacer un puré, posteriormente agregamos 100 g de harina de gluten a nuestro puré hasta ver una consistencia espesa, le agregamos 2 cucharadas de cúrcuma y consomé vegetariano 11 g, y por ultimo 5 g de hierbas de olor batimos hasta que se mezclen todos los ingredientes, dejamos reposar 2 o 3 horas en temperatura ambiente. Ya después lo pasamos a enrollar en un platico ziploc colocamos la mezcla y le damos forma de una salchicha. Para que este mantenga su frescura y sabor lo empaquetamos con la maquina de alto vacío, de esta forma será atractivo visualmente

y mucho más sencillo al momento de transportarlo a los puntos de venta de una forma higiénica y manteniendo nuestros estándares de calidad. Para mayor tiempo de vida podremos colocarlo en el congelador hasta su punto de venta.
Lavamos todo nuestro equipo que usamos en el lavavajillas para poder usarlo en el siguiente procedimiento y evitar contaminación cruzada.

Jamón Vegano

Para poder hacer el jamón necesitaremos los siguientes ingredientes, 50 g de Gluten, 25 g de pistache corte brunoise, ½ betabel, 50g de harina de garbanzo, hierbas de olor 10 g, ¼ cebolla corte brunoise, 5 g semilla de cilantro.
Ponemos a cocer en la estufa 2 tazas de agua y agregamos el betabel aproximadamente de 10 a 15 min. Hasta que tenga una consistencia pre cocida, (sin coserse completamente porque podría perder sus propiedades), molemos en la licuadora el betabel, y en la batidora incorporamos el gluten junto con la harina y dejamos procesar 2 min, después agregamos el pistache y las especias, al final incorporamos el betabel y sazonamos con sal, hasta que nos quede una consistencia de masa, luego nuestra masa lo ponemos a cocer unos 20 min en una olla express hasta que tenga una consistencia sólido, lo colocamos en un bowl y lo dejamos reposar 15 min, luego en un plástico ziploc le damos la forma de jamón a nuestra masa, lo refrigeramos hasta su punto de llevarlo a la venta y así poder conservar su frescura y no permitir que microorganismo patógenos contaminen el jamón.
Lavamos todo nuestro equipo que usamos en el lavavajillas para poder usarlo en el siguiente procedimiento y evitar contaminación cruzada.

Carne enchilada

Para la carne enchilada necesitaremos una batidora a la cual incorporaremos 30 g de gluten, 15 g de pistache, ½ betabel, 30 g harina de garbanzo, 5 g de hierbas de olor, 5 g de semilla de cilantro, dejamos que se incorporen todos los ingredientes aproximadamente 5 min hasta ver una textura de masa, pasamos nuestra masa en un bowl y dejamos reposar durante unos 10 min en el refrigerador.
Para poder hacer el adobo necesitaremos la licuadora y agregaremos dentro de ella 15 g de chile guajillo, 7 g de hierbas de olor, 20 ml de vinagre, 1 diente de ajo y 8 g de sal y licuamos. (Rectificamos de sal si es necesario).
Sacamos nuestra masa del refrigerador y lo extendemos en la mesa hasta que quede delgada la masa, la cortamos en forma de filete y lo sumergiremos al adobo dejándolo reposar durante 20 min.

El siguiente paso de nuestra carne enchilada es meterlo al horno de gas a 150°F por un periodo de 10 min, lo sacamos y dejamos reposar durante 30 min. Después lo pasamos a la máquina de alto vacío para que tenga mayor tiempo de vida en el anaquel.

Lavamos todo nuestro equipo que usamos en el lavavajillas para poder usarlo en el siguiente procedimiento y evitar contaminación cruzada.

- Inspección

Nuestro control de calidad es asegurarnos que nuestros productos sean inocuos para el consumo humano, así ya que nuestro producto está listo una persona es la encargada de checar los productos de consistencia, que no haya en los productos contaminación física, biológica.

- Empaque

El producto terminado se prepara para su protección en un empaque de Alto Vacío para tener un tiempo de vida más largo y pueda llegar en óptimas condiciones al consumidor final. Después de esto se va almacén en un lugar fresco y libre de patógenos que puedan afectar su contaminación, por esta misma razón es que utilizamos el empaquetado al alto vacío, está es la única herramienta que se ha intentado cambiar ya el plástico no es tan amigable con el ambiente y lo que se intenta hacer dentro de la marca Delicia es utilizar los recursos que nos brinda la naturaleza para crear comidas variadas y deliciosas, peor por el momento no se ha creado un empaquetado ecológico que cumpla con la misma función que hace el plástico al alto vacío.

Salchicha de papa

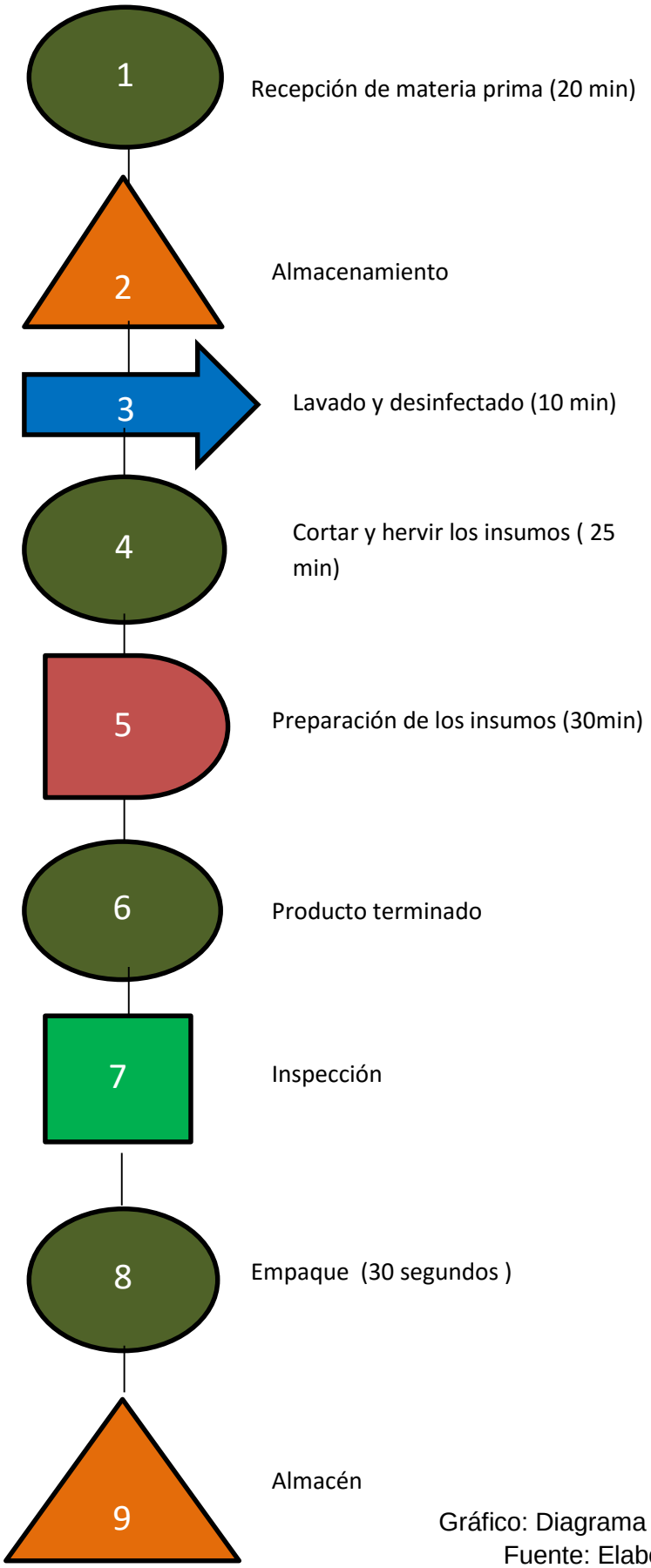


Gráfico: Diagrama de flujo del proceso
Fuente: Elaboración propia

Jamón vegano

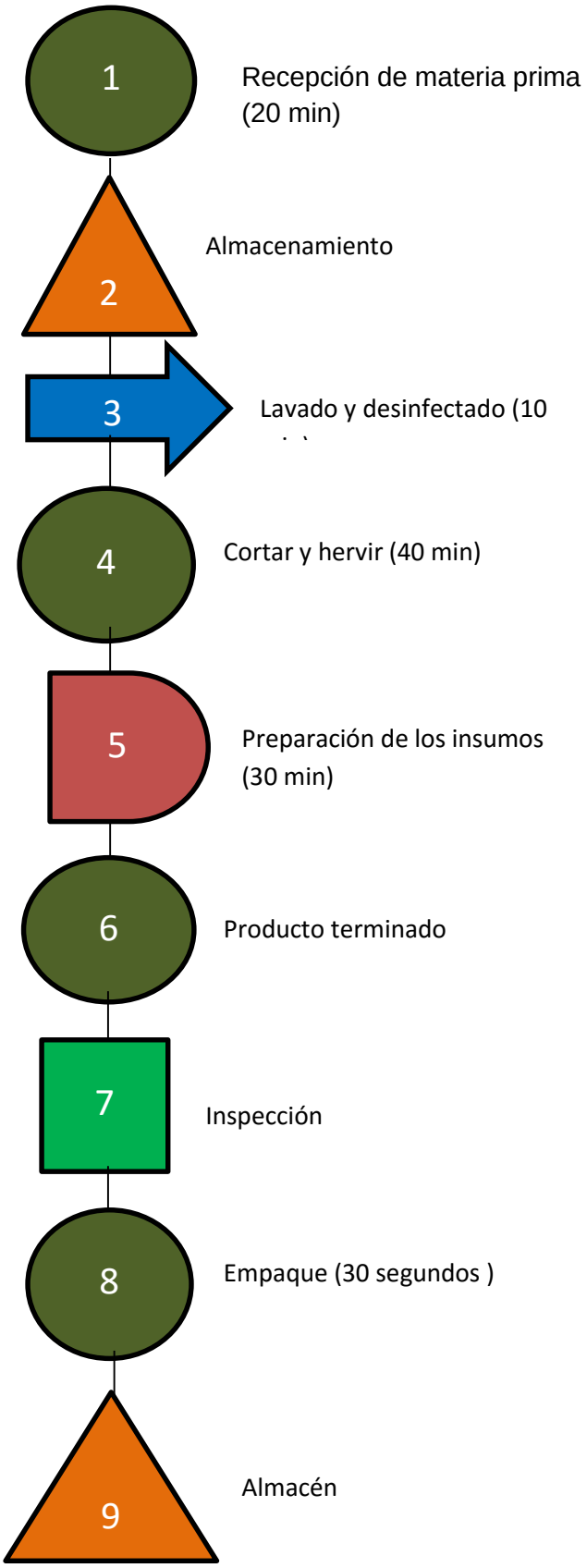


Gráfico: Diagrama de flujo del proceso
Fuente: Elaboración propia

Carne Enchilada

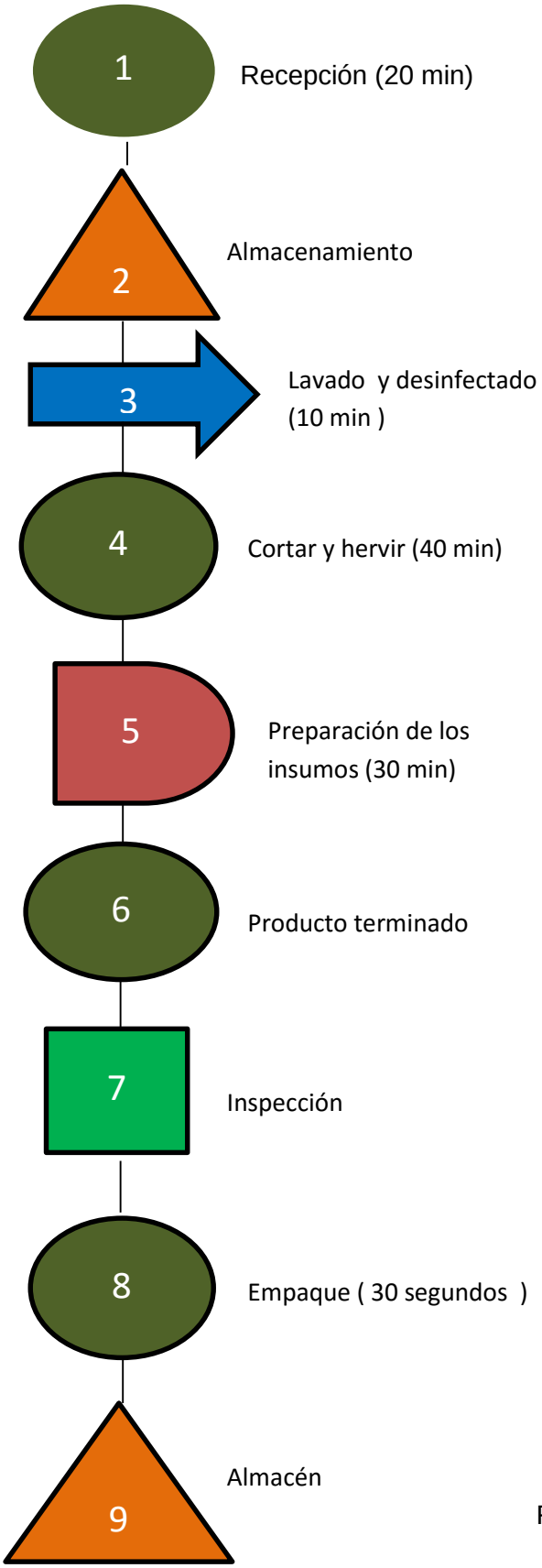


Gráfico: Diagrama de flujo del proceso

Fuente: Elaboración propia

2.3 Identificación de maquinaria y equipo

Cada uno de los productos que se presentan en la siguiente tabla son necesarios para llevar a cabo la elaboración de los tres alimentos principales con los que cuenta la empresa Delicia, describimos cada uno de ellos y tomamos características específicas y necesarias para saber el uso de cada uno de ellos. La valoración que hacemos es necesaria para sacar un costo y beneficios en nuestra inversión inicial.

Presupuesto de maquinaria y equipo

Productos	Imagen de Equipo	Equipo Necesario	Características del equipo	Tamaño físico	Cantidad	Proveedores	Precio	Requerimiento de energía	Requerimiento de Recursos humanos
Horno de Gas		1	Horno de 4 charolas tipo Gaveta Acabado Laminado-Esmaltado Termómetro	1.20 X 1.00 X 1.50 m	1	hornos para pan	$8,204.00	gas	Maniobras
licuadora		1	◦Vaso de Vidrio de 1.5 Lts ◦Sistema de Ensamble Metálico ◦1 Velocidad + Función de Pulso ◦Cuchilla de Acero Inoxidable ◦Tritura Hlelo	22 x 22 x 36cm	1	oster	$895.00	Eléctrica	Maniobras
lavavajillas		1	lavavajillas acero inoxidable, 12 servicios y 5 controles de lavado, seguro contra niños	60x60x85cm	1	mabe	$9,240.00	Eléctrica	Maniobras
Maquina al alto vacio		1	Tira de sellado de doble ancho para un cierre hermético al aire Control Crushfree ayuda a proteger y almacenar alimentos delicados puerto para accesorios	6 x 11 x 18 pulgadas	1	food saber	$2,597.00	Eléctrica	Maniobras

Refrigerador		1	Acabado acero inox. , Parrilla de cristal templado ,luz led,parrilla Easy Slide	178.5x66.8	1	samsung	$8,490.00	Eléctrica	Maniobras
Congelador		1	Evaporador diseñado para lograr un enfriamiento uniforme y libre de mantenimiento. Tapa flexible que evita fugas de enfriamiento. Compresor de alta durabilidad y gran eficiencia con bajo consumo de energía	141.6 x 69.8 x 88.9 cm	1	torrey	$6,899.00	Eléctrica	Maniobras
Batidora		1	Batidora clásica con tazon en acero inoxidable	0.34 x 0.46 x 0.51 mts	1	Kitchenaid	$5,450.00	Eléctrica	Maniobras
Estufa		1	* 6 quemadores estándar * 3 parrillas de alambrón * Encendido manual Termocontrol * Puerta troquelada panorámica * Encendido manual * Perfect Cook * 1 parrilla	108.2x76cm	1	mabe	$3,899.00	gas	Maniobras

Tabla 5
Elaboración propia.

2.4 Presupuesto de maquinaria y equipo

En la siguiente tabla mostramos cada uno del equipo y maquinaria necesaria para llevar cada uno de los procedimientos en la elaboración de los productos, así mismo presentamos los precios estimados.

Equipo	Precio
Horno de gas tipo gaveta	$8,204.00
Licuadora	$895.00
Lavavajilla	$9,240.00
Maquina al alto vacío	$2,597.00
Refrigerador	$8,490.00
Congelador	$6,899.00
Batidora	$5,450.00
Estufa	$3,899.00
TOTAL	$45,674.00

Tabla 6
Elaboración propia.

2.5 Depreciación de maquinaria y equipo

Entendemos como depreciación a la perdida del valor monetario de un bien o activo con el paso del tiempo.

Concepto	Unidad	Cantidad	Precio unidad	Importe	% depreciación	Vida Util	Depreciación anual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Horno de gas tipo gabeta	Pieza	1	$8,204.00	$8,204.00	20%	5	$1,640.80	$6,563.20	$4,922.40	$3,281.60	$1,640.80	$-
licuadora	Pieza	1	$895.00	$895.00	20%	5	$179.00	$716.00	$537.00	$358.00	$179.00	$-
Lavavajillas	Pieza	1	$9,240.00	$9,240.00	20%	5	$1,848.00	$7,392.00	$5,544.00	$3,696.00	$1,848.00	$-
Maquina alto vacio	Pieza	1	$2,597.00	$2,597.00	20%	5	$519.40	$2,077.60	$1,558.20	$1,038.80	$519.40	$-
Refrigerador	Pieza	1	$8,490.00	$8,490.00	20%	5	$1,698.00	$6,792.00	$5,094.00	$3,396.00	$1,698.00	$-
Congelador	Pieza	1	$6,899.00	$6,899.00	20%	5	$1,379.80	$5,519.20	$4,139.40	$2,759.60	$1,379.80	$-
Batidora	Pieza	1	$5,450.00	$5,450.00	20%	5	$1,090.00	$4,360.00	$3,270.00	$2,180.00	$1,090.00	$-
Estufa	Pieza	1	$3,899.00	$3,899.00	20%	5	$779.80	$3,119.20	$2,339.40	$1,559.60	$779.80	$-

Tabla 7
Elaboración propia basado en datos de la pagina de depreciación del gobierno mexicano. Pagina al final en los anexos.

2.6 Valor de Rescate

El valor de salvamento que a continuación se presenta es la diferencia del costo total de los activos menos la depreciación.

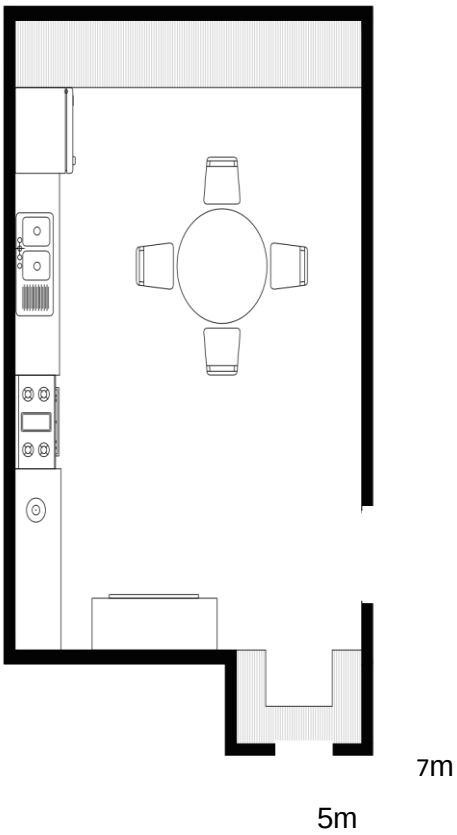
Concepto	Valor de Salvamento	Valor de Mercado
Horno de gas tipo gaveta	$1,640.80	$2,500.00
licuadora	$179.00	$350.00
Lavavajillas	$1,848.00	$2,500.00
Maquina alto vacio	$519.40	$900.00
Refrigerador	$1,698.00	$2,000.00
Congelador	$1,379.80	$1,800.00
Batidora	$1,090.00	$1,500.00
Estufa	$779.80	$1,000.00
Total	$9,134.80	$12,550.00

Tabla 8

Elaboración propia con base a los datos de depreciación.

2.7 Descripción de Instalaciones

A continuación mostramos un Layout y una descripción breve de cada una de las áreas de la cocina.



Layout

Elaboración propia

- Cuenta con 35 m^2
- Existen dos entradas una del lado derecho en la parte inferior, y junto se encuentra otra entrada o salida.
- En el centro está el comedor donde se ponen los ingredientes o donde se deja a enfriar cada uno de los productos o alimentos cocinados.
- Enfrente del comedor de lado izquierdo se observa la estufa, ahí se cocinan los alimento.

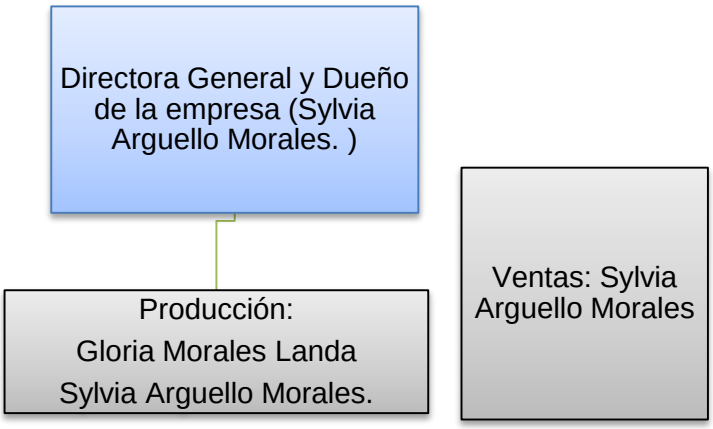
- Hacia la derecha de la estufa se puede ver un lava platos en donde arriba también se puede lavar las frutas y verduras o todos los utensilios necesarios para la elaboración de los productos.
- Junto al lava platos en la parte superior izquierda podemos observar el refrigerador en el cual se guardan y refrigeran todos los alimentos que necesiten de esto.

2.8 Recursos Humanos

Se entiende por Recursos humanos a cada uno de los puestos en los cuales señalaremos los nombres y descripción de ellos, así como al finalizar también pondremos los suelos y prestaciones con las que se cuenta. Esto nos ayudara a identificar cada una de las áreas y así ver el funcionamiento que se tiene, implementando estrategias para su buen funcionamiento.

2.8.1 Organigrama

Dentro del organigrama señalamos las áreas de la empresa, para las cuales en realidad solo se cuenta con dos personas y en ocasiones con personal de ayuda, a los cuales se les da una cuota mínima porque son familiares.



Dueño de la empresa.

Toma cada una de las decisiones y autoriza los procesos.

Compra y venta de productos.

Lleva las finanzas de la empresa.

Producción.

Encargados del proceso y elaboración de los alimentos.

Investigación de nuevas recetas.

Ayudantes de cocina.

Conocimientos de cocina.

Encargados de limpieza.

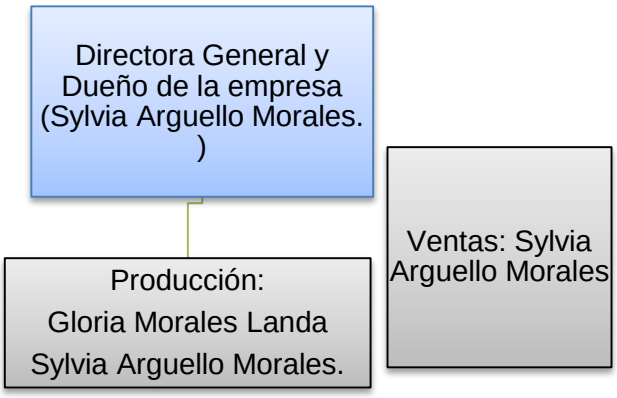
Proceso y elaboración de alimentos.

2.8.2 Análisis y descripción de puestos

Descripción del Puesto.

Institución: Delicia
Puesto: Director general
Área: Departamento de Administración
Nivel: 01
Número de plazas: 1

Ubicación en el Organigrama.



Datos Generales del puesto:

Puesto al que reporta:
No aplica
Puesto (s) a quien supervisa:
Área de producción
Objetivo del puesto:
1. Satisfacer a los clientes con productos de calidad. 2. Garantizar el crecimiento, la competitividad y la rentabilidad de la empresa. 3. Desarrollar un método de dirección que motive a los empleados. 4. Coordinar y dirigir el proceso de producción y distribución.
Descripción específica del puesto:
Responsable del buen funcionamiento de la empresa por medio de la gestión del talento humano con el propósito de alcanzar las metas de la compañía. Además, planea la estrategia comercial de la empresa, a través del establecimiento de relaciones con proveedores.

Relaciones:

Internas:	
Área/ Puesto	**Motivo**
Gerente de departamento	Control e información
Empleados en general	Capacitación y evaluación / nomina
Departamento de producción	Calidad, inocuidad y productividad.

Externas:	
Área	**Motivo**
Proveedores	Hacer negocios
Acreedores bancarios/Inversionistas	En caso de financiamiento
Distribuidores	Colocación de productos

Responsable de Equipo:
Mobiliario y artículos de papelería de la oficina; y equipo de cómputo.
Responsabilidades del puesto:
1. Proceso administrativo:

Responsable de organizar la empresa y de los cambios en la estructura de la misma, de los sistemas y procedimientos de producción y control. Además se encarga de planear las estrategias generales de la empresa, las cuales incluyen cuestiones de inversión y crecimiento. Finalmente debe dirigir y gestionar el talento humano con una orientación hacia resultados.
2. Funciones de Recursos Humanos:
Reclutar, entrevistar y seleccionar candidatos para ocupar puestos en la empresa. Determinación de la remuneración y capacitación. Garantizar trato justo.
3. Estrategia Comercial:
Ubicar oportunidades en el mercado para comercializar el producto con éxito. Establecer buenas relaciones comerciales con proveedores.
4. Supervisión del área de producción:
Coordinar la producción de la recepción de la materia prima hasta el producto terminado, asignando los recursos necesarios para su elaboración con la calidad requerida para nuestros consumidores.
Lugar de trabajo:
Oficina
Jornada Laboral:
Lunes a viernes 9 am – 5pm

Exposición a riesgos de trabajo

Tipo de riesgo	**Nivel de Riesgo**		
	ALTO	**MEDIO**	**BAJO**
Caída			X
Resbalón			X
Fracturas			X
Golpes			X

Perfil de puestos

Escolaridad
Licenciatura en Administración de Empresas
Edad

30 – 55
Sexo
Indistinto
Conocimientos Especiales:
Facilidad para la toma de decisiones y solución de problemas de manera eficiente. Estabilidad emocional, responsabilidad, criterio analítico, integridad moral y ética, inteligencia y ser emprendedor.
Manejo adecuado de Microsoft Office.
Idiomas:
Español
Experiencia
4 años
Requisitos Especiales:
Disponibilidad para viajar: SI

Habilidades o competencias:

Competencia	**Nivel de logro**		
	A	**B**	**C**
Orientación al cliente	x		
Flexibilidad.		X	
Liderazgo	X		
Trabajo en equipo	X		
Trabajo bajo presión		X	
Ética	X		
Nivel de compromiso	X		

Competencias requeridas:

A: alto, desempeño superior

B: bueno, sobre el estándar

C: mínimo necesario

D: insatisfactorio

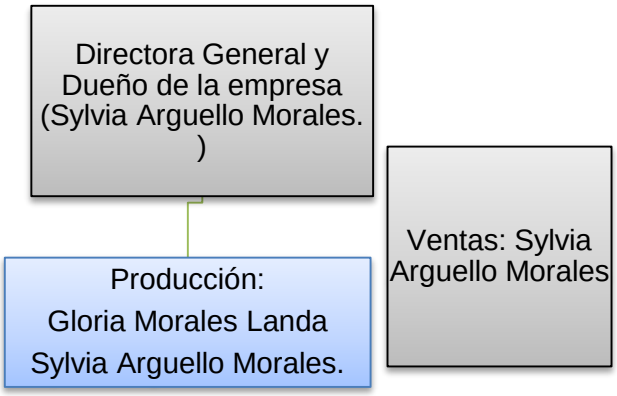
Elaborado por:	Autorizado por:
Cristina Hernández Salazar	**Alejandro Arroyo Segreste**

Firma del colaborador:

Descripción del Puesto.

Institución: Delicia
Puesto: Jefe de Producción
Área: producción
Nivel: 02
Número de plazas: 1

Ubicación en el Organigrama.



Datos Generales del puesto:

Puesto al que reporta:
Director general
Puesto (s) a quien supervisa:
Área de producción
Objetivo del puesto:
1. Verificar que la producción se desarrolle de manera correcta.
2. Supervisar y solucionar contratiempos.
3. Asegurarse de la eficiencia del proceso.
4. Coordinar el mantenimiento de la maquinaria y equipo.
Descripción específica del puesto:

Responsable del buen funcionamiento del proceso de producción para cumplir con los compromisos a clientes en tiempo y forma.

Relaciones:

Internas:	
Área/ Puesto	**Motivo**
Gerente de departamento	Control e información
Empleados en general	Capacitación y evaluación / nomina
Departamento de producción	Calidad, inocuidad y productividad.

Externas:	
Área	**Motivo**
Proveedores	Hacer negocios

Responsable de Equipo:
Correcto uso de la maquinaria y equipo, y equipo de seguridad.
Responsabilidades del puesto:
1. Eficiencia de la producción:
Verifica el correcto funcionamiento de la planta de producción, buscando siempre la eficiencia y eficacia en los procesos. Se asegura de la utilización de los materiales necesarios y recopila información de mercado relacionada con tecnología y mano de obra disponible.
2. Acción en contingencias:
Saber cómo actuar en caso de presentarse una emergencia en la planta de producción; tener conocimientos sobre primeros auxilios y números de emergencia a los cuales acudir de ser necesario.
3. Información de Producción
Produce y analiza reportes de producción para ser entregados al director general y coordina reuniones mensuales con su equipo de trabajo y con director general. Realiza propuestas de mejora continua o expansión. Establece controles de calidad, asigna tolerancias y supervisa resultados, asumiendo la responsabilidad por la calidad rendimiento, costo y entrega de los productos
Lugar de trabajo:

Producción
Jornada Laboral:
Lunes a viernes 8 am – 4 pm

Exposición a riesgos de trabajo

Tipo de riesgo	Nivel de Riesgo		
	ALTO	**MEDIO**	**BAJO**
Caída			X
Resbalón		X	
Fracturas			X
Golpes			X

Perfil de puestos

Escolaridad
Licenciatura en alimentos o administración de empresas
Edad
28 – 53
Sexo
Indistinto
Conocimientos Especiales:
Proactividad y capacidad de reaccionar ante situaciones inesperadas. Buen trato con el personal, estabilidad emocional, responsabilidad, integridad moral y ética.
Manejo adecuado de Microsoft Office.
Idiomas:
Español
Experiencia
3 años
Requisitos Especiales:
Disponibilidad para viajar: SI

Habilidades o competencias:

Competencia	Nivel de logro		
	A	B	C
Orientación al cliente		X	
Flexibilidad.		X	
Liderazgo	X		
Trabajo en equipo	X		
Trabajo bajo presión	X		
Ética	X		
Nivel de compromiso	X		

Competencias requeridas:

A: alto, desempeño superior

B: bueno, sobre el estándar

C: mínimo necesario

D: insatisfactorio

Elaborado por:

Cristina Hernández Salazar

Autorizado por:

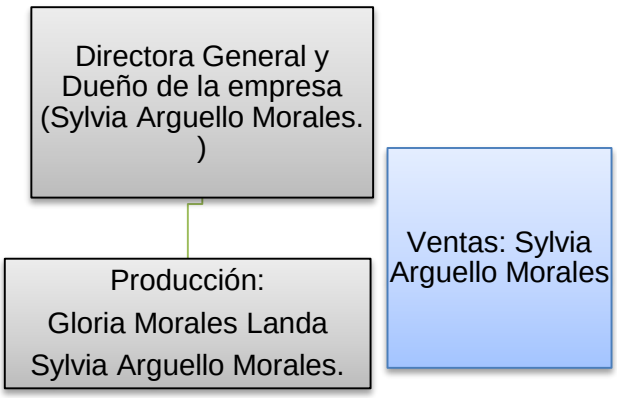
Alejandro Arroyo Segreste

Firma del colaborador:

Descripción del Puesto.

Institución: Delicia
Puesto: Ayudante de producción
Área: producción
Nivel: 03
Número de plazas: 1

Ubicación en el Organigrama.



Datos Generales del puesto:

Puesto al que reporta:
Área de producción
Puesto (s) a quien supervisa:
No aplica
Objetivo del puesto:
Elaboración del producto Recepción de la materia prima, cortado y ensamble, control y manejo de máquinas, transportar de material y del producto terminado al almacén.
Descripción específica del puesto:

Responsable de la elaboración del producto de manera eficiente y con la calidad requerida.

Relaciones:

Internas:	
Área/ Puesto	**Motivo**
Jefe de Producción	Capacitación y evaluación /nomina

Responsable de Equipo:
Correcto uso de la maquinaria y equipo, y equipo de seguridad.
Responsabilidades del puesto:
1. Eficiencia de la producción:
Verifica el correcto funcionamiento de la planta de producción, buscando siempre la eficiencia y eficacia en los procesos. Se asegura de la utilización de los materiales necesarios y recopila información de mercado relacionada con tecnología y mano de obra disponible.
2. Acción en contingencias:
Saber cómo actuar en caso de presentarse una emergencia en la planta de producción; tener conocimientos sobre primeros auxilios y números de emergencia a los cuales acudir de ser necesario.
Lugar de trabajo:
Producción
Jornada Laboral:
Lunes a viernes 8 am – 4 pm

Exposición a riesgos de trabajo

Tipo de riesgo	**Nivel de Riesgo**		
	ALTO	**MEDIO**	**BAJO**
Caída			X
Resbalón		X	
Fracturas			X

Golpes			X

Perfil de puestos

Escolaridad
Secundaria
Edad
Mayor edad
Sexo
Indistinto
Conocimientos Especiales:
Experiencia en el manejo de la maquinaria. Manejo adecuado de Microsoft Office.
Idiomas:
Español
Experiencia
1 años
Requisitos Especiales:
Disponibilidad para viajar: No

Habilidades o competencias:

Competencia	**Nivel de logro**		
	A	**B**	**C**
Orientación al cliente			X
Flexibilidad.		X	
Liderazgo			X
Trabajo en equipo	X		

Trabajo bajo presión		X	
Ética	X		
Nivel de compromiso	X		

Competencias requeridas:

A: alto, desempeño superior

B: bueno, sobre el estándar

C: mínimo necesario

D: insatisfactorio

Elaborado por:

Cristina Hernández Salazar

Autorizado por:

Alejandro Arroyo Segreste

Firma del colaborador:

2.8.3 Presupuesto de personal

Considerando los puestos en los puntos anteriores se calculo el sueldo de cada uno de ellos, conforme a la pagina de gobierno www.misalario.gob teniendo en cuenta prestaciones.

Mano de obra					
Personal	Sueldo mensual bruto	Sueldo mensual con prestaciones (30%)	Sueldo anual con prestaciones	Cantidad	Importe
Director general	$3,000	$3,900	$46,800	1	$46,800
Producción	$2,073	$2,695	$32,340	1	$32,340
Ventas	$1,890	$2,457	$29,484	1	$29,484
				Total	$108,624

Tabla 9

Elaboración propia.

2.8.4 Requisitos y especificaciones reglamentarias de seguridad e higiene

Conforme a las Normas Oficiales Mexicanas relacionadas con la materia de seguridad e higiene NOM-120-SSA1-1994, expedidas por la Secretaria de Trabajo y Prevención Social NOM-026-STPS-2008 consideramos para Delicia:

1. Contar con medidas de prevención y protección, así como sistemas y equipos para el combate de incendios.
2. La maquinaria y equipo deberá contar con las condiciones de seguridad e higiene.
3. La empresa deberá contar con el personal capacitado para el manejo de buenas Prácticas de Manufactura.
4. Se deberá establecer un programa de limpieza para los centros de trabajos de manipulación de alimentos, maquinaria e instalaciones de acuerdo a cada área de la empresa.

5. Se debe contar con extintores, baños, rutas de evacuación con señalamiento, instructivos en caso de riesgo.
6. Se tendrá un programa de lavado de manos para personas que manipulen alimentos. (anexos)

Basándonos en la Norma Oficial Mexicana NOM-026-stps-2008, colores y señales de seguridad e higiene, e identificación de riesgos por fluidos conducidos en tuberías, en la empresa Delicia serán necesarias las siguientes señales.

Señales informativas

Señales que indican ubicación de salidas de emergencia y de instalaciones de primeros auxilios

Significado	Características	Ejemplo	Costos unitario
Dirección de una ruta de evacuación en el sentido Requerido.	Color: Seguridad: Fondo verde Contraste: Blanco Forma: Cuadrado o Rectángulo Símbolo: Flecha indicando el sentido requerido y en su caso el número de la ruta de Evacuación.	20*40	$26.90
Ubicación del puesto donde se brindan los primeros auxilios.	Color: Seguridad: Fondo verde Contraste: Blanco Forma: Cuadrado o Rectángulo Símbolo: Silueta		$39.90

	humana avanzando hacia una salida indicada con una flecha direccional Aviso: SALIDA DE EMERGENCIA	25*35	
Deben estar en un lugar visible donde haya concentraciones de personas.	En el se encuentran elementos indispensables para dar atención satisfactoria víctimas de un accidente.	25*35	$39.90
		Total	$106.7

Tabla 10
Elaboración propia

Señales informativas de emergencia.

Señales para equipo a utilizar en caso de incendio.

Significado	Características	Ejemplo	Costos
Ubicación de un extintor	Silueta de un extintor con flecha direccional opcional, en el sentido requerido.	25*35	$26.90

Ubicación del gabinete de equipo de emergencia	Color: Seguridad: Fondo rojo Contraste: Blanco Forma: Cuadrado o Rectángulo Símbolo: Siluetas de guantes y de hacha Aviso: EQUIPO DE EMERGENCIA	 25*35	$26.90
		Total	$53.8

Tabla 11
Elaboración propia

Señales infomativas de la vestimenta del personal de operación

Debe estar ubicado en el área de la preparación de alimentos y visible al personal.	**Verde:** **Son los instrumentos que debe ocupar el personal al contacto con la comida.** **Rojo:** **Las cosas que se debe de evitar al estar en contacto con los alimentos.**	 **25*35**	**$26.90**
		Total	$26.90

Tabla 12
Elaboración propia.

Costos de señalética		
	Unidad	costo
Señaléticas de seguridad	3	$106.7
Señalética de emergencia	2	$ 53.8
Señalética de vestimenta de personal	1	$26.90
	Total	$ 187.4

Tabla 13
Elaboración propia.

2.9 Análisis de localización del proyecto

En los dos primeros mapas tenemos la ubicación de los puntos de venta. Y en el tercer el lugar de producción.

Tianguis Alternativo: sábado con horario de 10:00 am a 2:00 pm.

Tianguis TAMEME: martes con horario de 9:00 am a 2:00 pm.

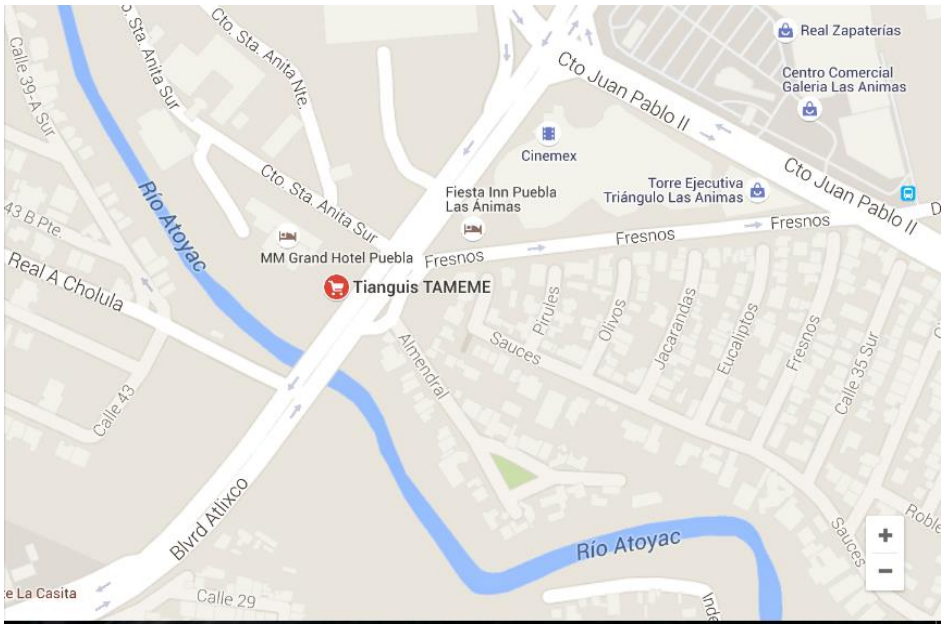
Estos puntos de venta son lugares en donde se encuentra productos orgánicos, veganos y vegetarianos, en ellos es mas fácil su venta debido a que llegan personas con las mismas preferencias, sin embargo el aumentar los puntos de venta seria algo que aumentaría la demanda en la producción.

El lugar de producción es la casa en donde la dueña se encuentra ubicada, teniendo ahí un lugar para la realización de los productos y todo lo que lleva antes de la venta al publico.

Ubicación de tianguis Alternativo

Punto de venta 1
Mapa recuperado de google maps.

Tianguis TAMEME Puebla



Punto de venta 2.

Mapa recuperado de google maps.

Lugar de Producción: Artículo 31 #4 Constitución Mexicana.

Oficina y lugar de producción.

Mapa recuperado de google maps.

2.10 Costo de producción

Carne enchilada				
Materia prima	Unidad	Cantidad	P.U	Importe
Gluten	gr	30	$64.00	$1.92
Pistache	gr	15	$362.50	$5.44
Betabel	pza	½	$19.90	$3.78
Harina de garbanzo	gr	30	$56.00	$1.68
Hierbas de olor	gr	12	$410.50	$4.92
Cebolla	pza	1/4	$17.50	$1.89
Chile guajillo	gr	15	$24.00	$3.60
Vinagre	ml	20	$8.00	$0.32
Ajo	pza	1	$19.90	$4.97
TOTAL				$28.52
todos los productos están empaquetados al alto vacío. $5.00				$33.52

Tabla 14
Elaboración propia

Jamón vegano				
Materia prima	Unidad	Cantidad	P.U	Importe
Gluten	gr	50	$64.00	$3.20
Pistache	gr	25	$362.50	$9.06
Betabel	pza	½	$19.90	$3.78
Harina de garbanzo	gr	50	$56.00	$2.80
Hierbas de olor	gr	10	$410.50	$4.10
Cebolla	pz	½	$17.50	$3.78
Semilla de cilantro	gr	5	$25.00	$0.62
TOTAL				$27.34
todos los productos están empaquetados al alto vacío. $5.00				$32.34

Tabla 15
Elaboración propia.

Salchicha de papa				
Materia prima	Unidad	Cantidad	P.U	Importe
Harina de gluten	gr	100	$64.00	$6.40
papa	pza.	1	$19.90	$3.32
Cúrcuma	cucharada	2	$27.00	$2.00
Consomé vegetariano	gr	11	$35.00	$0.77
Hierbas de olor	gr	5	$410.50	$2.05
TOTAL				$14.54
todos los productos están empaquetados al alto vacío. $5.00				$19.54

Tabla 16
Elaboración propia

2.11 Capacidad de producción

Capacidad Técnica

Capacidad Técnica.		**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
Salchicha de papa	unidades	3680	4232	4867	5597	6436
Carne enchilada	unidades	2400	2760	3174	3650	4198
Jamón	unidades	1440	1656	1904	2190	2519
Total	unidades	7520	8648	9945	11437	13153

Tabla 17
Elaboración propia teniendo en cuenta una tasa de crecimiento del 15% anual.

Capacidad Económica

Capacidad Económica		1	2	3	4	5
Salchicha de papa	unidades	10000	12000	14400	17280	20736
Carne Enchilada	unidades	1,824	2189	2627	3152	3782
Jamón	unidades	3072	3686	4424	5308	6370
totales	unidades	14896	17875	21450	25740	30888

Tabla 18
Elaboración propia teniendo en cuenta el PIB.

Capacidad de Mercado

Capacidad de mercado	**crecimiento de mercado 20% anual**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
Salchicha	unidades	9200	11040	13248	15897	19077
Carne enchilada	unidades	6000	7200	8640	10368	12441
Jamón	unidades	3600	4320	5184	6220	7464
Total	unidades	18800	22560	27072	32486	38984

Tabla 19
Elaboración propia teniendo en cuenta una tasa de crecimiento anual del 20%.

	Total de las Capacidades	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
Capacidad técnia	unidades	7520	8648	9945	11437	13153
Capacidad mercado	unidades	18800	22560	27072	32486	38984
Capacidad económica	unidades	14896	17875	21450	25740	30888

Tabla 20
Elaboración propia

CAPÍTULO III.- ESTUDIO DE MERCADO

3.1 Situación actual de la industria o sector

Más de la mitad (52 de cada cien) de los mexicanos considera que se alimenta mejor una persona que come carne, pero la sociedad respeta a quienes no lo hacen, una encuesta de Gabinete de Comunicación Estratégica (GCE) indica que 80.2% de la gente está de acuerdo con los vegetarianos y 56.7% con los veganos, quienes no incluyen en sus dietas ningún producto de origen animal.

"Con una inversión de 232 millones de dólares en 2012, México ocupa el tercer lugar mundial en número de productores certificados con 169,707, después de India y Uganda, según el estudio *The World of Organic Agriculture* realizado por la IFOAM y la FIBL; además, es el primer exportador mundial de café orgánico, y el sector en general tiene un crecimiento proyectado de cerca de 20% anual." [1]

Todo lo anterior nos lleva a darnos cuenta que el crecimiento en este sector tiene posibilidades de crecimiento por lo cual los productos tienen mayor aceptación en la industria alimentaria.

"Sin embargo, la Secretaría de Economía informa que 85% de la producción orgánica mexicana se exporta a Alemania, Francia y Estados Unidos. No hay que ser experto para deducir que el panorama es más alentador a nivel económico y, sin duda, se presenta un poco decepcionante a nivel social."[2]

Es alarmante que seamos los mayores productos en alimentos orgánicos y esto lo debamos exportar a otros países, debido a que nuestro consumo no es grandes cantidades, y el interés de los productores solo se base en mercados internacionales y no están fomentando el consumo de estos como debería hacerse para alcanzar grandes cifras de venta en nuestro país.

"El factor "moda" cataloga lo saludable (más allá de lo orgánico) como *premium*, lo que deriva en un incremento de hasta 30% en los precios de productos básicos como

[1] Rodrigo, Adriana, FORBES México, Jueves 24 de septiembre del 2015, http://www.forbes.com.mx/contrastes-de-un-crecimiento-organico/ recuperado el jueves 14 de abril de 2016
[2] Rodrigo, Adriana, FORBES México, Jueves 24 de septiembre del 2015, http://www.forbes.com.mx/contrastes-de-un-crecimiento-organico/ recuperado el jueves 14 de abril de 2016

verduras, leche o arroz. Por ende, estos artículos van dirigidos a un selecto grupo de consumidores más pudiente que la masa."

Una de las razones por que los productores no interesados en el mercado nacional es porque el nivel económico para poder comprar estos productos no es suficiente en nuestro país, sin embargo cifras revelan que ha aumentado el interés por productos orgánicos debido al gran impacto que ha tenido en la sociedad y el interés que este demuestra, así como en una comunidad especifica que es la vegana y vegetariana. Puede que esto haya empezado como una moda pero se ha vuelto un estilo de vida que para muchas personas que les ha resultado de mayor beneficio tanto en la salud como en el estilo de vida.

"¿Quién es más sano?, preguntaron los encuestadores de GCE y sólo 7.1% de las personas consideró que los veganos y 34.4% indicó que son los vegetarianos. Pero la cultura del consumo de carne y derivados de origen animal hace pensar a 52.1% que incluir de todo en los platos es lo más saludable. Indagar sobre lo que piensa la sociedad de las costumbres alimentarias en México llevó a los entrevistadores a llamar telefónicamente a 600 hogares repartidos por todo el país, lo que permitió descubrir que 17.2% de la gente conoce a algún vegano, quien no come productos de origen animal, carnes, huevo, leche, quesos ni ningún otro; 82.4% tiene relación con los carnívoros y vegetarianos. Asimismo, indagaron sobre la aceptación de que un familiar sea vegetariano y 80 de cada cien dijeron que están conformes, de ellos 45 se encuentran muy conformes y 35 algo satisfechos con esa decisión; 5 la rechazan totalmente y 8 parcialmente. La sociedad es menos tolerante con que un familiar se convierta en vegano: 56.7%, porcentaje del cual 27.5% lo acepta totalmente y 29.2% está algo de acuerdo, en tanto que 18.7% tiene algunas reservas y 11.5% se opone totalmente a esa dieta en su familia. Una mayoría de los entrevistados por GCE (www.gabinete.mx), formada por 51.3%, respondió que acepta que haya niños vegetarianos, pero un significativo 44.2% se opone a que se quite de su alimentación los productos de origen animal. Sobre las razones que llevan a los mexicanos a adoptar una dieta vegana, la salud es la causa que más pasa por la mente, ya que la citó 47.8% de los consultados, lejos un 12.3% dice que se trata de un asunto de orden estético, 11.5% por moda y 11.1% cree que hay conciencia social y se llega a esa determinación para evitar sufrimiento a los animales."[3]

---

[33] S/A Veganos, vegetarianos, y carnívoros, mexicanos en la mesa. 13 de octubre del 2015.http://ntrzacatecas.com/2014/10/13/veganos-vegetarianos-y-carnivoros-mexicanos-en-la-mesa/ recuperado el 14 de abril de 2016

Esta información nos indica que dentro de las familias mexicanas podemos encontrar que al menos uno de los miembros implementa este tipo de alimentación y no causa un conflicto entre la familia ya que lo aceptan y en ocasiones todo empieza asi, uno de los integrantes de la familia se vuelve vegetariano o vegano, y poco a poco el resto de la familia toma interés de este tipo de alimentación.

"Hay quien piensa (6%) que se es vegano para cuidar el ambiente o que hay razones económicas: la carne es más cara, 2.6%. De qué los lleva ser vegetarianos, la gente tienen la idea de que se debe a razones de salud (77.9%), principalmente, pero también para evitar el maltrato animal (7.8%), ayudar al ambiente (4.2%), por estética (1.9%). En este escenario de tolerancia a la alimentación diferente, GCE descubrió que los restaurantes vegetarianos son poco conocidos: 64 de cada cien mexicanos no conocen ninguno, mientras que 36 sí. El debate sobre las razones de ser carnívoro, vegetariano o vegano siguen sobre la mesa, pero hay algo que da sazón a esto y tiene que ver más que con la cocina o el gusto con el bolsillo. GCE descubrió que 44.7% de los entrevistados tiene la idea de que gasta menos una persona que come carne y vegetales, mientras que 27.6% afirma que les cuesta más y 20.7% que no hay diferencia entre quienes comen una cosa y otra."[4]

Por lo que podemos deducir de esta información es que las personas creen que una dieta balanceada que implica productos de procedencia animal, combinaos con un poco de vegetales como guarnición hacen que el precio de la comida diaria sea mucho más barata que lo que puede llegar a gastar un vegano. En parte esto es un poco cierto el ser vegano no es algo barato ya que en México como habíamos visto antes aunque es un gran productor de productos orgánicos casi toda la exporta y pocos alimentos se quedan dentro del país, esto causa que aumente el precio de los alimentos y con el impulso que ha tenido esta dieta, muchos desean comprar los artículos.

Cómo ser vegano sin dejar que tus finanzas mueran

"El libre albedrío está acompañado de consecuencias de todo tipo, entre ellas económicas. La elección del vegano y del vegetariano implica enfrentar elevados precios, pues la creciente demanda aún no logra empatar la oferta de productos y establecimientos de este tipo en el país. Para la Sociedad Vegana, el veganismo es una filosofía de vida que excluye todas las formas de explotación y crueldad hacia el reino animal, implica la dieta y el uso de derivados de animales. Un estudio publicado

[4]S/A Veganos, vegetarianos, y carnívoros, mexicanos en la mesa. 13 de octubre del 2015.http://ntrzacatecas.com/2014/10/13/veganos-vegetarianos-y-carnivoros-mexicanos-en-la-mesa/ recuperado el 14 de abril de 2016

por Vegetarian Times, indica que el número de veganos en el mundo pasó de 0.5 a alrededor de 1 por ciento de la población en cinco años. En tanto, en México y América Latina no hay un conteo preciso. Las personas con esta convicción enfrentan sin embargo limitadas opciones en el mercado. Haydeé Moreyra, académica del departamento de Economía y Finanzas del Tec de Monterrey Campus Santa Fe, dijo que en México hay escasas alternativas; sin embargo, la creciente demanda ha provocado que los mercados puedan crecer. "El mercado europeo y estadounidense son los mercados que han tenido una mayor variedad, pues el movimiento ya tiene mucho más tiempo para quienes quieren tener un estilo de vida veggie y por lo tanto hay más opciones que en los países de Latinoamérica", dijo en entrevista. No sólo se trata de la alimentación; también de productos que no hayan sido probados en animales o que impliquen la explotación de los mismos."[5]

Esto nos explica que la sociedad alrededor del mundo ha adaptado esta forma de vida para mejorar su salud y tener mayor conciencia con los animales, esto posiblemente no sea tan caro como decíamos antes, ya que puede haber lugares donde cuidan sus precios para poder ser accesibles a todas las personas que desean entrar a este segmento de consumidores, más delante del artículo nos explica que no es necesario ir a comprar un shampoo a una tienda especial para veganos, si no puedes ir a buscar shampoo natural en alguna comunidad o luego los llegas a encontrar muchísimo más barato.

"Hay alternativas para quienes desean llevar este estilo de vida que no son muy costosas. Mariana Blanco, fundadora de Los Loosers, una cocina de veganos para veganos, expuso que su negocio nació ante la escasez de oferta para comer. "Cuando eres vegano hay una diferencia muy grande con los vegetarianos, pues ellos pueden encontrar muchas opciones en varios restaurantes y más ofertas en el mercado, ya que los veganos no consumimos soya, pues no buscamos sustitutos para la carne".[6]

[5] Rodríguez Darinka, Cómo ser vegano sin dejar que ts finanzas mueran,El Economista, http://www.elfinanciero.com.mx/mis-finanzas/como-ser-vegano-sin-dejar-que-sus-finanzas-mueran.html recuperado 14 de Abril de 2016

[6] Rodríguez Darinka, Cómo ser vegano sin dejar que ts finanzas mueran,El Economista, http://www.elfinanciero.com.mx/mis-finanzas/como-ser-vegano-sin-dejar-que-sus-finanzas-mueran.html recuperado 14 de Abril de 2016

3.2 Segmentación y selección del del mercado meta

Mercado meta:

personas entre 15 y 55 años de edad de un nivel socioeconómico AB/C+/C residiendo en la ciudad de Puebla.

El nivel socioeconómico se basa en las siguientes características descritas por la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación:

Nivel socioeconómico A/B:

Este es el estrato con el más alto nivel de vida e ingresos del país y representan el 7.2% de la población.

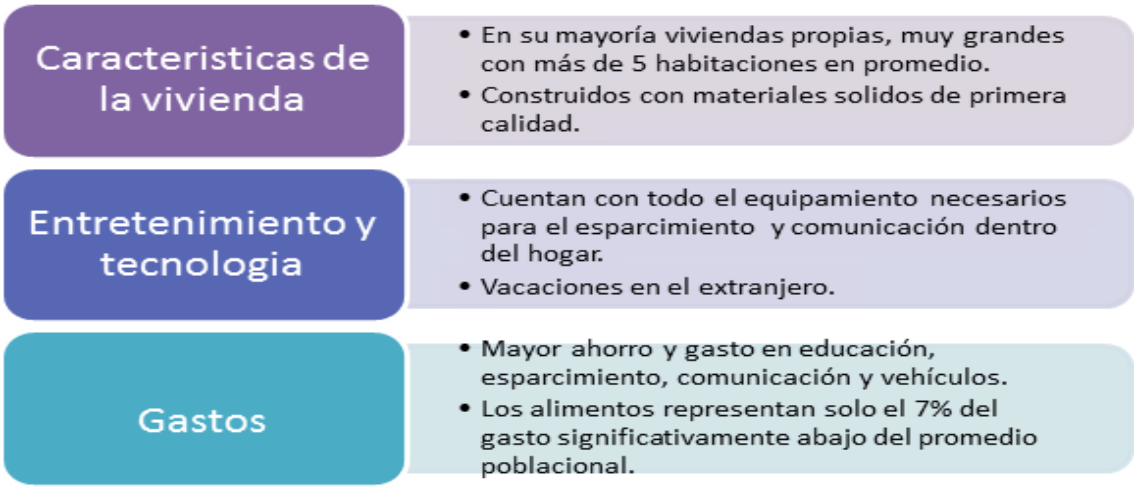


Gráfico: Distribución de niveles socioeconómicos en México.

Fuente: (Romo H. L., 2009)

Nivel socioeconómico C+:

Segundo estrato con el más alto nivel de vida e ingresos del país y representan el 14% de la población. Es muy parecido al A/B, sin embargo tiene limitantes para ahorrar y realizar gastos mayores o excesivos.

Caracteristicas de la vivienda	• Dos terceras partes de la vivienda son propias • Construidas con materiales sólidos de primera calidad.
Entretenimiento y tecnologia	• Aspiración en contar con el equipamiento de comunicación y tecnologia • La mitad tiene TV de paga y un tercio Video Juegos.
Gastos	• La mitad del gasto es ahorro, educación, esparcimiento y comunicación. • Los alimentos representan el 12% del gasto, significativamente abajo del promedio poblacional.

Gráfico: Distribución de niveles socioeconómicos en México.

Fuente: (Romo H. L., 2009)

Nivel socioeconómico C:

Tercer estrato es del nivel medio típico de ingresos del país y representan el 17% de la población sin embargo tiene limitantes para ahorrar y no realizan gastos mayores.

Caracteristicas de la vivienda	• una de cada seis familias viven en una casa o departamento rentado.
Entretenimiento y tecnologia	• La mitad de los hogares tiene horno de microondas y uno de cada tres tiene televisión pagada y PC. • vacacionan en el interior del país
Gastos	• Trabajo asalariado 2.5 miembros de cada familia contribuyen al ingreso del hogar. • Cuentan con recursos y servicios adecuada sin embargo no tienen lujos ni exdentes.

Gráfico: Distribución de niveles socioeconómicos en México.

Fuente: (Romo H. L., 2009)

3.3 Investigación de mercado

La investigación de mercado tiene como finalidad ver que tan factible es el consumo de productos veganos / vegetarianos que tengan diferente consistencia pero que tengan un nombre similar a productos que estamos acostumbrados a consumir como personas que comen carne. Sin embargo esto también nos puede llevar a una serie de

preguntas en la cuales serán encuestadas personas de genero indistinto, sacando nuestro tamaño de muestra sale 277, sin embargo por el gran número de encuestas que se tendrían que realizar y el poco tiempo, decidimos encuestar solo a 85 personas. Con cada pregunta se hará un análisis y veremos cuáles son las conclusiones de cada una de ellas.

En esta investigación se tienen los siguientes objetivos:

- Analizar el mercado
- Cuantas personas consumen carne y cuantas son veganas o vegetarianas
- Que productos son los que compran
- Si la marca es conocida
- Donde compran productos veganos/vegetarianos

La fórmula que se utilizara para determinar el tamaño de la muestra es la siguiente:

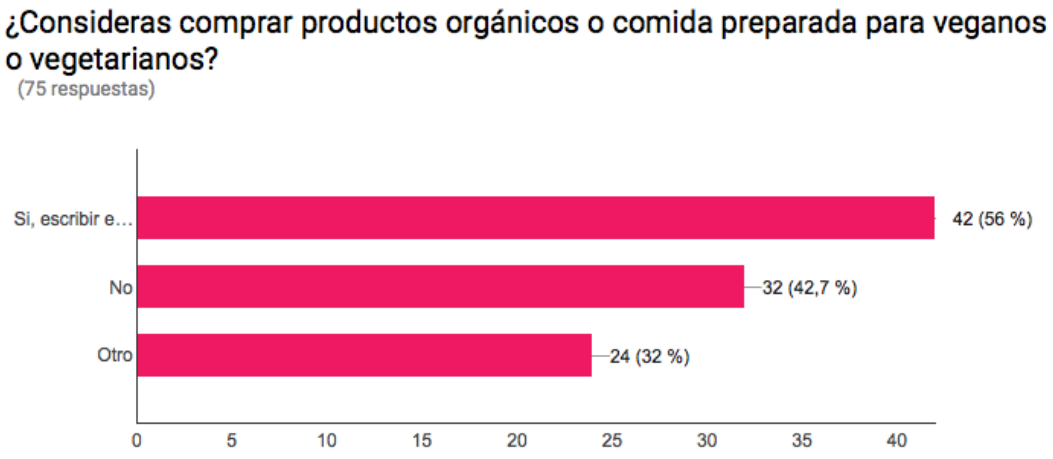
n= tamaño de muestra
p= probabilidad de que se realice (0.5)
q= probabilidad de que no se realice (0.5)
s= error permitido al cuadrado 6% = (0.06) 2
N= tamaño de la población del municipio de Puebla. = 1,081,193 habitantes
1.96 = desviación estándar.

$$n = \frac{1 + 1081192}{(.06^2)(1{,}081{,}193) + 4(.5)(.5)}$$

n= 277

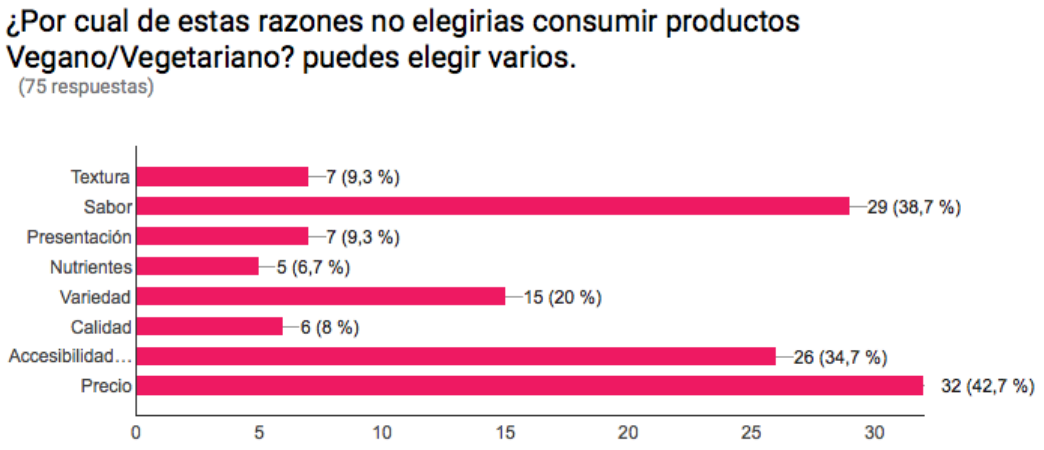
Se hicieron dos tipos de cuentas en la cuales podríamos sacar conclusiones para personas veganas/vegetarianas y personas que consumen carne.

Preguntas y respuestas de las personas que comen carne:
Las personas encuestadas fueron de sexo indistinto debido a que no existe como el cuidado de la salud para un solo género de persona.
Se hizo en un rango de 15 en adelante ya que se pensó que era una edad en la cual empiezas a ver por el bienestar y tu salud tanto física como mental.



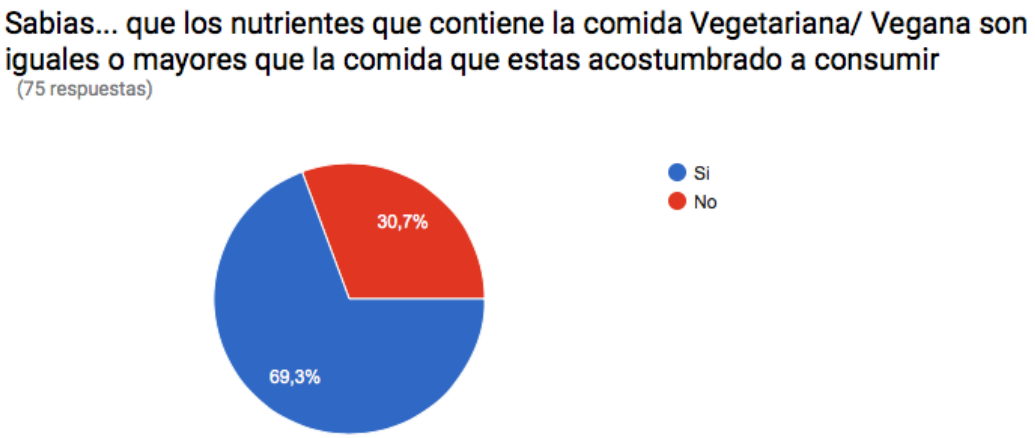
Grafica de barras 1
Recuperado de encuestas realizadas en google.

Fue una pregunta la cual nos basamos a las personas que consumen carne muchas veces el saber o el poder probar cosas diferentes los ha llevado a consumir este tipo de comida.



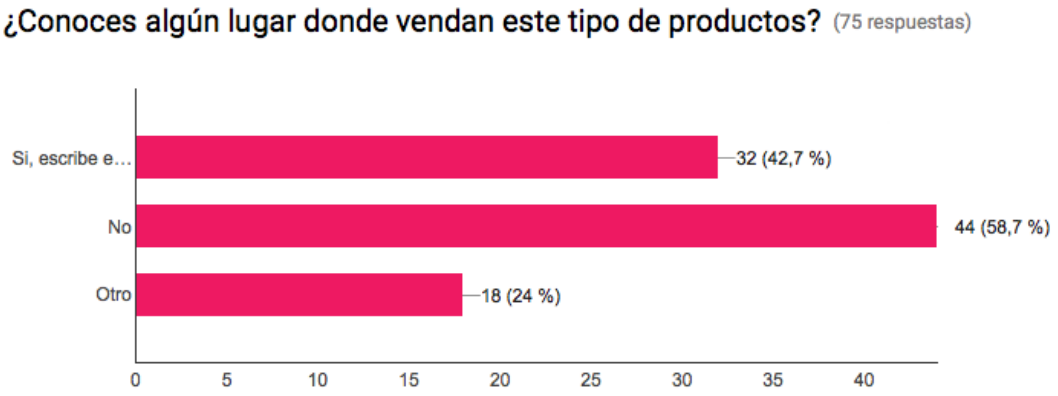
Grafica de barras 2
Recuperado de encuestas realizadas en google.

Buscamos una razón por la cual la gente no tiene el hábito de consumir alimentos vegetarianos o veganos.



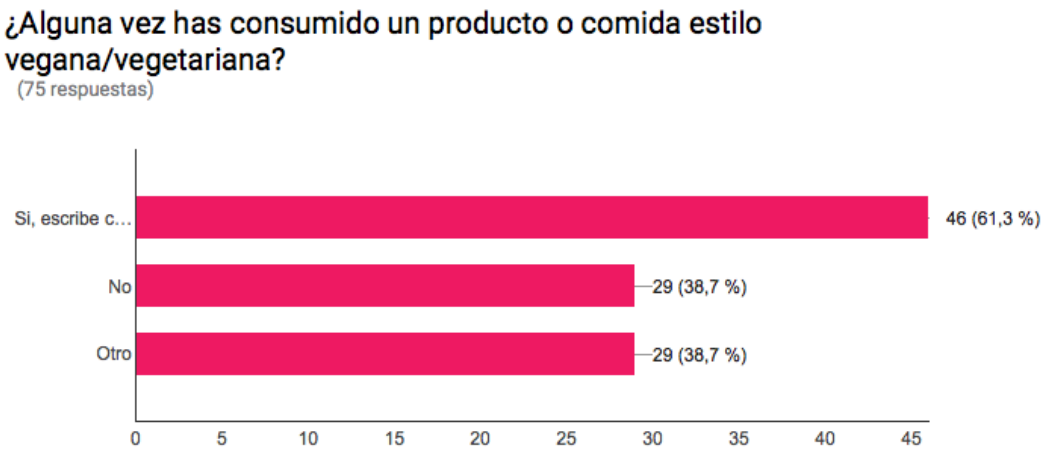
Grafica circular 1
Recuperado de encuestas realizadas en google.

Muchas veces el no saber los nutrientes de los alimentos o el pensar que contienen menos nutrientes los alimentos veganos que uno normal hacen que las personas no lo consuman.



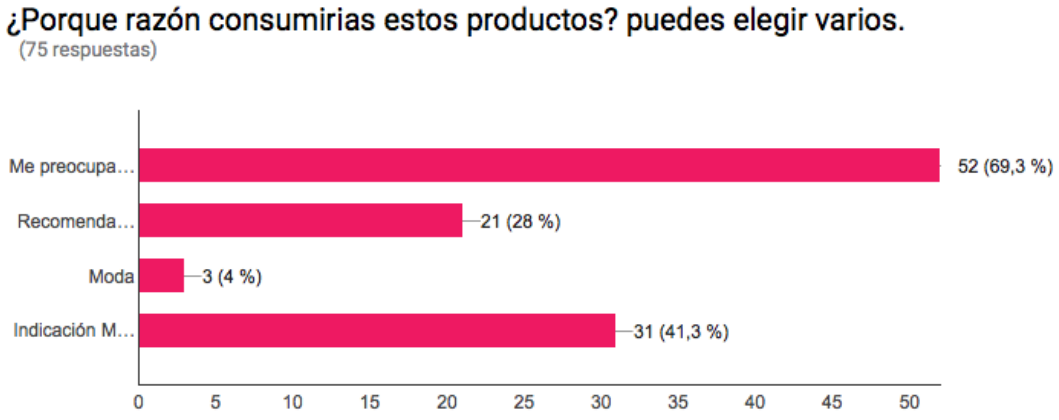
Grafica de barras 3
Recuperado de encuestas realizadas en google.

Se necesita saber si las personas se encuentran enteradas de los puntos de ventas de este tipo de alimentos.



Grafica de barras 4
Recuperado de encuestas realizadas en google.

Saber si el consumidor podría llegar a consumir productos con un estilo diferente al cual están acostumbrados.



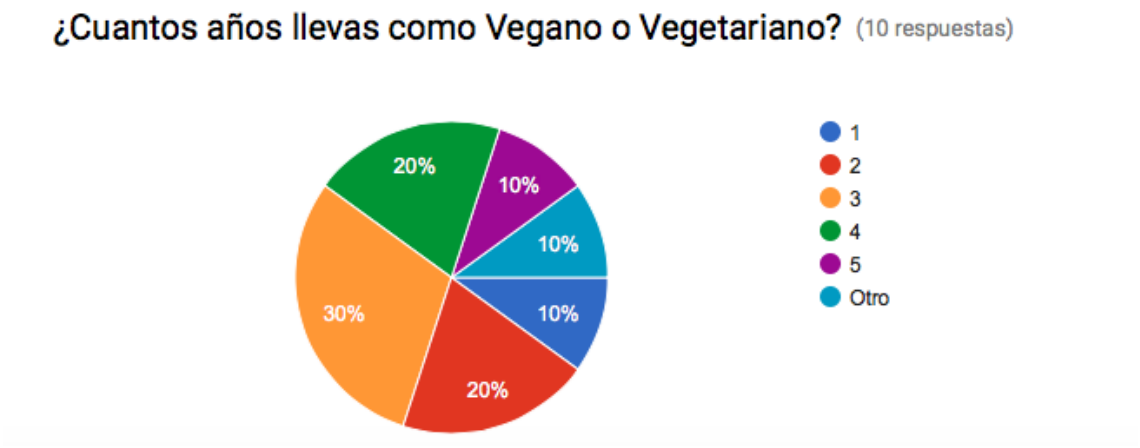
Grafica de barras 5
Recuperado de encuestas realizadas en google.

Saber si hay alguna forma de que otras personas puedan consumir los productos no teniendo el habito alimenticio que se quiere.

Con estas encuestas aplicada a personas con consumo de carne podríamos decir que tal vez la marca no la conocen pero sin embargo si hay un consumo sobre estos productos, se podría llegar a consumir en personas que no tengan los mismo hábitos

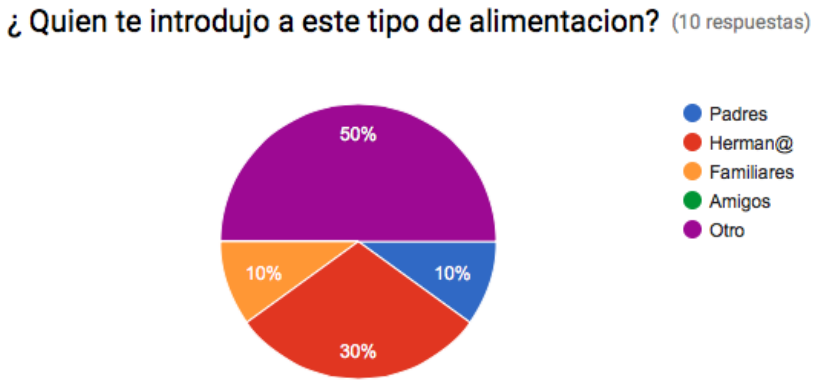
alimenticios, debido a que existe un gran conocimiento por parte de las personas encuestadas.

En el ámbito vegano/vegetariano se encuestaron a 10 personas con las siguientes preguntas y las cuales fueron sus respuestas las siguientes.
Teniendo un rango de edad de 15 años en adelante debido a que es una edad en la que te estas formando como persona y estás viendo cuales serán tus hábitos alimenticios.



Grafica circular 2
Recuperado de encuestas realizadas en google.

Queremos saber si esto ha sido solo una moda o ha seguido con el paso de los años.



Grafica circular 3
Recuperado de encuestas realizadas en google.

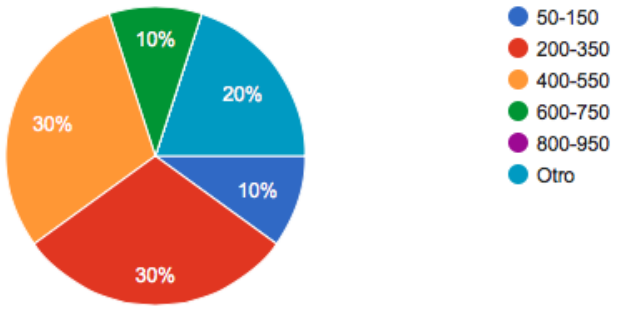
Saber cómo fue que decidieron volverse veganos o vegetarianos.

¿Dónde compras los productos alimenticios de tu preferencia? (orgánicos, alimentos empaquetados,etc.)
(10 respuestas)

En tiendas departamentales y mercados
Orgánico
Súper
En tameme los martrs
Mercado
Mercados, supermercados
La central abarrotes orgánicos
Centros naturistas
Los Huacales
En el super mercado o en algún evento de vegetarianos o veganos

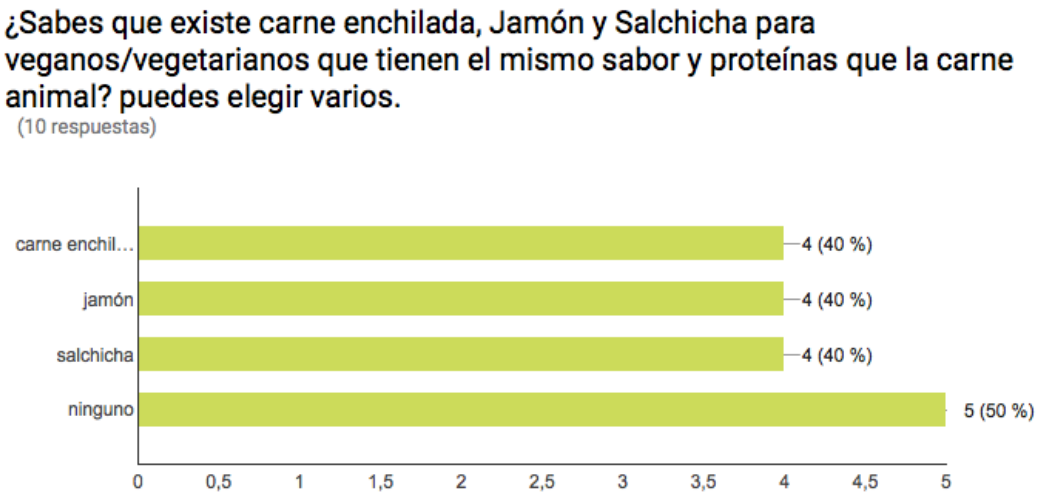
Saber cuáles son los puntos de compra para cada uno de ellos.

¿Cuanto gastas al momento de hacer tu super en productos veganos/vegetarianos?
(10 respuestas)



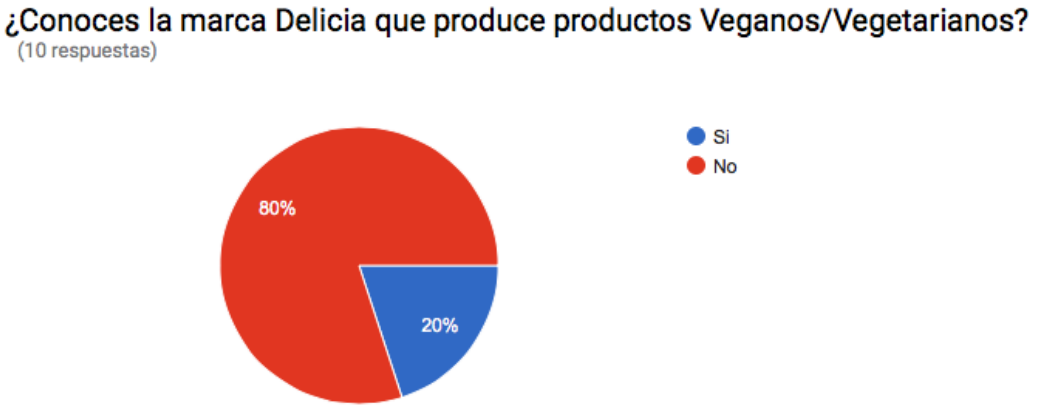
Grafica circular 4
Recuperado de encuestas realizadas en google.

Queremos ver cuál es su presupuesto para poder ver que tan bueno es vender un sustituto de carne que solo lo compren por gusto y no necesidad.



Grafica de barras 6
Recuperado de encuestas realizadas en google.

Queremos dar a conocer la carne vegana como sustituto para las personas que no comen carne de animal.



Grafica circular 5
Recuperado de encuestas realizadas en google.

Saber si hay contacto de las personas que son veganas o vegetarianas con la marca Delicia.

¿Qué opinas de ser vegetariano o vegano? (10 respuestas)

Estoy en la transición y mientras este bien eso es lo que importa . Pero si hay resistencia generalmente con las personas
Cool, saludable
Nada en particular
En mi estilo de vida, que es congruente con mis valores
Si tu cuerpo y tu estilo de vida lo permite es reconfortante sentirte bien por dentro para estar bien por fuera
Es muy beneficioso para la salud y parte de un buen cambio en la vida
Es una forma de vida más saludable
Me gusta
Excelente decisión, mejor estilo de vida y la alimentación es más económica o barata por decirlo así.
No voy a regresar a comer carne jeje

Saber la opinión de este tipo de personas con hábitos alimenticios veganos/ vegetarianos, y la razón por las cuales tienes hábitos alimenticios que cambian el estilo de vida.

En las encuestas aplicadas a al tipo de vida vegano/vegetariano podemos darnos cuenta que la mayoría se inició desde temprana edad, también que es un estilo de vida sano y que por medio de esto pueden cambiar muchas formas de ver la vida y de crear conciencia sobre las demás personas.

Con estas encuestas concluimos que no hay gran cantidad de personas con este estilo de vida, sin embargo que las personas que si lo son, pueden llegar a comprar productos diferentes debido a que no hay una gran variedad en ellos, y que no nada mas lo ven como un estilo de vida si no como una forma de alimentación mejor y mas sana, con menos contaminantes y que están dispuestos a consumir cualquier alimento que sea vegano o vegetariano.

3.4 Análisis de la competencia

Analizaremos nuestros competidores directos e indirectos con los que se tiene una similitud en los productos y en los precios.

	Competencia Directa		
Marcas	Delicia	Diamante cafetería repostería	Alimentos kitty (Sudevi)
Logo			
Dirección	Tianguis Orgánico TAMEME (Boulevard Atlixco 4303, Las Animas Santa Anita, 72180 Puebla, Pue.)	Reforma Sur 76, Centro, Puebla, Pue (222) 548-8312	Puebla Circuito Juan Pablo II 816, San Baltazar Campeche, Puebla, Pue (222) 423-5015
Salchicha	*		*
Jamón	*	*	*
Carne enchilada	*		
	Competencia Indirecta		
Marcas	“La Central” abarrotes orgánicos	Casa Olinka	La Zanahoria restaurante
Logo			
Dirección	Av Teziutlan Sur 17-B Fraccionamiento La Paz "A" 72160 Puebla, PUE (222) 574-8035	18 Sur 5937, Jardines de San Manuel, Puebla, Pue Restaurante vegetariano - Cafetería - Tienda (222) 233-8222	Av 5 Oriente #206 entre Calle 3 Ote. y Av. 7 Ote. Colonia Centro 72000 Puebla, PUE(222) 232-4813

Tabla 21
Elaboración propia.

Tenemos como competencia directa dos lugares en los cuales que venden los mismos productos pero no se encuentra todos en el mismo lugar.
También contamos con los indirectos los cuales cuentan con productos veganos y vegetarianos, pero no venden los mismos productos, sin embargo se podrían tomar por sustitutos de los productos que vende la empresa Delicia.

3.5 Análisis de precios

Precio Margen de Utilidad Sobre Costo

Esta forma de determinar el precio se basa en encontrar una cantidad que permita a la empresa cubrir todo sus costos y además obtener un porcentaje de utilidad previamente valorado y establecido. Tomando en cuenta esto, se optó por lo que tomar un margen de utilidad del 40%. Con esto se desarrolló el precio de margen de utilidad sobre costos.

*Salchicha

$$PMU = 19.54\ (1 + .40)$$

$$PMU = \ 19.54\ (1.40)$$

$$PMU = \$27.356 \approx \$27$$

*Jamón

$$PMU = 32.34(1 + .40)$$

$$PMU = 32.34\ (1.40)$$

$$PMU = \$45.276 \approx \$45$$

*Carne Enchilada

$$PMU = 33.55(1 + .40)$$

$$PMU = 33.55\ (1.40)$$

$$PMU = \$46.97 \approx 47$$

Precio Maximizador de Utilidades

Para obtener el precio máximo que están dispuestos nuestros consumidores a pagar por los productos, utilizamos la gráfica de precio promedio y de esta nos guiamos para poder realizar el precio maximizador de utilidades, en el cual además de cubrir los costos de producción la utilidad que esperamos de estos productos sean mayores a los esperados. La elasticidad precio de la demanda de los alimentos orgánicos varia dependiendo su categoría salchicha .75, jamón 1.6 y Carne enchilada 1.5 según datos consultados en la INEGI.

*Salchicha

$$U = [P(34 - .75P)] - [19.54(34 - .75P)] + 200{,}000$$

$$U = 34P - .75P^2 - 664.36 + 14.655P - 200{,}000$$

$$U = 200{,}664.36 + 48.655P - .75P^2$$

$$U = 48.655P - 1.5P$$

$$\frac{U}{P} = \frac{48.655}{1.5}$$

$$P = \$32.436 \approx \$32$$

*Jamón

$$U = [P(63 - 1.6P)] - [32.34(65 - 1.6P)] + 200{,}000$$

$$U = 63P - 1.6P - 2{,}037.42 + 51.744P - 200{,}000$$

$$U = 202{,}037.42 + 114.744P - 1.6P^2$$

$$U = 114.744P - 3.2P$$

$$\frac{U}{P} = \frac{114.744}{3.2}$$
$$P = \$40.41 \approx 41$$

*Carne Enchilada

$$U = [P(71 - 1.5P)] - [33.53(71 - 1.5P)] + 200{,}000$$

$$U = 71P - 1.5P - 2{,}378.5 + 50.28P - 200{,}000$$

$$U = 202{,}378.5 + 121.25P - 1.5P^2$$

$$U = 121.25P - 3P$$

$$\frac{U}{P} = \frac{121.25}{3}$$
$$P = \$35.85 \approx 36$$

Precio Promedio

Este tipo de análisis determina el precio óptimo al que se puede vender un producto basándose en precios corrientes del mercado principalmente en lo que el consumidor piensa pagar.

La principal forma de realiza esto, es la comparación de una estimación de margen de utilidad que tienen nuestros consumidores.

	Salchicha de Papa Vegana	
valores	25	-1.631606167
	26	-1.23140088
	27	-0.831195594
	27	-0.831195594
	28	-0.430990308
	29	-0.030785022
	29	-0.030785022
	30	0.369420264

	30	0.369420264
	30	0.369420264
	31	0.76962555
	32	1.169830836
	34	1.970241409
promedio	29.1	$29
desv est.	2.5	1.4

Tabla 22
Elaboración propia

	Jamón Vegano	
valores	55	-1.406000377
	55	-1.406000377
	55	-0.656133509
	57	-0.656133509
	57	-0.656133509
	57	0.093733358
	59	0.093733358
	59	0.093733358
	59	0.468666792
	60	1.218533660
	62	1.218533660
	62	1.593467094
	63	1.593467094
promedio	58.8	$59
desv est.	2.7	2.2

Tabla 23
Elaboración propia.

	Carne Enchilada Vegana	
valores	52	-1.149242094
	54	-1.149242094
	54	-0.970139430
	55	-0.791036766
	56	-0.432831438
	58	-0.253728774
	59	-0.074626110
	60	0.104476554
	61	0.641784546
	64	0.820887210
	65	1.358195203
	68	1.895503195
	71	1.895503195
promedio	60.4	$59
desv est.	5.6	3.8

Tabla 24
Elaboración propia.

Precio Basado en Desviación Estándar

La elasticidad precio de la demanda de los alimentos orgánicos es de 1.91 según datos consultados en la INEGI.

<u>Precio de equilibrio.</u>

Salchicha Vegana

cantidad	**150**	**menor**	**unidades**	**-0.25**		
	200	mayor			elasticidad p=	-0.75
	20	mayor	precio	0.333333333		
	15	menor				
$34.00			precio			
$19.54			costo			
	18.54+0.75p=34-0.75p					

7 = 1.5p		
p=	15.46/1.91	
precio de equilibrio		8.094240838

Tabla 25
Elaboración propia.

Jamón Vegano

cantidad	**120**	**menor**	**unidades**	**-0.2**		
	150	mayor			elasticidad p=	-1.6
	45	mayor	precio	0.125		
	40	menor				
	$63.00		precio			
	$32.34		costo			
	31.34+1.6p=63-1.6p					
	16=3.2p					
	p=		31.66/3.2			
	precio de equilibrio		9.89375			

Tabla 26
Elaboración propia.

Carne Enchilada

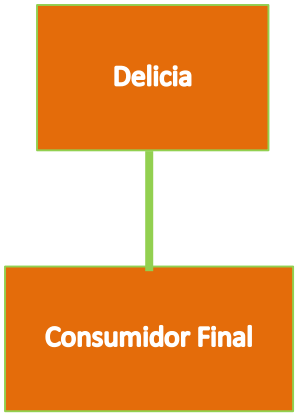
cantidad	**180**	**menor**	**unidades**	**-0.181818182**		
	220	mayor			elasticidad p=	-1.5
	45	mayor	precio	0.125		
	40	menor				
	$71.00		precio			
	$33.52		costo			
	32.52+1.5p=71-1.5p					
	16=3p					
	p=		38.58/3			
	precio de equilibrio		12.86			

Tabla 27
Elaboración propia.

3.6 Logística (Distribución y puntos de venta)

Logística Actual

No se presentera una distribución del producto, ya que se vendera en donde se encuentra la dueña que es el Tiaguis TAMEME , por lo cual el canal es directo y es trato es personal.



Longitud: 2

Nivel: 0

Tipo de canal: Canal directo

Solo se conforma del fabricante al consumidor final, sin ningún tipo de intermediarios.

Propuesta de Canal de Distribución

Para que la marca pueda darse a conocer, proponemos que cuente con otro tipo de puntos de vena que seria tiendas especializadas que venden este tipo de productos como orgánicos, vegetarianos y veganos, en los cuales atacaríamos directamente a personas que están interesados en obtener estos bienes de consumo libres de cualquier pesticida y sin procesos por los cuales los animales sean maltratados.

Longitud: 3

Nivel: 1

En este caso no solo se conforma del fabricante al consumidor final, si no que existirían 3 intermediarios que pertenecen a la misma categoría de tiendas especializadas, que no ayudarían a llevar el producto al alcance de más clientes, pero manteniendo la posibilidad de que los consumidores finales nos busquen directamente, donde tratarían personalmente con la dueña de Delicia.

Información de puntos de Venta			
Marca	Mercatlan	La Central abarrotes Orgánicos	Artesano
Logo			
Dirección	9 Sur 4901-2, Prados Agua Azul Puebla de Zaragoza 01 222 237 0500	Av Teziutlan Sur 17-B Fraccionamiento La Paz "A" 72160 Puebla, PUE (222) 574-8035	Camino a Atzala, #1802, Local C San Andrés Cholula y en la 15 Sur #502-A Local 1 Col. Zerezotla Cholula, Puebla

Tabla 28
Elaboración propia.

3.7 Etiqueta

El etiquetado alimentario es una de las maneras de que los consumidores obtengan información sobre los alimentos que quieren comprar. Si los consumidores siguen correctamente la información que aparece en la etiqueta (como las fechas de caducidad, instrucciones de manipulación y advertencias relacionadas con alergias), se pueden evitar enfermedades transmitidas por alimentos y reacciones alérgicas innecesarias.

En México, las normas de etiquetado son indicadas por la Secretaría de Salubridad y deben ser sometidas a registro y aprobación, antes de lanzar el producto.

La Norma Oficial Mexicana NOM-051-SCFI/SSA1-2010, Especificaciones generales de etiquetado para alimentos y bebidas no alcohólicas pre envasados-Información comercial y sanitaria, publicada el 5 de abril de 2010. (Anexos)

Delicia
alimentos
vegetarianos & veganos

Basándonos en las preguntas que se hicieron en cuestionarios anteriores decidimos el proponer un nuevo logo que diera a conocer por sus colores que la comida es sana y teniendo un slogan que lo describa, teniendo en cuenta la pregunta en la cual nos respondieron que la marca Delicia no era conocida. Decidimos cambiarlo por que este aunque es simple destaca entre las etiquetas de productos veganos o vegetarianos.

3.8 Empaque primario

Este tipo de empaque es el principal porque es el que tiene contacto con el producto. En este caso se envuelve en un plástico al alto vacío, esto para que los productos se conserven mejor y tengan mayor duración. Son bolsas de 25 x 45 cm aproximadamente.

Producto	**Empaque**	**Precio al millar**	**Precio por Unidad**
Salchicha	al alto vacío	$5,400.00	$5.40
Carne enchilada	al alto vacío	$5,400.00	$5.40
Jamón	al alto vacío	$5,400.00	$5.40

Tabla 29
Elaboración propia.

3.9 Empaque secundario

No se cuenta con un empaque secundario debido a que el producto debe estar bien refrigerado o se conserva a una temperatura ambiente, estos productos por lo regular son vendidos en el momento y no se tiene que empacar en otro tipo de empaque por que no se necesita, solo se cuenta con el empaque primario.

3.10 Estrategias de promoción y publicidad

Publicidad

Los medios por lo cuales os vamos a dar a conocer son los siguiente:

- Publicidad en línea

1. Por medio de nuestra cuenta de Facebook “Delicia” daremos a conocer nuestros productos nuevos y los eventos en los cuales participaremos, para tener contacto directo con nuestros consumidores y atenderlos en tiempo real.

- Publicidad en Puntos de Venta

1. Anuncios en carritos de compra.
2. Anuncios anaqueles POP.

- Relaciones Publicas

1. Asistir a eventos green: en este caso puede ser la feria vegana que se realiza cada año en puebla, el tianguis TAMEME.
2. Realizar MKT green, conEco-Actividad, en la cual esta a favor de actuar para resolver el problema, dispuesta a cambiar hábitos.

CAPÍTULO IV.- ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

4.1 Presupuesto de Inversión Inicial

Presentaremos los activos necesarios para poder seguir funcionando la empresa, también el total de cada uno de los activos. El capital social que tenemos es de $47,674.00 (cuarenta y siete mil, seiscientos setenta y cuatro), el cual será utilizado de la siguiente manera.

Podremos ver cuánto es lo máximo que podemos gastar en cuanto a Maquinaria, Equipo y Permisos.

Concepto	Unidad	Cantidad	Precio Unitario
Horno de gas	PZA	1	$8,204.00
Licuadora	PZA	1	$895.00
Batidora	PZA	1	$5,450.00
Refrigerador	PZA	1	$8,490.00
Congelador	PZA	1	$6,899.00
Estufa	PZA	1	$3,899.00
Máquina de Alto vacío	PZA	1	$2,597.00
Lavavajillas	PZA	1	$9,240.00
Gastos de Instalación		1	$2,000.00
TOTAL			$47,674.00

Tabla 30
Elaboración propia.

Presupuesto de ventas

Presentamos las siguientes tablas en donde muestra la capacidad de mercado, técnica y económica. Se tomaran como referencia la demanda de la capacidad técnica.

capacidad técnica		1	2	3	4	5
Salchicha de papa	unidades	3680	4232	4867	5597	6436
Carne enchilada	unidades	2400	2760	3174	3650	4198
Jamón	unidades	1440	1656	1904	2190	2519
Total	unidades	7520	8648	9945	11437	13153

Tabla 31
Elaboración propia.

Capacidad de mercado	crecimiento de mercado 20% anual	1	2	3	4	5
Salchicha	unidades	9200	11040	13248	15897	19077
Carne enchilada	unidades	6000	7200	8640	10368	12441
Jamón	unidades	3600	4320	5184	6220	7464
Total	unidades	18800	22560	27072	32486	38984

Tabla 32
Elaboración propia.

Capacidad Económica		1	2	3	4	5
Salchicha de papa	unidades	10000	12000	14400	17280	20736
Carne Enchilada	unidades	1,824	2189	2627	3152	3782
Jamón	unidades	3072	3686	4424	5308	6370
totales	unidades	14896	17875	21450	25740	30888

Tabla 33
Elaboración propia.

	Total de las Capacidades	1	2	3	4	5
Capacidad técnia	unidades(salchicha, jamón ,carne enchilada)	7520	8648	9945	11437	13153
Capacidad mercado	unidades(salchicha, jamón ,carne enchilada)	18800	22560	27072	32486	38984
Capacidad económica	unidades(salchicha, jamón ,carne enchilada)	14896	17875	21450	25740	30888

Tabla 34
Elaboración propia.

Presentamos una tabla con un pronosticó de 5 años, teniendo una tasa de inflación del 2.6% esperada por el Banco de México de acuerdo al informe que presenta en el año 2016, esto tiene como consecuencia una alteración en los precios.

Presupuestos de ventas salchicha	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
Precio	$ 27.0	$ 28	$ 28	$ 29	$ 30
Cantidad	3680	4232	4867	5597	6436
Ventas	$ 99,360.00	$ 117,234.86	$ 138,325.42	$ 163,210.16	$ 192,571.67

Tabla 35
Elaboración propia.

Presupuestos de ventas jamón	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
Precio	$ 45.0	$ 46	$ 47	$ 49	$ 50
Cantidad	1440	1656	1904	2190	2519
Ventas	$ 64,800.00	$ 76,457.52	$ 90,212.23	$ 106,441.41	$ 125,590.22

Tabla 36
Elaboración propia.

Presupuesto de carne enchilada	1	2	3	4	5
Precio	$ 47.0	$ 48	$ 49	$ 51	$ 52
Cantidad	2400	2760	3174	3650	4198
Ventas	$ 112,800.00	$ 133,092.72	$ 157,036.10	$ 185,286.89	$ 218,620.01

Tabla 37
Elaboración propia.

Ventas Totales				
Año1	**Año2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**
7520	8648	9945	11437	13153
$ 276,960.00	$ 326,785.10	$ 385,573.74	$ 454,938.46	$ 536,781.89

Tabla 38
Elaboración propia.

Se puede observar que en todos los productos existe un crecimiento cada año, aunque la industria sea alimentaria, este tipo de comida no es en gran demanda, pero con los años se ha aumentado debido a la posibilidad de poder incrementar en el mercado siendo de un 15%.

Presupuesto de costo de venta

Conforme a la inflación de los años, tomando en cuenta un comportamiento en el mercado, tendremos unas estimaciones de los primeros 5 años en los cuales el dinero representaría los costos de producción en un futuro. Tomando en cuenta los 3 productos, cada uno con su respectiva tabla de presupuesto de costo de venta a 5 años.

Tablas de presupuesto de costo de venta.

Presupuesto costo de ventas Salchicha	$ 1	$ 2	$ 3	$ 4	$ 5
Costo unitario	$ 20	$ 20	$ 21	$ 21	$ 22
Cantidad	3680	4232	4867	5597	6436
Costo de venta	$ 71,907	$ 84,843	$ 100,107	$ 118,116	$ 139,365

Tabla 39
Elaboración propia.

Presupuesto costo de ventas Jamón	$ 1	$ 2	$ 3	$ 4	$ 5
Costo unitario	$ 32	$ 33	$ 34	$ 35	$ 36
Cantidad	1440	1656	1904	2190	2519
Costo de venta	$ 46,570	$ 54,947	$ 64,833	$ 76,496	$ 90,258

Tabla 40
Elaboración propia.

Presupuesto costo de ventas Carne Enchilada	$ 1	$ 2	$ 3	$ 4	$ 5
Costo unitario	$ 34	$ 34	$ 35	$ 36	$ 37
Cantidad	2400	2760	3174	3650	4198
Costo de venta	$ 80,448	$ 94,921	$ 111,997	$ 132,145	$ 155,918

Tabla 41
Elaboración propia.

Costo de ventas totales				
1	2	3	4	5
$ 198,925	$ 234,711	$ 276,936	$ 326,757	$ 385,540

Tabla 42
Elaboración propia

4.2 Presupuesto de gasto de operación

Presentamos a continuación los gastos de administración y ventas, aquí incluimos todos los gastos y presupuestos de cada una de las funciones de la empresa, dependiendo de las áreas, tanto en los sueldos como en los gastos que derivan de la empresa al producir para que el producto este terminado.

Presupuesto de Administración								
Concepto	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mano de obra indirecta (sueldos ya en costo unitario)		12	$6,595.00	$79,140.00	$ 81,197.64	$83,308.77	$85,474.81	$87,697.15
Luz	Pago	12	$200.00	$2,400.00	$ 2,462.40	$2,831.76	$2905.39	$2,980.93
Teléfono e internet	Pago	12	$200.00	$2,400.00	$ 2,462.40	$2,526.42	$2592.11	$2,659.50
Renta	Pago	12		0	$ -	0.00	0.00	0.00
Total				$83,940.00	$ 86,122.00	$ 88,362.00	$ 90,659.00	$93,016.00

Tabla 43
Elaboración propia.

Presupuesto de Ventas			
Concepto	Unidad	Cantidad	Precio Unitario
Publicidad	Pago	12	$500.00
Personal de ventas	Pago	12	$2,457.00

Tabla 44
Elaboración propia.

gasto total (año 1)	gasto total (año 2)	gasto total (año3)	gasto total (año 4)	gasto total (año 5)
$6,000.00	$6,156.00	$6,316.06	$6,480.27	$6648.76
$29,484.00	$ 30,251.00	$ 31,037.00	$ 31,844.00	$ 32,672.00
Total $35,484	Total $36,407.00	Total $37,353.00	Total $38,324.00	Total $39,321.00

Tabla 45
Elaboración propia.

4.3 Estado de resultados Pro-Forma y Flujos Netos de Efectivo

A continuación podremos ver la tabla donde muestra el estado de resultado Pro-Forma y flujos netos de efectivo, se hace una proyección a 5 años.

Concepto	0	1	2	3	4	5
Ventas		$ $276,960.00	$ $326,785.10	$ 385,573.74	$ 454,938.46	$ 536,781.89
Costo de ventas		$ 198,925	$ 234,711.00	$ 276,936.00	$ 326,757.00	$ 385,540.00
Utilidad marginal		**$ 78,035.20**	**$ 92,073.73**	**$ 108,637.80**	**$ 128,181.74**	**$ 151,241.63**
Gastos de operación (admon, ventas, depreciación)						
Gastos de administración		$ 83,940.00	$ 86,122.00	$ 88,362.00	$ 90,659.00	$ 93,016.00
Gastos de ventas		$ 35,484.00	$ 36,407.00	$ 37,353.00	$ 38,324.00	$ 39,321.00
Depreciación		$ 9,133.60	$ 9,133.60	$ 9,133.60	$ 9,133.60	$ 9,133.60
Utilidad de operación		**-$ 50,522.40**	**-$ 39,588.89**	**-$ 26,210.58**	**-$ 9,935.23**	**$ 9,771.10**
Gastos financieros		$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
Utilidad después de financiamiento		**-$ 50,522.40**	**-$ 39,588.89**	**-$ 26,210.58**	**-$ 9,935.23**	**$ 9,771.10**
Utilidad antes de impuestos		-$ 50,522.40	-$ 39,588.89	-$ 26,210.58	-$ 9,935.23	$ 9,771.10
ISR		$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
PTU		$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
Utilidad neta o depsués de impuestos		-$ 50,522.40	-$ 39,588.89	-$ 26,210.58	-$ 9,935.23	$ 9,771.10
Depreciacion		$ 9,133.60	$ 9,133.60	$ 9,133.60	$ 9,133.60	$ 9,133.60
Inversiones	$ 47,674.00					
FNE	-$ 47,674.00	-$ 41,389.00	-$ 30,455.00	-$ 17,077.00	-$ 802.00	$ 18,905.00

Tabla 46
Elaboración propia.

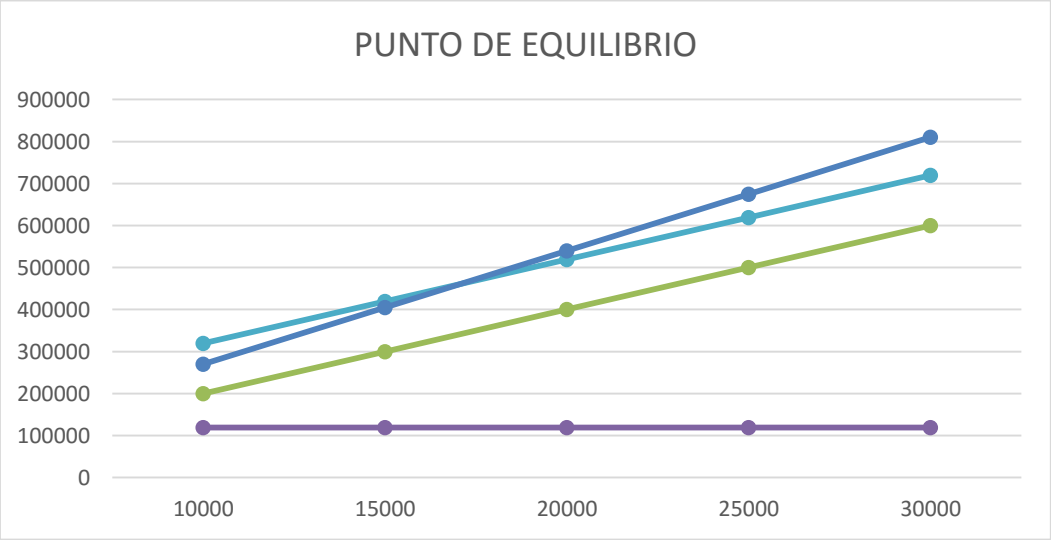
Como sabemos el sector de comida vegana y vegetariana es muy nuevo y aunque tiene más de 10 años en el mercado, es un estilo de vida la cual se ha ido implementado en poco tiempo en el mercado, sin embargo ha tenido un gran crecimiento. En estos 5 años podemos ver que aunque

4.4 Punto de equilibrio

En la siguiente tabla mostraremos nuestras proyecciones a 5 años. Utilizando el producto con menor costo, nuestro punto de equilibrio en el primer año sería de 23885 unidades y $597,120.00.

	1	2	3	4	5
CF	$119,424.00	$150,474.00	$189,598.00	$238,893.00	$301,005.00
CV	$20.00	$20.00	$21.00	$21.00	$22.00
P	$25.00	$27.00	$28.00	$28.00	$29.00
PE Unidades	23885	21645	26581	32644	40089
PE $	$597,120.00	$584,411.00	$736,358.00	$927,811.00	$1,169,042.00

Tabla 47
Elaboración propia.



4.5 Tasa de Rendimiento Mínima Aceptada

La Tasa de Rendimiento Mínima Aceptable, es la tasa mínima de ganancia que se espera obtener del proyecto de inversión, así representa una medida de rentabilidad mínima para el proyecto. Se hará mediante los siguientes conceptos.

TREMA	
f	2.87%
TLR	0.0181
β	7.50%
PR	0.285

Tabla 48
Elaboración propia

$$i = CAPM = \mathrm{TLR} + (\mathrm{PR}) * \mathrm{B}$$

$$TREMA = 0.0941 + 0.0287 + (0.0941 * 0.287)$$

$$\boldsymbol{TREMA = 12.54\%}$$

4.6 Valor Actual Neto

Nuestro valor actual neto es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos de efectivo a la inversión inicial, se compara todas las ganancias, en un valor equivalente. Para aceptar el proyecto debería la proyeccción dar algo mayor a lo que se desembolsó.

VAN	**-110,505.84**	**-$22,101.17**	**ingresos anulaes**	**-$1,841.76**	**ingresos mensuales**	**-$61.39**	**ingreso diarios**

Tabla 49
Elaboración propia.

4.7 Tasa Interna de Retorno

Debido a que nuestro flujos Netos de Efectivo son negativos no podemos obtener una tasa interna de retorno.

4.8 Índice del Valor Actual Neto

IVAN	**-2.32**	**lo que el proyecto es capaz de generar por cada peso invertido.**

Tabla 50
Elaboración propia.

4.9 Conclusiones del Estudio Financiero

En conclusión de los resultados que nos brindan los estudios financieros podemos concluir que dado a que nuestras ventas no cubren nuestros costos totales nuestro proyecto no genera utilidades sobre nuestra inversión.

Una vez obteniendo estos resultados se puede decir que la empresa Delicia no es un proyecto rentable ni atractivo para un inversionista.

Nuestro proyecto empezara a generar ganancias a partir del año 5, esto es demasiado tiempo para generar una utilidad.

CAPÍTULO V.- ANÁLISIS DE IMPACTO SOCIAL Y MEDIO AMBIENTAL

5.1 Empleos Directos

Existen diferentes tipo de empleos que se puede generar al ser Vegano, el aumento de lugares de consumo de estos productos como lo son los Restaurantes principalmente o tiendas de autoservicio con productos orgánicos ha aumentado los empleos, esto es tanto desde el productor que se encuentra en un lugar sembrando y recolectado cada una de las frutas, verduras y semillas, como tanto de la persona que la transporta y la lleva a las tiendas, así también como quien vende y se encarga de convencer al consumidor de que su producto es el mejor.

- Gerente general.
- Encargado de producción.
- Ayudante de producción.

5.2 Empleos Indirectos

Productores: algunos productos ellas los cosechan, pero existen algunos como la cúrcuma, el tomillo que no los pueden sembrar ellas en sus tierras, fabricas que generan el papel etiqueta que se utiliza para realizar las etiquetas de la marca, por lo cual es necesario comprarle a una persona este tipo de insumos, que a su vez ellos se lo compran a los productores.

Transporte público y privado: para todas las personas que van a buscar los productos delicia, necesitan transportarse hasta los lugares donde ella los vende.

Competencia: esto genera mayor calidad en los productos para que los consumidores no se guíen por la marca si no por la calidad, generando una competencia sana y amigable.

5.3 Identificación de beneficios y/o impactos a la comunidad

Existen muchas formas de pensar entre cada unas de las personas que han adaptado el estilo vegano o vegetariano, sin embargo la mayor parte de la gente cree que el no consumir carne significa no matar animales y también proteger al medio ambiente.

El veganismo se ha considerado un estilo de vida que ha aumentado con el paso de los años, este estilo también impacta mucho en el consumo de productos orgánicos, productos tanto para el aseo personal como para la limpieza en casa, porque al ser veganos se tiene la mentalidad de tener un planeta mejor, el de proteger todo aquello que trae contaminantes, podría decirse que empiezas a ver cada uno de los productos que consumos, que es lo que tiene y que sean lo mas naturales posible.

La alimentación es un factor importante en la vida de cada ser humano, nos identificamos muchas veces con un estilo de comer y de consumir, la idea que tengas para consumir algún tipo de alimento muchas veces se puede desarrollar de manera cultural, porque creamos hábitos a la hora de comer y tenemos una ideología que desde pequeños nos inculcaron. Esto puede relacionarse también con las costumbres y tradiciones que tengamos a lo largo de nuestra vida.

También se piensa que el cambio de alimentación al veganismo trae muchos beneficios, por ejemplo a la salud, o al aspecto físico de cada persona, reduces el porcentaje de obesidad y de problemas cardiacos que puede llegar una persona adulta o también en niños.

El ser vegano no significa solo el consumo de frutas y verduras, esto lleva más haya porque existen muchos productos que se pueden cultivar como son los diferentes tipos de semillas, esto te hace un panorama mas grande a lo que podría consumir una persona con este estilo de vida, la gente piensa muchas veces que un vegano solo consume verduras y que no tiene opciones en sus platillos, pero es un error que se ha tenido con el paso del tiempo, debido a que en la actualidad si buscamos restaurantes o lugares donde consuman productos orgánicos podremos darnos cuenta que existen muchas recetas y que ocupando los ingredientes necesarios podrías tener opciones de comida muy ricas y saludables.

Este estilo de vida ha tenido un gran impacto en la sociedad de todo el mundo, porque sin darnos cuenta los lugares en donde puedes adquirir este tipo de alimentos ha

aumentado, en muchos supermercados ya se cuenta con un área de productos orgánicos y que se encuentra naturalmente hechos.

5.4 Identificación de beneficios y/o impactos al medio ambiente

"Los productos de origen animal consumen entre 5 y 10 veces más agua que los de una dieta vegetariana. Además, una tercera parte de los terrenos de cultivo se están utilizando para alimentar a animales.

Los insumos que maneja la empresa Delicia para sus productos son alimentos orgánicos, que son aquellos vegetales o frutas que en ninguna etapa de su producción intervienen fertilizantes, herbicidas o pesticidas químicos, así tampoco como los suelos donde son cultivados.

Lo bueno de esta de esta clase de alimentos es que evita el sufrimiento animal, no explota la tierra hasta dejarla seca y Son sustentables. Su cultivo apuesta por un ciclo circular de producción, sustentable en el tiempo y amigable con el medio ambiente."[7]

Cuando tenemos buenos hábitos alimenticios dejamos de contaminar, los contaminantes que en los últimos años le ponen a toda la comida procesada ha ido deteriorando nuestro medio ambiente, se contamina y esto hace que a la larga tengamos un planeta más sucio y con muchas mas reacciones en el clima y medio que nos rodea.

El gran consumo de carne en los últimos años se dice que ha aumentado y por lo tanto esto tiene muchas consecuencias en todos los aspectos, por ejemplo se podría decir que se contamina y consume el agua, contaminación del aire, contaminación de la tierra, se le ponen hormonas a la carne, entre otros.

Cada uno de los puntos anteriores lleva a darnos cuenta que en la actualidad es difícil que cualquier tipo de carne no tenga modificaciones o haya sido alterado con algún producto químico, pero aun así el consumo de carne es mayor al consumo de frutas y verduras.

[7] Pizarro Valentina, Los beneficios de la comida orgánica, Veo Verde, https://www.veoverde.com/2014/03/los-beneficios-de-la-comida-organica/

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones:

Mediante este proyecto de inversión pudimos conocer que tan rentable era la empresa Delicia, se observó que es un sector el cual es nuevo y por lo tanto no existe una gran demanda de productos, cada persona lleva un estilo de vida, en esto incluimos la forma de comer, al ser este un nuevo mercado entre la población no es muy grande y no se tiene gran conocimiento de ello.

Se necesita más difusión sobre este nuevo estilo de alimentación, así se podría aumentar la demanda y las ganancias podrían ser mayores.

Se comprobó que aun pasando los 5 años que se dio como límite de recuperación, no se recuperaba lo invertido y llegando al año 5 se podría empezar a tener utilidades sobre lo que ya se había utilizado.

También debido a que el mercado es muy chico el número de trabajadores es igual, esto no genera más empleos, pero se tiene un punto bueno por que al no tener más empleados se obtiene una mayor ganancia sobre lo que se vende.

Recomendaciones:

Dado a que la empresa Delicia es un proyecto nuevo con productos nuevos nosotros recomendaríamos tratar de dar más publicidad a sus productos y brindar más información sobre los beneficios que estos productos pueden dar a la salud, para así incrementar nuestras ventas y una vez con mayores ventas tratar de cubrir nuestros costos para poder obtener utilidades, también se recomienda tener diferentes puntos de ventas ya que esta empresa solamente vende sus productos en lugares de comida vegana y esto hace que sus productos tengan un mercado reducido.

Algunas sugerencias que se pueden dar para la empresa delicia, para que pueda cambiar el resultado de sus flujos y aumentar su demanda para así poder aumentar sus ventas seria implementar una forma sistematizada de la producción sus productos, ya que la elaboración de sus productos es de manera artesanal y esto hace que sea demasiado lenta. Una vez que se aumente nuestra producción se invertirá en publicidad para así tratar de entrar en nuevos mercados, también se intentara introducir nuestros productos en otros puntos estratégicos de venta como pueden ser restaurantes veganos, tiendas de autoservicio, esto con el fin de que nuestros productos no solo sean vendidos a personas veganas, sino a todo tipo de personas que quieran obtener una buena salud y consumir alimentos elaborados con productos orgánicos de buena calidad, esto ayudara a la empresa a aumentar sus ventas y así poder cubrir sus gastos .

REFERENCIAS

Fuente de depreciación:
http://www.ine.gob.ni/DAC/consultas/Res_Tabla_Depreciacion_Equipos.pdf
Requisitos y especificaciones reglamentarias de seguridad e higiene:
http://www.coteigep.puebla.gob.mx/est231.php?muni=21114
Señaletica: http://www.inspeccion.com.mx/se%F1alamientos.htm
Precio de bolsas al alto vacío: http://articulo.mercadolibre.com.mx/MLM-545432008-bolsa-de-empaque-para-alto-vacio-cal-300-pouch-6x8-_JM
Salarios: http://www.misalario.org/main/tu-salario/salario-minimo
Encuestas: https://docs.google.com/forms/d/1j5barAJDG-zJdn1eOriXWt92TnrtIxVWfT7yXDINW8c/edit?usp=drive_web
https://docs.google.com/forms/d/1a00qWPFp9McW_XlC7F3YeUbN35t5D9z4D5NRNfkLru0/edit?usp=drive_web
https://www.walmart.com.mx/super/pistaches/pistache-fun-fruit-200-g-0750302065718/
http://www.costco.com.mx/view/p/kirkland_signature_pistaches_136kg_545345
https://www.walmart.com.mx/super/Busqueda.aspx?Text=betabel%20&Departamento=0
https://www.walmart.com.mx/super/Busqueda.aspx?Text=betabel%20&Departamento=0
https://www.walmart.com.mx/super/Busqueda.aspx?Text=sazonador%20&Departamento=0
https://www.walmart.com.mx/super/basicos/cebolla-blanca-por-kg-0000000004663/
http://www.coteigep.puebla.gob.mx/est231.php?muni=21114

http://ntrzacatecas.com/2014/10/13/veganos-vegetarianos-y-carnivoros-mexicanos-en-la-mesa/
http://www.elfinanciero.com.mx/mis-finanzas/como-ser-vegano-sin-dejar-que-sus-finanzas-mueran.html
http://comefeliz.com/puebla/puebla
https://www.facebook.com/desayunosveganosPuebla/photos_stream
http://www.todovegano.com/item/desayunos-veganos-puebla/
https://www.facebook.com/lacentralabarrotesorganicos/info/?tab=page_info
http://www.todovegano.com/item/sudevi-productos-vegetarianos/
http://mercatlan.com/ser_verde.html
https://www.facebook.com/zanahoriarestaurante/timeline

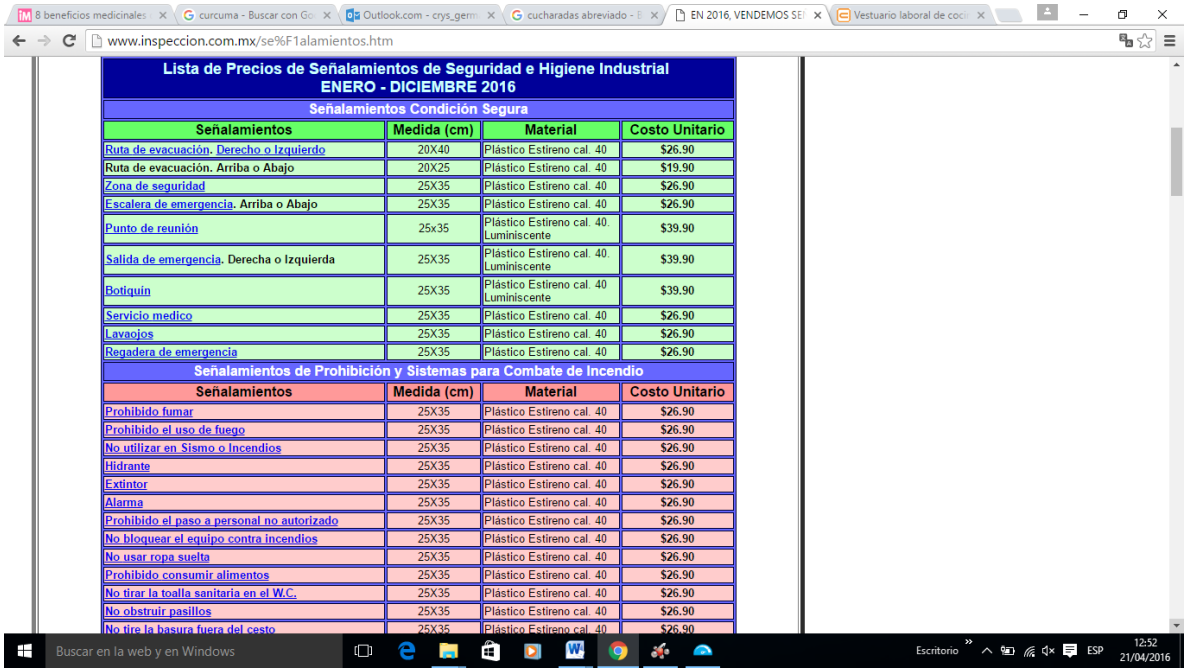
http://www.haztevegetariano.com/restaurante/71/la_zanahoria_puebla
https://www.facebook.com/delicia.silviaarguello/timeline
http://www.tianguistameme.org.mx
https://www.facebook.com/vegetariano.sudevi/
http://comefeliz.com/puebla/puebla
https://www.facebook.com/photo.php?fbid=102115783283045&set=a.102115776616379.5073.100004538704891&type=3&theater
https://www.facebook.com/casa.olinka/info/?tab=page_info
https://www.facebook.com/artesanoecotienda/
https://www.facebook.com/mercatlan/?fref=ts

ANEXOS

Requisitos y especificaciones reglamentarias de seguridad e higiene ANEXO

Anexos de señalética.

http://www.inspeccion.com.mx/se%F1alamientos.htm



www.inspeccion.com.mx/se%F1alamientos.htm

Lista de Precios de Señalamientos de Seguridad e Higiene Industrial ENERO - DICIEMBRE 2016			
Señalamientos Condición Segura			
Señalamientos	Medida (cm)	Material	Costo Unitario
Ruta de evacuación. Derecho o Izquierdo	20X40	Plástico Estireno cal. 40	$26.90
Ruta de evacuación. Arriba o Abajo	20X25	Plástico Estireno cal. 40	$19.90
Zona de seguridad	25X35	Plástico Estireno cal. 40	$26.90
Escalera de emergencia. Arriba o Abajo	25X35	Plástico Estireno cal. 40	$26.90
Punto de reunión	25x35	Plástico Estireno cal. 40. Luminiscente	$39.90
Salida de emergencia. Derecha o Izquierda	25X35	Plástico Estireno cal. 40. Luminiscente	$39.90
Botiquín	25X35	Plástico Estireno cal. 40 Luminiscente	$39.90
Servicio medico	25X35	Plástico Estireno cal. 40	$26.90
Lavaojos	25X35	Plástico Estireno cal. 40	$26.90
Regadera de emergencia	25X35	Plástico Estireno cal. 40	$26.90
Señalamientos de Prohibición y Sistemas para Combate de Incendio			
Señalamientos	Medida (cm)	Material	Costo Unitario
Prohibido fumar	25X35	Plástico Estireno cal. 40	$26.90
Prohibido el uso de fuego	25X35	Plástico Estireno cal. 40	$26.90
No utilizar en Sismo o Incendios	25X35	Plástico Estireno cal. 40	$26.90
Hidrante	25X35	Plástico Estireno cal. 40	$26.90
Extintor	25X35	Plástico Estireno cal. 40	$26.90
Alarma	25X35	Plástico Estireno cal. 40	$26.90
Prohibido el paso a personal no autorizado	25X35	Plástico Estireno cal. 40	$26.90
No bloquear el equipo contra incendios	25X35	Plástico Estireno cal. 40	$26.90
No usar ropa suelta	25X35	Plástico Estireno cal. 40	$26.90
Prohibido consumir alimentos	25X35	Plástico Estireno cal. 40	$26.90
No tirar la toalla sanitaria en el W.C.	25X35	Plástico Estireno cal. 40	$26.90
No obstruir pasillos	25X35	Plástico Estireno cal. 40	$26.90
No tire la basura fuera del cesto	25X35	Plástico Estireno cal. 40	$26.90

ANEXO DE ETIQUETA.

NORMA OFICIAL MEXICANA NOM-051-SCFI/SSA1-2010 ESPECIFICACIONES GENERALES DE

ETIQUETADO PARA ALIMENTOS Y BEBIDAS NO ALCOHOLICAS PREENVASADOS - INFORMACION

COMERCIAL Y SANITARIA

1. Objetivo y campo de aplicación

1.1 Objetivo

Esta Norma Oficial Mexicana tiene por objeto establecer la información comercial y sanitaria que debe contener el etiquetado de los alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasados de fabricación nacional o extranjera, así como determinar las características de dicha información.

1.2 Campo de aplicación

Esta Norma Oficial Mexicana es aplicable a todos los alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasados de fabricación nacional y extranjera destinados al consumidor en territorio nacional.

La presente Norma Oficial Mexicana no se aplica a:

a) Los alimentos y bebidas no alcohólicas pre envasados que estén sujetos a disposiciones de información comercial y sanitaria contenidas en normas oficiales mexicanas específicas, o en alguna otra reglamentación federal vigente que explícitamente excluya de su cumplimiento al presente ordenamiento.

b) Los productos a granel

c) Los alimentos y bebidas no alcohólicas envasados en punto de venta.

d) Los demás productos que determine la autoridad competente, conforme a sus atribuciones.

2. Referencias

Esta Norma Oficial Mexicana se complementa con las siguientes normas vigentes:

NOM-002-SCFI-1993, Productos pre envasados-Contenido neto-Tolerancias y métodos de verificación, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 13 de octubre de 1993.

NOM-008-SCFI-2002, Sistema General de Unidades de Medida, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 27 de noviembre de 2002.

NOM-030-SCFI-2006, Información comercial-Declaración de cantidad en la etiqueta-especificaciones, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 6 de noviembre de 2006.

NOM-043-SSA2-2005, Servicios básicos de salud. Promoción y educación para la salud en materia alimentaria. Criterios para brindar orientación, publicada en el Diario Oficial de la

Federación el 23 de enero de 2006.

NOM-086-SSA1-1994 Bienes y servicios - Alimentos y bebidas no alcohólicas con modificaciones en su composición. Especificaciones nutrimentales, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 26 de junio de 1996.

3. Definiciones, símbolos y abreviaturas

Para los efectos de esta Norma Oficial Mexicana, se establecen las siguientes definiciones, símbolos y abreviaturas:

3.1 Acuerdo

Se entiende por Acuerdo al "Acuerdo por el que se determinan las sustancias permitidas como aditivos y coadyuvantes en alimentos, bebidas y suplementos alimenticios" de la Secretaría de Salud.

3.2 Aditivo

Cualquier substancia permitida que, sin tener propiedades nutritivas, se incluya en la formulación de los productos y que actúe como estabilizante, conservador o modificador de sus características organolépticas, para favorecer ya sea su estabilidad, conservación, apariencia o aceptabilidad.

3.3 Alimento

Cualquier sustancia o producto, sólido, semisólido, natural o transformado, que proporciona al organismo elementos para su nutrición.

3.4 Azúcares

Todos los monosacáridos y disacáridos presentes en un alimento o bebida no alcohólica.

3.5 Bebida no alcohólica

Cualquier líquido natural o transformado, que proporciona al organismo elementos para su nutrición y que contiene menos de 2,0 por ciento en volumen de alcohol etílico.

3.6 Coadyuvante de elaboración

Sustancia o materia, excluidos aparatos y utensilios, que no se consume como ingrediente alimenticio por sí misma, y se emplea intencionadamente en la elaboración de materias primas, alimentos o sus ingredientes, para lograr alguna finalidad tecnológica durante el tratamiento o la elaboración, pudiendo dar lugar a la presencia no intencionada, pero inevitable, de residuos o derivados en el producto final.

3.7 Consumidor

Persona física o moral que adquiere o disfruta como destinatario final productos alimenticios y bebidas no alcohólicas preenvasados.

3.8 Contenido

Cantidad de producto preenvasado que por su naturaleza puede cuantificarse para su comercialización, por cuenta numérica de unidades de producto.

3.9 Contenido neto

Cantidad de producto preenvasado que permanece después de que se han hecho todas las deducciones de tara cuando sea el caso.

3.10 Declaración de propiedades

Cualquier texto o representación que afirme, sugiera o implique que un alimento o bebida no alcohólica preenvasado tiene cualidades especiales por su origen, propiedades nutrimentales, naturaleza, elaboración, composición u otra cualidad cualquiera, excepto la marca del producto y el nombre de los ingredientes.

3.11 Declaración de propiedades nutrimentales

Cualquier texto o representación que afirme, sugiera o implique que un alimento o bebida no alcohólica preenvasado tiene propiedades nutrimentales particulares, no sólo en relación con su valor energético, o contenido de: proteínas, grasas o lípidos, carbohidratos o hidratos de carbono, o contenido de vitaminas y nutrimentos inorgánicos (minerales).

No constituye declaración de propiedades nutrimentales:

a) La mención de sustancias en la lista de ingredientes ni la denominación o marca del producto preenvasado;

b) La mención de nutrimentos como parte obligatoria del etiquetado nutrimental, cuando la adición del mismo sea obligatoria;

c) La declaración cuantitativa o cualitativa en la etiqueta de propiedades nutrimentales de algunos nutrimentos o ingredientes, cuando ésta sea obligatoria, de conformidad con los ordenamientos jurídicos aplicables.

3.12 Declaración nutrimental

Relación o enumeración del contenido de nutrimentos de un alimento o bebida no alcohólica preenvasado.

3.13 Embalaje

Material que envuelve, contiene y protege los productos preenvasados, para efectos de su almacenamiento y transporte.

3.14 Envase

Cualquier recipiente, o envoltura en el cual está contenido el producto preenvasado para su venta al consumidor.

3.15 Envase múltiple o colectivo

Cualquier recipiente o envoltura en el que se encuentran contenidos dos o más unidades de producto preenvasado iguales o diferentes, destinadas para su venta al consumidor en dicha presentación.

3.16 Etiqueta

Cualquier rótulo, marbete, inscripción, imagen u otra materia descriptiva o gráfica, escrita, impresa, estarcida, marcada, grabada en alto o bajo relieve, adherida, sobrepuesta o fijada al envase del producto preenvasado o, cuando no sea posible por las características del producto, al embalaje.

3.17 Fecha de caducidad

Fecha límite en que se considera que las características sanitarias y de calidad que debe reunir para su consumo un producto preenvasado, almacenado en las condiciones sugeridas por el responsable del producto, se reducen o eliminan de tal manera que después de esta fecha no debe comercializarse ni consumirse.

3.18 Fecha de consumo preferente

Fecha en que, bajo determinadas condiciones de almacenamiento, expira el periodo durante el cual el producto preenvasado es comercializable y mantiene las cualidades específicas que se le atribuyen tácita o explícitamente, pero después de la cual el producto preenvasado puede ser consumido.

3.19 Fibra dietética

Los polímeros de hidratos de carbono con tres o más unidades monoméricas, que no son hidrolizados por las enzimas endógenas del intestino delgado humano y que pertenecen a las categorías siguientes:

- Polímeros de carbohidratos comestibles que se encuentran naturalmente en los alimentos en la forma en que se consumen;
- Polímeros de carbohidratos obtenidos de materia prima alimentaria por medios físicos, enzimáticos o químicos, y que se haya demostrado que tienen un efecto fisiológico beneficioso para la salud mediante pruebas científicas generalmente aceptadas y aportadas a las autoridades competentes;
- Polímeros de carbohidratos sintéticos que se haya demostrado que tienen un efecto fisiológico beneficioso para la salud mediante pruebas científicas generalmente aceptadas aportadas a las autoridades competentes.

3.20 Función tecnológica

El efecto que produce el uso de aditivos en los alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasados, que proporciona o intensifica su aroma, color o sabor, y/o mejora su estabilidad y conservación, entre otros. Véase aditivo

3.21 Hidratos de carbono disponibles o carbohidratos disponibles

Los hidratos de carbono o carbohidratos excluyendo la fibra dietética.

3.22 Información nutrimental

Toda descripción destinada a informar al consumidor sobre las propiedades nutrimentales de un alimento o bebida no alcohólica preenvasado. Comprende dos aspectos:

a) La declaración nutrimental obligatoria.

b) La declaración nutrimental complementaria.

3.23 Ingesta o ingestión Diaria Recomendada (IDR)

Se obtiene sumando dos desviaciones típicas al promedio de los requerimientos de las necesidad de 97,5% de los individuos en la población. Si se desconoce la desviación típica, el Requerimiento Nutrimental Promedio (RNP) de una población se multiplica por 1,2, suponiendo un coeficiente de variación (desviación típica por 100 dividida entre el promedio) de 10%. Donde RNP es el Requerimiento Nutrimental Promedio de una población que, en combinación con la varianza, describe la variación estadística de los requerimientos individuales.

3.24 Ingesta o ingestión Diaria Sugerida (IDS)

Se usa en lugar de la Ingesta Diaria Recomendada (IDR) en los casos que la información sobre requerimientos es insuficiente.

3.25 Ingrediente

Cualquier sustancia o producto, incluidos los aditivos, que se emplee en la fabricación, elaboración, preparación o tratamiento de un alimento o bebida no alcohólica y esté presente en el producto final, transformado o no.

3.26 Ingrediente compuesto

Mezcla previamente elaborada de sustancias y productos que constituye un producto terminado y que se emplea para la fabricación de otro distinto.

3.27 Leyendas precautorias

Cualquier texto o representación que prevenga al consumidor sobre la presencia de un ingrediente específico o sobre los daños a la salud que pueda originar el abuso en el consumo de éste.

3.28 Lote

La cantidad de un producto elaborado en un mismo ciclo, integrado por unidades homogéneas e identificado con un código específico.

3.29 Masa drenada

Cantidad de producto sólido o semisólido que representa el contenido de un envase, después de que el líquido ha sido removido por un método previamente establecido.

3.30 Nombre de uso común

Es el nombre que se le da a un alimento o bebida no alcohólicas preenvasado de acuerdo a los usos y costumbres, tal es el caso de waffles, hot cakes, entre otros.

3.31 Nutrimento

Cualquier sustancia incluyendo a las proteínas, aminoácidos, grasas o lípidos, carbohidratos o hidratos de carbono, agua, vitaminas y nutrimentos inorgánicos (minerales) consumida normalmente como componente de un alimento o bebida no alcohólica que:

a) Proporciona energía; o

b) Es necesaria para el crecimiento, el desarrollo y el mantenimiento de la vida; o

c) Cuya carencia haga que se produzcan cambios químicos o fisiológicos característicos.

3.32 Porción

Cantidad de producto que se sugiere consumir o generalmente se consume en una ingestión, expresada en unidades del Sistema General de Unidades de Medida.

3.33 Producto a granel

Producto que debe pesarse, medirse o contarse en presencia del consumidor por no encontrarse preenvasado al momento de su venta.

3.34 Producto preenvasado

Los alimentos y bebidas no alcohólicas, que son colocados en un envase de cualquier naturaleza, en ausencia del consumidor, y la cantidad de producto contenido en él no puede ser alterada, a menos que el envase sea abierto o modificado perceptiblemente.

3.35 Responsable de producto

Persona física o moral que importe o elabore un producto o que haya ordenado su elaboración total o parcial a un tercero.

3.36 Símbolo de la unidad de medida

Signo convencional con que se designa la unidad de medida, de conformidad con la NOM-008-SCFI-2002, mencionada en el apartado de referencias.

3.37 Superficie de información

Cualquier área del envase o embalaje distinta de la superficie principal de exhibición.

3.38 Superficie principal de exhibición

Es aquella área donde se encuentra la denominación y la marca comercial del producto, y sus dimensiones se calculan conforme a la NOM-030-SCFI-2006, mencionada en el apartado de referencias.

3.39 Unidad de medida

Valor de una magnitud para la cual se admite por convención que su valor numérico es igual a 1 (véase Referencias).

3.40 Valores Nutrimentales de Referencia (VNR)

Conjunto de cifras que sirven como guía para valorar y planificar la ingestión de nutrimentos de poblaciones sanas y bien nutridas.

4. Especificaciones

4.1 Requisitos generales del etiquetado

4.1.1 La información contenida en las etiquetas de los alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasados debe ser veraz y describirse y presentarse de forma tal que no induzca a error al consumidor con respecto a la naturaleza y características del producto.

4.1.2 Los productos preenvasados deben presentarse con una etiqueta en la que se describa o se empleen palabras, ilustraciones u otras representaciones gráficas que se refieran al producto.

Las etiquetas que contengan los productos preenvasados pueden incorporar la descripción gráfica o descriptiva de la sugerencia de uso, empleo o preparación, a condición de que aparezca una leyenda alusiva al respecto.

4.1.3 Los alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasados no deberán describirse ni presentarse con una etiqueta en los que se utilicen palabras, textos, diálogos, ilustraciones, imágenes, denominaciones de origen y otras descripciones que se refieran o sugieran, directa o indirectamente a cualquier otro producto con el que pueda confundirse, o que pueda inducir al consumidor a suponer que el alimento se relaciona en forma alguna con aquel otro producto.

4.2 Salvo lo indicado en el siguiente párrafo, son requisitos obligatorios de información comercial y sanitaria los siguientes.

A menos de que se trate de especias y de hierbas aromáticas, los productos pequeños en que la superficie más amplia sea inferior a 10 cm2 podrán quedar exentos de los requisitos: lista de ingredientes e instrucciones de uso.

4.2.1 Nombre o denominación del alimento o bebida no alcohólica preenvasado

4.2.1.1 El nombre o la denominación del producto preenvasado debe corresponder con la establecida en los ordenamientos jurídicos específicos; en ausencia de éstos, puede indicarse el nombre de uso común, o bien, emplearse una descripción de acuerdo con las características básicas de la composición y naturaleza del alimento o bebida no alcohólica preenvasado, que no induzca a error o engaño al consumidor. En el caso de que haya sido objeto de algún tipo de tratamiento, se puede indicar el nombre de éste, con excepción de aquellos que de acuerdo con los ordenamientos correspondientes sean de carácter obligatorio.

4.2.2 Lista de ingredientes

4.2.2.1 En la etiqueta de los productos preenvasados cuya comercialización se haga en forma individual, debe figurar una lista de ingredientes, la cual puede eximirse cuando se trate de productos de un solo ingrediente.

4.2.2.1.1 La lista de ingredientes debe ir encabezada o precedida por el término Ingredientes:

4.2.2.1.2 Los ingredientes del alimento o bebida no alcohólica preenvasado deben enumerarse por orden cuantitativo decreciente (m/m).

4.2.2.1.3 Se debe declarar un ingrediente compuesto cuando constituya más del 5 por ciento del alimento o bebida no alcohólica y debe ir acompañado de una lista entre paréntesis de sus ingredientes constitutivos por orden cuantitativo decreciente (m/m), incluidos los aditivos que desempeñen una función tecnológica en el producto acabado o que se asocien a reacciones alérgicas.

4.2.2.1.4 Se debe indicar en la lista de ingredientes el agua añadida por orden de predominio, excepto cuando ésta forme parte de un ingrediente compuesto y declarado como tal en la lista y la que se utilice en los procesos de cocción y reconstitución. No es necesario declarar el agua u otros ingredientes volátiles que se evaporan durante la fabricación.

4.2.2.1.5 Cuando se trate de alimentos deshidratados o condensados, destinados a ser reconstituidos, pueden enumerarse sus ingredientes por orden cuantitativo decreciente (m/m) en el producto reconstituido, siempre que se incluya una indicación

como la que sigue: "ingredientes del producto cuando se prepara según las instrucciones de la etiqueta", u otras leyendas análogas.

4.2.2.1.6 En la lista de ingredientes debe emplearse una denominación específica de acuerdo con lo previsto en el punto 4.2.2.1, incluyendo los ingredientes mencionados en 4.2.2.2.3, con excepción de los ingredientes cuyas denominaciones genéricas están señalados.