

UNIVERSIDAD DE SONORA



DIVISIÓN DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, SOCIALES Y

AGROPECUARIAS

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONOMICO ADMINISTRATIVAS

LICENCIATURA EN NEGOCIOS Y COMERCIO INTERNACIONAL

ANTEPROYECTO PRESENTADO PARA OBTENER EL GRADO DE
LICENCIATURA

“PLAN DE NEGOCIOS PRODUCTOS NATURALES”

Presenta:

Horacio Ruelas Guzmán

Nogales, Sonora

Abril de 2015

Universidad de Sonora

Repositorio Institucional UNISON



**“El saber de mis hijos
hará mi grandeza”**



Excepto si se señala otra cosa, la licencia del ítem se describe como openAccess

Índice

Capítulo 1

Titulo plan de negocios “productos naturales”.....	6
Introducción.....	7
Antecedentes.....	9
Planteamiento del problema.....	10
Hipótesis.....	10
Objetivo general.....	10
Objetivos específicos.....	10
Justificación.....	12
Delimitación.....	13
Limitación.....	13
Marco teórico.....	14
Metodología.....	19

Capítulo 2

Plan de negocios.....	20
1. Información general.....	20

1.1 naturaleza de la empresa.....	20
2. organización.....	22
2.1 misión.....	22
2.2 visión.....	22
2.3 objetivos.....	22
2.4 valores.....	22
2.5 estructura del negocio.....	23
2.6 análisis FODA.....	23
2.7 estrategias.....	24
3. personal.....	25
3.1 descripción de puestos.....	25
4. mercado.....	26
4.1 análisis de mercado.....	26
4.2 competencia.....	27
4.3 mercado meta.....	27
4.4 clientes.....	27
4.5 producto.....	27
4.6 investigación de mercado.....	28
4.6.1 objetivo.....	28
4.6.2 justificación.....	28
4.6.3 hipótesis.....	28
4.6.4 fuentes de información.....	28
4.6.5 método de recopilación de datos.....	28

4.6.6 fundamentos del muestreo.....	29
4.7 publicidad.....	29
5. producción y servicios.....	30
5.1 especificaciones del producto.....	30
5.2 materia prima y proveedores.....	33
6. finanzas.....	35
Conclusiones.....	44
Anexos.....	45
Bibliografía.....	56



Plan de negocios “Productos Naturales”

Introducción

El plan de negocios es un instrumento que se utiliza para documentar el propósito y los proyectos del propietario respecto a cada aspecto del negocio (Greg Balanko, 2007). Se define como un instrumento clave y fundamental para el éxito, el cual consiste en una serie de actividades relacionadas entre sí para el comienzo o desarrollo de una empresa (Jack, 2000).

Por otro lado el profesor Ignacio de la Vega García-Pastor del instituto de empresas afirma que el plan de negocios identifica, describe y analiza una oportunidad de negocio. Examina su viabilidad tanto técnica y económica como financiera. A su vez sostiene que el plan de negocios es una herramienta indispensable para el desarrollo de una empresa. (De la Vega I, 2008).

Es un mapa que servirá para guiar tu compañía. Por ello, reúne toda la información necesaria para evaluar un negocio y los lineamientos generales para ponerlo en marcha Ayuda a clarificar y enfocar las metas y objetivos del negocio.

1. Ayuda a clarificar y enfocar las metas y objetivos del negocio
2. Ayuda a coordinar los diferentes factores de un negocio que son necesarios para el éxito.
3. Permite confrontar las ideas con la realidad porque la dinámica del plan fuerza a considerar todos los factores relevantes del negocio, sin olvidarse de ninguno.
4. Es una herramienta muy útil para conseguir la adhesión de elementos claves del negocio: inversionistas, proveedores, equipo directivo, etc.

5. Es un cronograma de actividades que permite coordinar la realización de tareas de acuerdo con un calendario establecido.
6. Es una herramienta para el modelado del negocio que permite trabajar con flexibilidad en la organización, al ofrecer la posibilidad de realizar cambios cuando algunos de los factores del negocio experimentan variaciones.
7. Es un instrumento de control que permita detectar desviaciones del plan original, así como evaluar el progreso del proyecto y ajustar el plan en función de resultados parciales.
8. Es un punto de referencia para futuros planes de nuevos proyectos que aparezcan a medida que el negocio evoluciona.

Antecedentes

La empresa productos deportivos y naturales fue establecida en el año 2004, en la ciudad de Nogales, Sonora. Esta empresa era del giro de compra – venta de productos apícolas y deportivos. En la actualidad solo maneja los productos apícolas. Produciendo unas ventas de 200 kilogramos mensuales en promedio. Cuenta con una cartera de clientes que están situados por toda la ciudad, los cuales son los clientes potenciales.

En el último año la empresa ha disminuido el crecimiento en sus ventas en un 3% en comparación a años anteriores, debido a surgimiento de nuevas competencias, y a deficiencias en el modo de operar. Esto nos lleva a buscar nuevas estrategias de mercado para mejorar las ventas.

Es necesario hacer más eficiente la manera de operar de la empresa; ya que por la falta de profesionalización y deficiencias en la planeación ha perdido un área de mercado con el que trabajaba en sus inicios. Y está en una etapa de cambio generacional lo cual nos indica que solo el 33% de las empresas logra sobrevivir a este cambio (Garzon, 2013).

Planteamiento del problema

Desarrollar un plan de negocio para la empresa Productos deportivos naturales

Hipótesis

La creación de un plan de negocios permitirá a la empresa tener una mejor manera de operar, y con esto obtendrá mejor rendimiento en sus ventas.

Variable dependiente: plan de negocios

Variable independiente: contar con un plan de negocios para lograr una mejor manera de operar, y con esto obtener mejor rendimiento en sus ventas.

Objetivo general

Elaborar un plan de negocios para el mejoramiento en la operación de la empresa, por medio de un análisis en los procesos que afecten el rendimiento de la empresa.

Objetivos específicos

1. Análisis mercado: Determinar el mercado objetivo, y la mezcla de marketing. (Análisis de Precio, Plaza, Producto, Promoción)
2. Análisis Operativo: Determinar el ciclo de ventas; así como cuál será el Recorrido de las rutas.

3. Análisis Administrativo: Desarrollar una estructura administrativa tal que responda a los requerimientos del negocio y a las exigencias del mercado, definiendo para ello sus políticas, objetivos estratégicos, su estructura.

4. Análisis Jurídico Legal: Establecer el tipo de sociedad y los procedimientos para la conformación de la misma.

5. Análisis Financiero: determinar la estrategia financiera, realizando las proyecciones de venta y rentabilidad, al igual que planes de venta y compra.

Justificación

Un plan de negocio es un documento que ayuda al empresario a analizar el mercado y planear la estrategia del negocio (Iambing P., 1998), nos ayuda a evaluar el funcionamiento de la empresa, así como los distintos caminos que tome sobre el escenario previsto.

En México el crecimiento de la pymes durante los últimos años ha ido en aumento considerablemente, este fenómeno es generado por la búsqueda de una estabilidad económica de las familias mexicanas, a través de la creación de negocios que les proporciona una calidad de vida adecuada a las necesidades que demandan. Sin embargo la falta de planeación, no permite sentar las bases para la operación, permanencia y crecimiento en el mercado. Es por eso que la elaboración de un plan de negocios que proporcione información para la toma de decisiones y medidas que corrijan los factores que inciden negativamente, es crucial para todo empresario.

Delimitación

El plan de negocios está enfocado a la empresa productos naturales.

Limitación

- Tiempo: es un lapso de tiempo un poco corto el que se tiene para realizar las investigaciones necesarias para plasmarlas en el el documento
- Costo: puede resultar costoso el realizar las investigaciones necesarias para poder realizar el documento

Marco teórico

Emprendedor

Es la conducta de una persona que visualiza oportunidades, organiza recursos para aprovecharla y obtiene resultados de ello de diversas índoles. (Varela, 2001)

Características de los emprendedores:

- Preferencia por el riesgo moderado, no toman riesgos a la ligera, lo hacen de una manera calculada.
- Confianza en su capacidad para tener éxito.
- Alto nivel de energía, más energía que la gente promedio.
- Determinación y perseverancia.
- Necesidad de obtener logros.
- Predisposición de las oportunidades
- Tolerancia al rechazo, frustración y estrés.
- Son hábiles para organizar

Plan de negocios

En nuestro entorno es muy común ver el surgimiento nuevas empresas cada año, una mala planeación, falta de conocimiento y uso de herramientas que las ayuden a aterrizar sus ideas y llevarlas a cabo, son algunos motivos por las que muchas de ellas desaparecen del mercado, y es que actualmente ya no es suficiente con ser emprendedor y tener ganas de iniciar un negocio, sino la

capacidad de adoptar propuestas nuevas que ayuden a mejorar el servicio o producto que se ofrece, derivadas de una evaluación de nuestro negocio.

Es muy importante para todo emprendedor contar con una herramienta que le permita desarrollar, implementar y evaluar la factibilidad de una idea para así disminuir riesgo, esta herramienta se llama plan de negocios.

La creación de un plan de negocios es indispensable para la apertura y desarrollo de cualquier actividad empresarial, ya que en él se expresan todas las consideraciones necesarias para el correcto funcionamiento de la empresa.

El plan de negocio nos permite reunir toda la información necesaria para valorar un negocio y establecer los parámetros generales para ponerlo en marcha; en el cual se establece la naturaleza del negocio, los objetivos y las acciones que se requieren para alcanzar dichos objetivos.

Consiste básicamente en un documento ordenado y detallado donde se describe la trayectoria operacional y financiera de una empresa o negocio con tres perspectivas; el pasado como una introducción, el presente como el contexto y la situación actual de la organización y por último, el futuro como una proyección de objetivos y metas.

Tanto administradores e inversionistas utilizan el plan para comprender mejor el negocio así como las características del empresario y equipo administrativo (Llongenecker, 2000).

A continuación se comparten algunas definiciones sobre el concepto de Plan de Negocios, en donde coinciden algunos autores y otros subrayan otros aspectos de interés particular.

Pérez-Sandi dice “Un plan de negocios es poder realizar sus actividades y cuantificarlas, a través de aspectos de administración, mercadotecnia, operación y finanzas, con metas identificadas que se convierten en objetivos” (2002, p.89).

Según Alcaraz (2001), un plan de negocios debe ser concreto, describir partes esenciales del producto o servicio a prestar, debe contener la organización de la empresa, el estado financiero, planeación estratégica, requisitos legales que debe de ser una herramienta de comunicación.

Existen muchas definiciones sobre el tema plan de negocios, sin embargo en lo que coinciden la mayoría de autores, es que un plan de negocios, es el instrumento o herramienta que permite, comprobar la viabilidad de un proyecto, analizar la posibilidad de éxito, obtener financiamiento, elaborar plan de mercadotecnia, presupuestos, implementar nuevos productos o servicios, así como mejorar los ya existentes.

Actualmente en México, para la apertura de nuevas empresas, el plan de negocios es una herramienta poco utilizada, todavía para el desarrollo de una idea de negocio se utiliza el criterio de que “si a él le funciona a mi también”, sin tener en cuenta que todo negocio es el resultado de analizar las oportunidades que el mercado del consumidor ofrece. Otro punto es que aún se confunde el término de Plan de Negocio con el de Proyecto de Inversión, documento que se realiza como

requisito para conseguir financiamiento de alguna empresa bancaria o dependencia gubernamental y obtener recursos económicos que permitan la apertura de una nueva empresa.

La ventaja de un plan de negocios es que facilita la interpretación de las distintas circunstancias donde se van a desarrollar las actividades de la empresa. Teniendo en cuenta la complejidad y dinámica de los mercados actuales, ninguna empresa puede crecer y competir sin tener en cuenta las variables que intervienen y realizar un análisis integral para verificar si el emprendimiento es o no factible. Por otra parte es necesario señalar que siempre está presente en todo negocio el riesgo y la incertidumbre asociados con el éxito o fracaso del mismo. La planificación contribuye a resolver un número importante de problemas que tienen las pequeñas y medianas empresas, como por ejemplo:

- Falta de capital de inversión y acceso a las fuentes de financiamiento.
- Prever situaciones que afectan la rentabilidad.
- Introducir en forma eficaz nuevos productos y servicios al mercado.
- Establecer y aplicar normas de producción y control de calidad.
- Falta de estrategias de marketing.

Las razones por las que se decide realizar un plan de negocios son:

- Verificar que un negocio sea viable desde el punto de vista económico y financiero antes de su realización.

- Detectar y prevenir problemas antes de que ocurran, ahorrando tiempo y dinero.
- Determinar necesidades de recursos con anticipación.
- Examinar el desempeño de un negocio en marcha.
- Tasar una empresa para la venta.
- Conducir y buscar la forma más eficiente de poner en marcha un emprendimiento.

No se debe olvidar que un plan de negocios es un valioso instrumento que sirve para reflexionar sobre los asuntos críticos de un emprendimiento, ayuda al empresario a comunicarse con inversionistas, socios, empleados, y se utiliza como un documento de consulta permanente para medir los avances de un negocio.

Metodología

- Evaluación del mercado; esta evaluación permite obtener información acerca de la demanda y oferta del producto.
- Evaluación y desarrollo de la propuesta técnica; una vez realizada la evaluación del mercado se cuenta con información relativa al producto o servicio a brindar, el siguiente es el aspecto técnico que se relaciona con los procesos operativos.
- Propuesta económica financiera; se determinan los beneficios o pérdidas que se obtendrán con el plan de negocios, lo que permite tomar una decisión de si es factible o no el negocio.

Plan de negocios “productos naturales”

1. **Información general**; empresa productos naturales ubicada en la ciudad de Nogales, Sonora.

1.1 Naturaleza de la empresa

El negocio es una empresa dedicada a la venta de productos naturales derivados de la apicultura, el mercado al que va dirigido es principalmente a la clase media, ya que cuenta con precios muy accesibles.

La estructura operativa de la empresa está basada en la venta de productos, los cuales se mencionan a continuación:

- miel de abeja
- miel en penca
- polen
- palanquetas
- granolmiel
- jalea real
- miel de agave
- miel de maguey
- chochos verde, amarillo y negro
- miel con propóleos
- extracto de propóleos en spray o gotas
- colmenectar
- pomada de veneno de abeja
- naturactiva

- jarabe colmetox
- propóleos con caléndula
- shampoo jalea real
- crema humectante jalea real
- paletas de miel con eucalipto, almendra o propóleos
- shampoo de polen
- tila estrés

La situación legal del negocio será establecida por una persona que se incorporara al nuevo régimen de incorporación fiscal, la base de clientes con la que cuenta la empresa son tiendas y abarrotes de la ciudad de Nogales, al igual que el público en general, especialmente personas que se preocupan por su salud y bienestar.

Su producto base es la miel de abeja, pero de igual manera se manejan los demás productos, sus principales proveedores son “proveedor A” para la mayoría de los productos, “proveedor B” para la granolmiel, y “proveedor C” para los trastes de envasado.

El método de distribución que utiliza la empresa inicia con la toma del pedido del cliente por parte de la empresa, posteriormente se realiza el envasado del producto en case de ser necesario y finalmente se realiza la entrega del producto, los productos se darán a conocer con publicidad mediante volantes, espectaculares, anuncios de radio, redes sociales y página de internet.

La ventaja competitiva de la empresa son los bajos precios, calidad en el producto, sabores diferentes y satisfacción al cliente.

2. Organización

2.1 Misión. Lograr con trabajo y dedicación la excelencia en el manejo del producto, tanto en conocimiento, como distribución, ser óptimos en cada aspecto que requiera el consumidor.

2.2 Visión. Lograr ser la empresa número 1 en venta, de productos naturales en nuestra localidad.

2.3 Objetivos.

- Aumentar rentabilidad
- ampliar el mercado
- desarrollo de estrategias para un mejor funcionamiento
- consolidarse en todos los aspectos como una empresa
- desarrollar capacidades del personal
- crear una marca registrada de la empresa
- reducir costos

2.4 Valores.

- Responsabilidad: demostrando con sus acciones el compromiso en las decisiones y consecuencias que se puedan generar, tanto en la persona en si, como a los que lo rodean
- Puntualidad: cumplir con nuestras obligaciones en tiempo y forma, ya que cumpliendo los compromisos con los clientes estos estarán satisfechos con el servicio

2.5 Estructura del negocio.



2.6 Análisis FODA.

Fuerzas:

- ❖ Fidelidad de los clientes
- ❖ Buena relación con los clientes
- ❖ Calidad del producto
- ❖ Precios accesibles
- ❖ Diferenciación con productos similares

Oportunidades:

- ❖ Amplia oportunidad de mercado
- ❖ Manejo del negocio
- ❖ Dar a conocer nuestros productos (publicidad)

- ❖ Mercado en línea
- ❖ Apoyo gubernamental
- ❖ Mercado amplio no explorado
- ❖ Mercado regional e internacional

Debilidades:

- ❖ Falta de publicidad
- ❖ Mala administración
- ❖ servicio al cliente
- ❖ personal poco capacitado
- ❖ falta de constitución legal

Amenazas:

- ❖ Aparición de nueva competencia
- ❖ Mala administración

2.7 Estrategias

- La creación de un paquete publicitario dirigido por el empresario, mediante: Cupones, certificados que se traducen en ahorros para el comprador de determinados productos.
- Paquetes promocionales (o descuentos): Precios rebajados directamente por la empresa.

- El crecimiento en las ventas se puede medir en los estados financieros trimestrales.

3. **Personal.** En este apartado se muestra las actividades y obligaciones del personal que va a laborar en la empresa.

3.1 Descripción del puesto.

✚ Gerente general:

- Coordina y dirige todas las operaciones de la empresa.
- Selecciona y negocia con los proveedores.
- Certifica la asignación de créditos a clientes.
- Determina plazos y tipo de mercancía que se puede entregar a crédito.
- Cuida y vigila el manejo Administrativo, y financiero en general de la empresa.
- Estipula los precios de venta de la mercancía.
- Se encarga personalmente de la consecución de los grandes clientes y negocia los porcentajes de venta.
- Realiza la selección de personal y la contratación de los mismos.
- Ejecuta el proceso de asignación de créditos a clientes.
- Controla inventarios
- Recauda cartera.
- Realizar la contabilidad
- Las declaraciones de impuestos

Deberá Capacitarse permanentemente en servicio al cliente y mercadeo

✚ Mercadeo y ventas: dependen orgánicamente de la gerencia.

Funciones:

- recibe y cobra dinero por los productos vendidos. Al final del día se encarga de realizar el consolidado de caja en el cual figuran todos los ingresos del día.
- Establecer un primer contacto con el cliente.
- Administra su territorio o zona de ventas.
- Coadyuvan en el control de inventarios
- Establecer un nexo entre el cliente y la empresa.
- Recaudo de cartera
- Negocia condiciones de venta

Deberá Capacitarse permanentemente en servicio al cliente y mercadeo.

4. Mercado

4.1 Análisis de mercado

El consumo de miel y todos sus derivados, desgraciadamente al no conocer los beneficios que traen no se consideran tan importante por las personas, y por este motivo no acostumbran a introducirlos en su dieta diaria, por eso el consumo de los distintos productos se refleja solamente

en algunas temporadas del año. Las mieles son utilizadas con más frecuencia en las temporadas de frío, es decir de los meses de octubre a abril, después baja notoriamente su consumo en la población. El polen al contrario aumenta su consumo en las temporadas de calor donde se vienen más las alergias. Los demás productos son utilizados ocasionalmente en todo el año.

4.2 Competencia.

En Nogales se encuentran distribuidores los cuales se dedican a la venta de miel, de igual manera hay establecimientos dedicados a la venta de productos naturales, ellos serían nuestros competidores.

4.3 Mercado meta.

Se define como mercado meta a la clase media, media baja y baja de nogales, en si el público en general, ya que nuestros precios son accesibles para cualquier persona, porque el objetivo es dar al cliente la mejor atención y un producto de calidad.

4.4 Clientes.

La empresa cuenta con un base de clientes que varían desde tiendas de abarrotes hasta mercados grandes, pero en si la base de clientes será el público en general, ya que cualquier persona puede degustar de alguno de los productos.

4.5 Producto

Los productos que ofrece la empresa van enfocados principalmente a que la gente tenga una vida saludable y nutritiva, teniendo en cuenta teniendo

en cuenta que exista un equilibrio entre costo y ganancia. “productos naturales” contara con diversidad de presentaciones en algunos productos, se ofrecerá la miel de abeja, miel de maguey y miel de agave en presentaciones de 1kg, ½ kg, ¼ kg esto acorde lo prefiera el cliente, de igual manera será el polen, la jalea real contara con 3 presentaciones 50 gramos, 20 gramos y 10 gramos. Los demás productos solo cuentan con una presentación; también se ofrecerán paquetes, combos adaptándose a las necesidades del cliente.

4.6 Investigación de mercado

4.6.1 **Objetivo.** “productos naturales” es una empresa dedicada a ofrecer suplementos alimenticios y pretende aumentar sus ventas, es por ello la importancia de este estudio.

4.6.2 **Justificación.** Se realiza la investigación para obtener información sobre las necesidades del consumidor en cuanto a los productos que ofrecemos y la frecuencia con la que adquieren el producto.

4.6.3 **Hipótesis.** Se espera que los consumidores reales y potenciales prefieran el producto para satisfacer sus necesidades.

4.6.4 **Fuentes de información.** consistirá en recabar información directa a través de encuestas y otros medios que apliquen a la investigación.

4.6.5 **Métodos de recopilación de datos.** Las técnicas a utilizar para la recaudación de datos serán:

- Cuestionario; el cual es un esquema formalizado para recopilar información y medir los gustos y preferencias del encuestado.

- Observación; aquí se define a quién deber observarse, qué es lo que debe observarse y cuándo debe hacerse dicha observación.

4.6.6 Fundamentos del muestreo.

La población a considerar serán los habitantes de la ciudad de Nogales, Sonora, que según datos del INEGI son 212,533 habitantes. Se consideró la siguiente fórmula para determinar la muestra de la población a investigar:

$$n = \frac{N^2 \sigma^2 Z^2}{(N-1)e^2 + \sigma^2 Z^2} = 120$$

n= tamaño de la muestra

N= tamaño de la población

σ = desviación estándar (0.5)

Z= valor de confianza 95% (1.96)

e= limite aceptable de error (0.09)

4.7 Publicidad. La publicidad que se utilizara como estrategia de mercado serán:

- Radio
- Espectaculares
- Internet (página web, redes sociales)
- Volantes

Esto con la finalidad de dar a conocer el negocio y los productos que se ofrecen al mercado.

5. Producción y servicios

5.1 Especificaciones del producto. En este apartado se describen cada uno de los productos con los que cuenta la empresa.

- Miel de abeja: La miel es un producto totalmente natural, procedente del néctar de las flores, es uno de los alimentos más puros, naturales, y saludables que podemos encontrar. es rica en Vitamina A, B, y C, así como en minerales.
- Polen: El polen de abejas es un pequeño tesoro alimenticio del que cada vez se descubren más sustancias nutritivas. Su compleja composición contiene valiosas enzimas, vitaminas y minerales que hacen de él un complemento ideal para reforzar el sistema inmunológico.
- Jalea real: La Jalea Real es el alimento más concentrado de la naturaleza, por su equilibrado conjunto de vitaminas, minerales y elementos vitales imponderables, juega un rol decisivo en los procesos de restitución celular. No necesita de la digestión, es totalmente asimilable y pasa directamente a la sangre para enriquecer los tejidos de reposición y de crecimiento.
- Propóleos: El propóleos está compuesto de Resinas, Ceras, Flavonoides, Sales minerales, Aceite esencial y cientos de compuestos.
- Miel con propóleos: es ideal para la tos, asma, problemas respiratorios y garganta irritada.

- Miel de agave: es bajo en calorías, contiene inulina y lo pueden consumir también personas con diabetes. Disminuye los niveles de colesterol y triglicéridos.
- Miel de maguey: eficaz para el asma, tos y bronquitis además que ayuda a mejorar la flora intestinal si tienes problemas de digestión o gastritis.
- Naturactiva: complemento nutricional reconstituye, fortalece y nutre notablemente al organismo. Contiene miel de abeja, ginkgo biloba, ginseng, garañona, moringa, maca, damiana de california.
- Colmenectar: excelente energético, ya que contiene miel de abeja, jalea real polen y propóleos, es un complemento alimenticio multivitamínico.
- Jarabe colmetox: eficaz para la tos, gripa y asma contiene3 extracto de eucalipto, propóleos, gordolobo, mila, poleo regaliz, bugambilia, palo mulato, guaje, vitamina c y miel de abeja.
- Extracto de propóleos: es una resina de origen apícola catalogado como un antibiótico natural.
- Propóleos con caléndula: auxiliar en los casos de colitis, gastritis, aftas bucales, inflamación estomacal, laringitis, heridas raspones, ayuda a la rápida cicatrización.
- Chochito verde: caramelo macizo compuesto por extractos de tila, pasiflora, valeriana, flor de azahar y hierba de san juan.

- Chochito negro: caramelo macizo compuesto por miel de abeja y extracto de propóleos.
- Chochito amarillo: caramelo macizo compuesto de eucalipto, miel, gordolobo, sauco, bugambilia y mentol.
- Tila estrés: extracto fluido de tila, valeriana, pasiflora flor de azahar, hierva de san juan y tumba vaquero.
- Paleta de miel con eucalipto: eficaz en el tratamiento de la tos y de enfermedades de las vías respiratorias.
- Paleta miel con propóleos: ideales para la garganta seca e irritación
- Paleta miel con almendra: dulce y efectiva forma de consumir miel y disfrutar de los beneficios de la almendra.
- Crema de jalea real: elaborada con jalea real, previene arrugas prematuras, garantiza a la piel protección e hidratación volviéndola suave y tersa.
- shampoo de miel de abeja: ayuda al cabello débil, fortalece el cuero cabelludo dándole brillo al cabello.
- Shampoo de jalea real: ayuda al cabello débil, fortalece el cuero cabelludo dándole brillo al cabello.
- Shampoo de polen: ideal para el cabello teñido y maltratado. Humecta el cuero cabelludo nutriendo y reparando desde la raíz dando brillo y suavidad.
- Pomada de veneno de abeja: propio para dolores musculares, reumas, artritis, golpes e hinchazones.

- Granolmiel: contiene pasas, cacahuete, almendra, coco, amaranto, ajonjolí, nuez de la india y avena tostada y endulzada con miel de abeja.
- Palanquetas: trozo de amaranto con cacahuete prensados y endulzados con miel de abeja.

5.2 materia prima y proveedores.

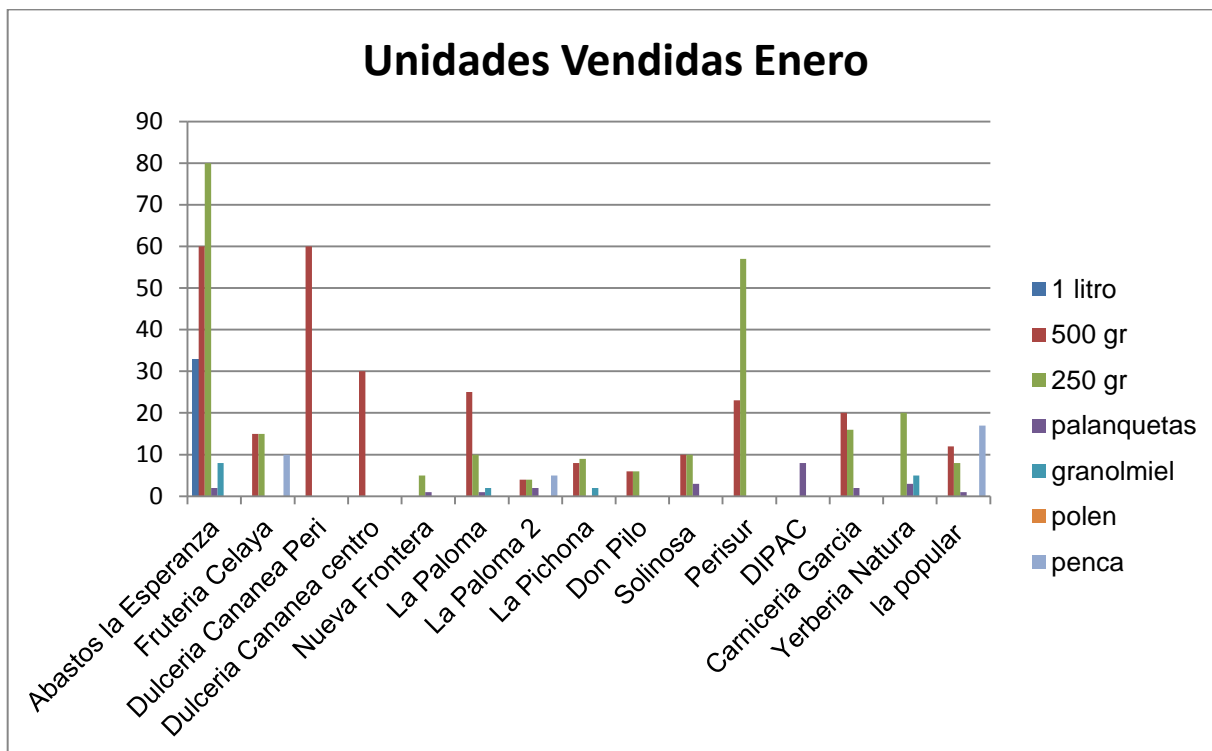
Producto	Precio unitario	Costo paquetería
Miel de abeja	\$410 cubeta 20 kg.	\$130
Miel de agave	\$1350 cubeta 20 kg	\$130
Miel de maguey	\$650 cubeta 20 kg.	\$130
Jalea real	\$65 frasco 50gr.	\$16
Jalea real	\$30 frasco 20 gr.	\$14
Jalea real	\$16 frasco 10 gr.	\$8
naturactiva	\$65	\$12
Propóleos con caléndula	\$ 25	\$9
Polen	\$120 por kg	\$32
colmenectar	\$ 65	\$12
Extracto de propóleos	\$ 25	\$9
Miel con propóleos	\$15	\$8
Jarabe colmetox	\$30	\$8

chochitos	\$45 por kilo	\$19
Crema jalea real	\$35	\$5
palanquetas	\$35	10
granolmiel	\$30	\$4.5
shampoos	\$30	\$15
Tila estrés	\$12	\$5
paletas	\$ 25 paquete 20 piezas	\$20
Miel en penca	\$150 bastidor	\$56

Proveedor	Productos	Forma pago	Tiempo entrega	Transporte
Proveedor B	Granolmiel	efectivo	3-5 días	Terrestre
Proveedor C	Envases	efectivo	Inmediato	Terrestre
Dulcería cananea	Envase	efectivo	Inmediato	Terrestre
Proveedor A	Todos productos	efectivo	3-5 días	terrestre
TAP	Paquetería	efectivo		
Transportes castores	Paquetería	Efectivo		

6. finanzas.

La siguiente tabla muestra las ventas a su cartera de cliente por unidades del mes de enero de la empresa “productos naturales”.



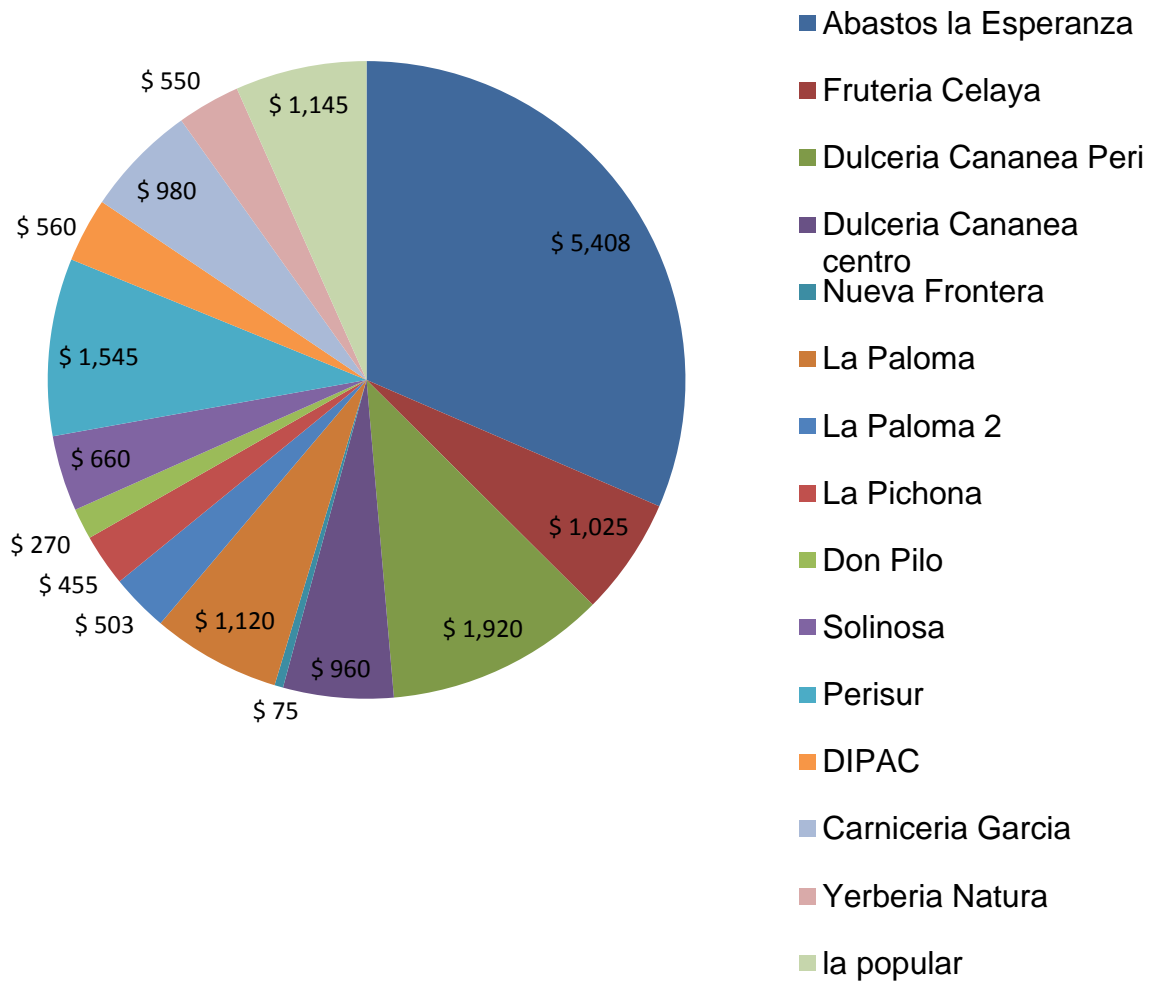
En esta tabla se muestra el total de lo vendido por la empresa “productos naturales” a su cartera de clientes en el mes de enero.

Abastos la Esperanza	\$ 5.408
Frutería Celaya	\$ 1.025
Dulcería Cananea Periférico	\$ 1.920
Dulcería Cananea centro	\$ 960

Nueva Frontera	\$ 75
La Paloma	\$ 1.120
La Paloma 2	\$ 503
La Pichona	\$ 455
Don Pilo	\$ 270
Solinoso	\$ 660
Peri sur	\$ 1.545
DIPAC	\$ 560
Carnicería García	\$ 980
Yerberia Natura	\$ 550
la popular	\$ 1.145
Total	\$ 17.176

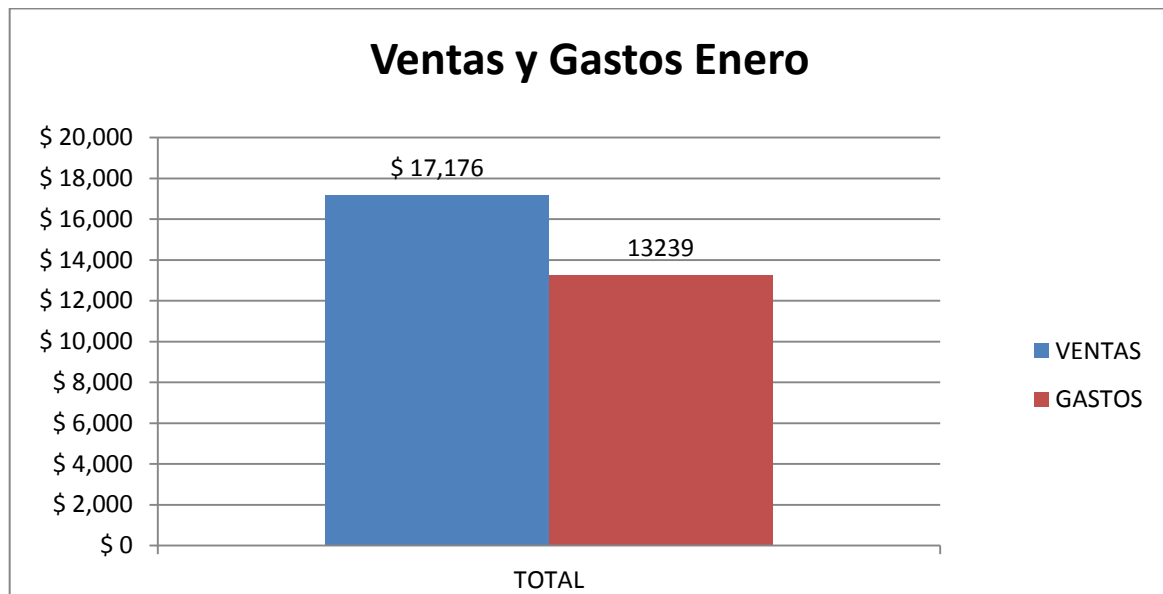
La siguiente grafica nos muestra el total de efectivo generado por las ventas de cada cliente de la empresa “productos naturales”

Ventas en \$ de Enero



La tabla nos muestra los gasto en los que incurrió la empresa “productos naturales” en el mes de enero.

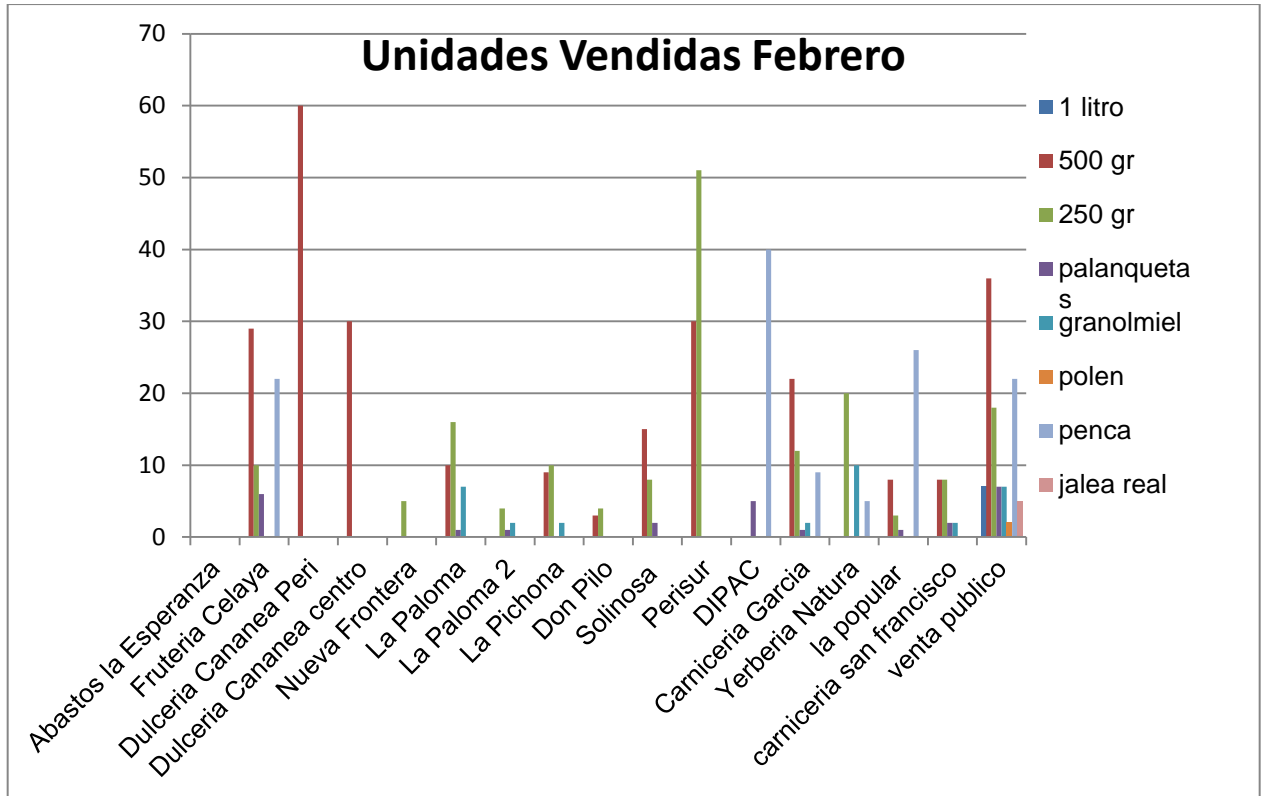
GASTOS ENERO	
MERCANCIA	\$9400
ENVASES	\$580
TRANSPORTE	\$3259
TOTAL	\$13239



En la tabla anterior se muestran las ventas y gastos del mes de enero, de la operación de la empresa productos naturales, en esta se puede observar la diferencia de ventas contra gastos, por lo cual se deduce que en el mes de enero hay una ganancia de \$3937 pesos.

Ventas del mes de febrero

La siguiente grafica muestra las unidades vendidas a cada cliente de la empresa “productos naturales”

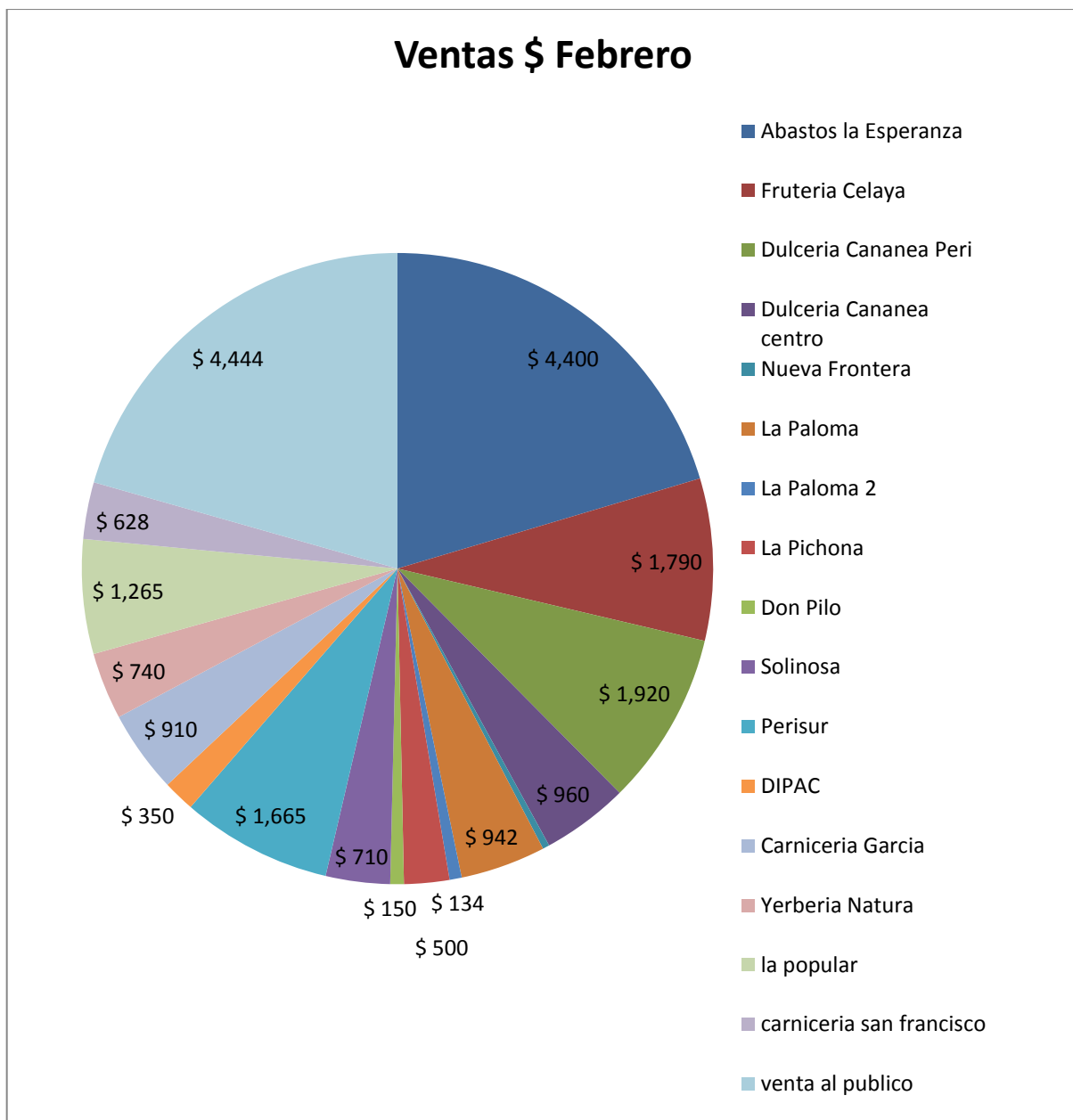


En esta grafica se muestra el total de lo vendido por la empresa “productos naturales” a su cartera de clientes en el mes de febrero, sin incluir lo vendido en abastos la esperanza por falta de información concreta sobre cada producto vendido

Nombre comercio	Total
Abastos la Esperanza	\$ 4.400
Frutería Celaya	\$ 1.790
Dulcería Cananea Peri	\$ 1.920
Dulcería Cananea centro	\$ 960
Nueva Frontera	\$ 75
La Paloma	\$ 942
La Paloma 2	\$ 134
La Pichona	\$ 500
Don Pilo	\$ 150
Solinosa	\$ 710
Peri sur	\$ 1.665
DIPAC	\$ 350
Carnicería García	\$ 910
Yerberia Natura	\$ 740
la popular	\$ 1.265
carnicería san francisco	\$ 628
venta al publico	\$ 4.444
total	\$21573

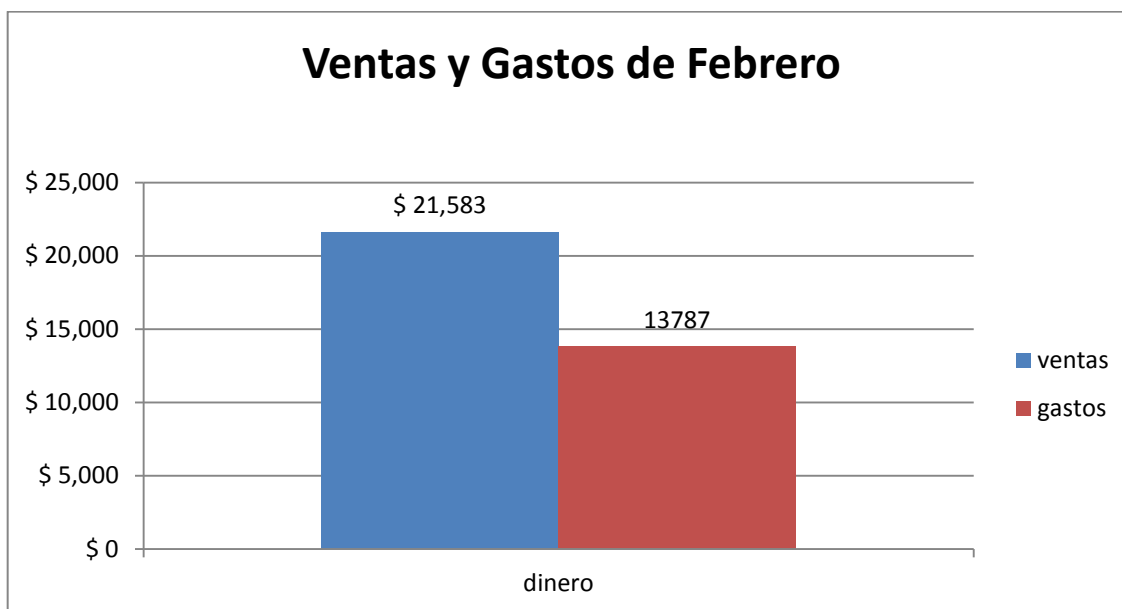
En la tabla anterior se muestran lo vendido a cada cliente en el mes de febrero.

La siguiente grafica nos muestra el total de efectivo generado por las ventas de cada cliente de la empresa “productos naturales” en el mes de febrero.

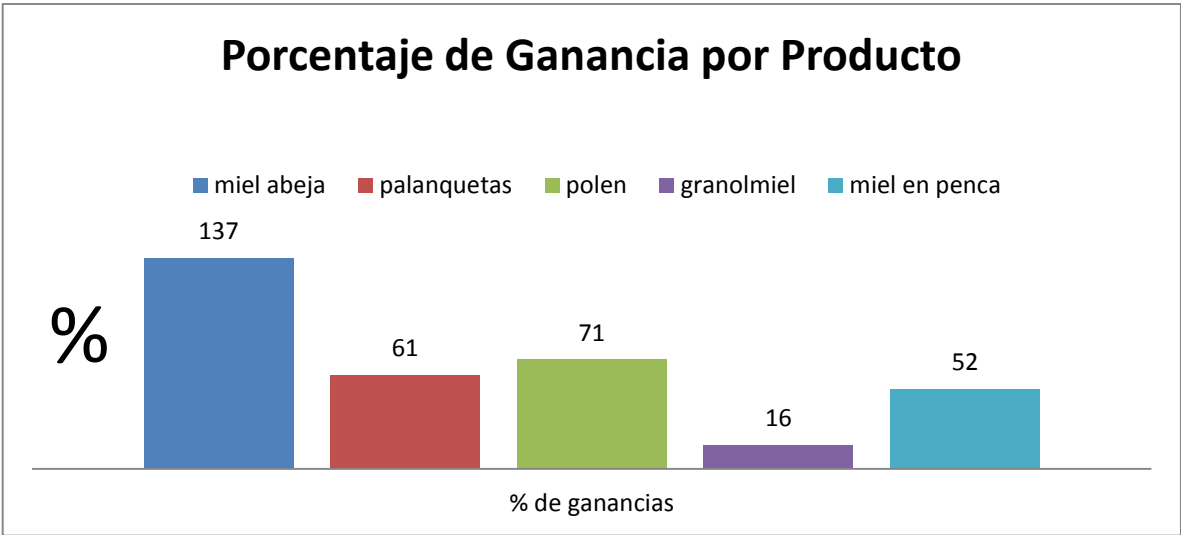


La tabla nos muestra los gasto en los que incurrió la empresa “productos naturales” en el mes de febrero.

Gastos febrero	
Mercancía	\$11000
Transporte	\$1670
Envases	\$1117
Total	\$13787



En la tabla anterior se muestran las ventas y gastos del mes de febrero, de la operación de la empresa productos naturales, en esta se puede observar la diferencia de ventas contra gastos, por lo cual se deduce que en el mes de febrero hay una ganancia de \$7796 pesos.



La grafica anterior nos muestra el porcentaje de ganancia de cada producto, cabe mencionar que los productos expuestos en la gráfica son los que vende más frecuentemente la empresa.

Conclusiones

La realización del plan de negocios resulto ser una herramienta de mucha utilidad para el proyecto, ya que ayudo a determinar las debilidades y fortalezas dl proyecto, abriendo campo para las consideraciones con la finalidad de que el negocio se pueda desarrollar de una manera mucho más apropiada y eficiente.

A lo largo del trabajo se pudo observar cuán importante es la planeación en los negocios, ya que existen aspectos que en muchas ocasiones no se tomarían en cuenta por no ser considerados de importancia, sin embargo contando con el plan de negocios estructurado, se puede ir definiendo con más detalle la actividad de la empresa, lo cual al final permitirá que este tenga más posibilidad de ser exitoso.

En busca de hacer crecer la empresa se ha ido consolidando poco a poco acudiendo primeramente a solicitar información sobre financiamientos donde se obtuvo que primeramente se tenía que registrar ante hacienda para poder obtener los beneficios otorgados por el gobierno, de esta manera se acudió a registrar la empresa formalmente, una vez hecho esto te ofrecen entrar al programa de crezcamos juntos donde obtienes beneficios en varias instituciones con descuentos. Y con la oportunidad de entrar a un programa de incubadoras de negocios donde se te apoya con un financiamiento de hasta el 80% de lo requerido en tu proyecto, de esta manera se ha inscrito en el programa de incubadoras para poder obtener ese apoyo y poder lograr que la empresa mejore.

Anexos

1. Tentativa imagen de la marca del negocio



2. Posibles Etiquetas del producto envasado



3. Propuesta de espectaculares



4. Imagen de exhibidor en tienda



Imagen del producto exhibido en establecimiento



Bibliografía

- http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/06/06_3164.pdf
- <http://Dialnet.unirioja.es>
- Garzon, C. G. (05 de 12 de 2013). *mundo ejecutivo express.mx*. Obtenido de <http://mundoejecutivoexpress.mx/negocios/2014/05/12/33-empresas-familiares-sobreviven-segunda-generacion>
- Varela, R. (2001). *Innovacion empresarial: arte y ciencia de la creacion de empresas*. Bogota: Pentice Hall.
- http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/laex/loranca_r_ra/capitulo_3.pdf
- http://www.smo.edu.mx/colegiados/apoyos/marco_teorico.pdf
- Greg Balanko, D. (2007). *Como preparar un plan de negocios exitoso*.
- <http://www.inegi.org.mx>. (s.f.). Obtenido de <http://www.inegi.org.mx/inegi/contenidos/espanol/prensa/Contenidos/estadisticas/2013/poblacion26.pdf>
- Jack, F. (2000). *Negocios exitosos*. Mc Graw Hill.
- lambing P., K. C. (1998). *empresarios pequeños y medianos*.
- Llongenecker, J. (2000).
- http://tesis.ipn.mx:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/5888/1372_Escuela%20Superior%20de%20Turismo%20%28EST%29tesis_Febrero_2010_1206830491.pdf?sequence=1