



UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO
UNIDAD ACADÉMICA COZUMEL
DIVISIÓN DE DESARROLLO SUSTENTABLE
LICENCIATURA EN SISTEMAS COMERCIALES

PLAN DE NEGOCIOS “ELOTITOS MIX”

PLAN DE NEGOCIOS

Que para optar por el Título de:

LICENCIADO EN SISTEMAS COMERCIALES



PRESENTA:

Brisa Natali Tax Tinal
14-17586



Integrantes del Comité de supervisión:

MC. María de Jesús Moo Canul
Directora

Mtra. María de Lourdes Moo Canul
Supervisor

MEAP. Carlos A. Estrella Carrillo
Supervisor

Septiembre 2020

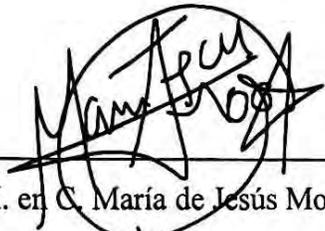
UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO

Plan de negocios elaborado bajo la supervisión del Comité de Asesoría y
aprobado para obtener el grado de:

LICENCIADO EN SISTEMAS COMERCIALES

COMITÉ

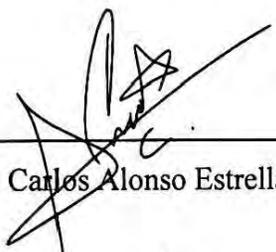
Directora:


M. en C. María de Jesús Moo Canul

Supervisor:


Mtra. María de Lourdes Moo Canul

Supervisor:


M.E.A.P. Carlos Alonso Estrella Carrillo



Cozumel, septiembre 2020



UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO

Cozumel, Quintana Roo a 25 de septiembre del 2020

Motivo: **Carta de cesión de derechos.**

Por medio de la presente yo, **BRISA NATALI TAX TINAL** egresada de la licenciatura en Sistemas Comerciales, otorgo el permiso a la **UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO** para reproducir y distribuir de forma institucionalizada, copias de forma completa o en partes del documento de plan de negocios que lleva por título **PLAN DE NEGOCIOS “ELOTITOS MIX”**

A handwritten signature in black ink, consisting of stylized letters and a horizontal line extending to the right.

Br. Brisa Natali Tax Tinal

14-17586



UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO

Cozumel, Quintana Roo a 25 de septiembre del 2020

Motivo: **Declaración de autoría.**

Por este medio, se declara que el plan de negocios, que lleva por título **PLAN DE NEGOCIOS “ELOTITOS MIX”** es de autoría propia, usando exclusivamente los recursos y literatura presentada las cuales están debidamente incluidas en la sección de referencias del trabajo. Asimismo, se declara que es una obra original e inédita y su contenido no infringe los derechos de autor, de propiedad intelectual o cualquier otro derecho de terceros.

Se exime a la **UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO** de cualquier obligación o acción legal que se pueda suscitar derivada de la autoría de esta obra.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Brisa Natali Tax Tinal', written over a horizontal line.

Br. Brisa Natali Tax Tinal

14-17586

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'María de Jesús Moo Canul', written over a horizontal line.

M.C. María de Jesús Moo Canul.

Directora del plan de negocios.

ÍNDICE DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	9
Justificación	10
Metodología	10
Breve descripción del contenido	11
CAPITULO I. PROYECTO Y OBJETIVOS.....	13
I.1 Descripción de la empresa	13
1.2 Objetivo general.....	14
1.3 Objetivos específicos	14
CAPÍTULO II. SECTOR, PRODUCTO Y MERCADO	16
2.1 Situación actual del sector	16
2.2 Especificaciones técnicas del producto o servicio	18
2.3 Estudio de mercado	21
2.3.1 Análisis y caracterización de la demanda del producto/ servicio	22
2.3.2 Investigación de mercado	26
CAPÍTULO III. COMPETITIVIDAD	39
CAPÍTULO IV. PLAN DE MARKETING	40
4.1 Estrategias competitivas del producto	40
4.2 Canales de comercialización y distribución de productos	41
4.3 Estrategias de precios	43
4.4 Estrategias de promoción	45
4.5 Estrategias de relaciones públicas	48
CAPÍTULO V. PLAN DE VENTAS	49
5.1 Estrategias de venta personal	49
5.2 Promoción de ventas	50
CAPÍTULO VI. PROCESO OPERATIVO	52
6.1 Descripción del proceso de producción	52
6.2 Diagrama de flujo del proceso	52
CAPÍTULO VII. ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS	54
7.1 Organigrama general de la empresa	54
7.2 Funciones básicas del personal.....	55

CAPÍTULO VIII. ASPECTOS LEGALES Y SOCIETARIOS	63
8.1 Marco legal del emprendimiento.....	63
8.2 Formatos y permisos para el lanzamiento del emprendimiento	65
CAPÍTULO IX. ESTABLECIMIENTO, LANZAMIENTO E INVERSIONES.....	69
9.1 Establecimiento.....	69
9.1.1 Macrolización	69
9.1.2 Microlocalización	71
9.2. Lanzamiento e inversiones	75
CAPÍTULO X. RESULTADOS PREVISTOS	84
10.1 Estado de resultados	84
10.2 Balance General	85
10.3 Razones financieras	86
CAPÍTULO XI. PLAN DE FINANCIAMIENTO	88
CAPÍTULO XII. PROPUESTA ESPECÍFICA DEL PRODUCTO	91
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	95
REFERENCIAS	97
ANEXOS.....	101

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Principales países consumidores de maíz.....	17
Ilustración 2. Productos elaborados con maíz.....	18
Ilustración 3. Análisis FODA.....	38
Ilustración 4. Presentación del elote.....	41
Ilustración 5. Mapa de localización.....	42
Ilustración 6. Canal de distribución.....	42
Ilustración 7. Croquis de la empresa.	43
Ilustración 8. Fijación de precios basada en costos.	44
Ilustración 9. Página de Facebook	47
Ilustración 10. Otras publicaciones.....	47
Ilustración 11. Promoción 2 X 1.....	50

Ilustración 12. Diagrama e flujo de procesos.	53
Ilustración 13. Organigrama de la empresa.	54
Ilustración 14. Consulta de marca	66
Ilustración 15. Mapa del Estado de Quintana Roo.	70
Ilustración 16. Croquis completo de las instalaciones del establecimiento.	72
Ilustración 17. Ángulos del local de esquina a esquina.	73
Ilustración 18. Lateral del área de la caja del local.	73
Ilustración 19. Imagen interior de la cocina.	74
Ilustración 20. Interior del baño	74
Ilustración 21. Pasillo que da al baño.	75
Ilustración 22. Empaque.	91
Ilustración 23. Elote con papas fritas.	92
Ilustración 24. Logo.	93

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Establecimientos de venta de elotes.	24
Tabla 2. Posibles productos sustitutos	25
Tabla 3. Estructura del cuestionario	29
Tabla 4. Pregunta demográfica: sexo.	30
Tabla 5. Pregunta demográfica: nivel académico y edad.	30
Tabla 6. ¿Le gusta el elote?	31
Tabla 7. ¿Con qué frecuencia consume esta verdura?	31
Tabla 8. ¿Sabías que el elote aporta hidratos de carbono en vitaminas A, B y C?	32
Tabla 9. Tabla cruzada de modos de consumo y escolaridad	32
Tabla 10. ¿Le gustaría que los elotes sean preparados con una orientación diferente?	33
Tabla 11. ¿Le gustaría probar los elotes con papas fritas?	33
Tabla 12. ¿Por qué medio compraría este producto?	34
Tabla 13. ¿Cuál es el precio que le pondrías a este producto?	34
Tabla 14. ¿En qué recipiente le gustaría que sea presentado?	35
Tabla 15. ¿Le gustaría que se realizaran promociones en fechas especiales?	35

Tabla 16. ¿Qué tipo de promoción le gustaría recibir?	36
Tabla 17. ¿Qué factores influyen en usted para incentivar la compra?	36
Tabla 18. Elementos y precios.	45
Tabla 19. Descripción de las funciones del gerente general.....	55
Tabla 20. Descripción del perfil del puesto de gerente general.	55
Tabla 21. Descripción de las funciones del contador.	56
Tabla 22. Descripción del perfil del puesto de contador.....	57
Tabla 23. Descripción de las funciones del publicista.	57
Tabla 24. Descripción del perfil del puesto de publicista.....	58
Tabla 25. Descripción de las funciones del encargado de compras.	59
Tabla 26. Descripción del perfil del encargado de compras.....	59
Tabla 27. Descripción de las funciones del encargado de producción.	60
Tabla 28. Descripción del perfil del puesto de producción.	61
Tabla 29. Descripción de las funciones de la cajera.	61
Tabla 30. Descripción del perfil del puesto de la cajera.....	62
Tabla 31. Presupuesto costos de producción materia prima	77
Tabla 32. Programa de producción maquinaria y equipo.....	78
Tabla 33. Programa de producción mobiliario de oficina	78
Tabla 34. Licencias de funcionamiento	79
Tabla 35. Gastos de administración	79
Tabla 36. Ventas por año	79
Tabla 37. Datos para el cálculo de la VAN y TIR	80
Tabla 38. Cálculo Flujo efectivo neto	81
Tabla 39. Cálculo del estimador VAN y TIR.....	81
Tabla 40. Cálculo del reembolso a valor nominal.....	82
Tabla 41. Estado de resultados del 01 de enero al 31 de diciembre de 2020	84
Tabla 42. Balance general del primer año, en miles de pesos.....	85
Tabla 43. Razones financieras.....	87
Tabla 44. Características del crédito	88
Tabla 45. Requisitos del crédito.	89

Resumen ejecutivo

El presente trabajo pretende mostrar el desarrollo de un plan de negocio denominado “Elotitos Mix”, una micro empresa cozumeleña orientada a producir elotes espolvoreados con papas fritas. La idea surgió como un proyecto personal donde se realizó una primera prueba en la cual se lograron vender 30 elotes en 3 horas durante un fin de semana, la respuesta que dio a través de las redes sociales fue bastante favorable lo que hizo identificar que esta idea de negocio podría resultar viable en el mercado, ya que la mayoría de la población conoce esta hortaliza y la consume, por lo que el desarrollo del presente trabajo está elaborado para analizar la viabilidad ante la apertura de un establecimiento, poniendo al alcance de los consumidores una presentación creativa del elote manteniendo su sabor original pero al mismo tiempo creando una consistencia de sabor diferente a lo ya acostumbrado. El proyecto está compuesto por el estudio de diferentes áreas que permitirán determinar la viabilidad del presente, para ello se determinó el público objetivo al cual ira dirigido, un estudio de mercado mismo que derivo la implementación de la mezcla de mercadotecnia, los requerimientos legales para su operación, así como el tamaño óptimo de la planta y la proyección un estudio financiero que determino cuanto de inversión inicial es requerida para la apertura de la empresa, entre otros aspectos necesarios para su desarrollo. Dado que el producto que se planea poner a la venta es fácil de imitar no resultaría acertada una estrategia competitiva basada en costos bajos, por lo cual la estrategia a implementar será aquella basada en la diferenciación a través del servicio por lo que se ha considerado acoplar un espacio que sea confortable donde pueda disfrutarse o esperar el producto y por supuesto brindar un servicio amable y de calidad, buscando ofrecer también nuevas presentaciones que llenen las expectativas de los consumidores y marquen la diferencia ante la posible competencia.

INTRODUCCIÓN

Justificación

El presente proyecto de inversión está orientado a la elaboración de un producto para satisfacer el antojo, consta de preparar elotes enteros añadiendo ingredientes adicionales espolvoreados con papas fritas, ya que actualmente no hay establecido un local que se dedique a la venta de dicho producto. El presente trabajo integra temas de mercado, estructura organizacional, condiciones legales y evaluación financiera y de inversión, que servirán para analizar la viabilidad y factibilidad del proyecto, así como la posible aceptación que tendría en el mercado.

Cabe destacar que en la actualidad la forma de consumir el maíz o elote ha variado según la preferencia de cada persona y uno de los productos que se destacan en la isla de Cozumel son los famosos esquites conocidos ya por una gran cantidad de personas, esto se ha hecho notorio por la gran cantidad de imágenes que circulan de este producto en las redes sociales o a simple vista al ir un domingo de paseo por el malecón y ver a personas degustando de un elote, esquite o producto similar.

Por lo que la constitución de la empresa Elotitos mix trae consigo una nueva presentación del elote natural con una combinación de ingredientes que crean una nueva consistencia de sabor para deleitar a los amantes de esta hortaliza.

Metodología

A continuación se detalla la metodología a utilizar para la realización del siguiente proyecto, integrada por fuentes secundarias que nos permitirá extraer información elaborada de datos estadísticos e informativos, así como fuentes primarias que nos ayudaran a obtener información directamente de los posibles consumidores para determinar la posible conducta y preferencia, y así analizar la viabilidad de establecer un local de venta de elotes en la isla de Cozumel.

Métodos de recolección de datos

Documental

- ✓ Se consultaron páginas y fuentes oficiales de gobierno, como cámaras, institutos, escuelas, secretarías, etc. Esto para tener información concreta y avalada por este tipo de organismo de la república.
- ✓ Se obtuvo información elaborada en diferentes páginas y sitios de internet como blogs, bibliografías, libros, revistas, foros, etc.
- ✓ Se consultaron páginas gubernamentales, jurídicas y legislativas para los aspectos legales.
- ✓ Se redactó y elaboro apartados de auditoría propia, con base a los temas enseñados en el transcurso de la carrera.

Encuesta

- ✓ Este método nos permitió el contacto directo con el objeto de estudio (posibles consumidores).

Breve descripción del contenido

El presente proyecto de inversión está elaborado de acuerdo al mercado de referencia que consiste en presentar una idea de negocio que pueda ser aplicable en la isla de Cozumel, considerado que en la actualidad este tipo de productos como son los (esquites, marquesitas, churros, papas, helados, machacados, etc.) son consumidos regularmente por los jóvenes, adultos y niños para satisfacer un momento de antojo. Por lo que se planea crear una nueva presentación del elote entero añadiendo ingredientes que marquen la diferencia ante este grupo de alimentos y sobre todo a un precio accesible que esté al alcance de todo aquel que desee consentirse un rato. Se presenta como una idea original ya que actualmente no hay establecimiento que se diga a vender un producto igual en la zona, una de las ventajas que es que el elote ya es un producto que se consume regularmente por los cozumeleños, el mercado objetivo al que el proyecto pretende penetrar es

a los jóvenes estudiantes ya que son personas dispuestas a probar algo nuevo, para ello se abarcaran cinco apartados que constan de presentar la situación actual del sector, las ventajas competitivas del producto, un estudio de mercado para analizar la demanda, el tamaño del mercado potencial, la oferta existente, la presentación de un análisis FODA con la finalidad de crear estrategias de posicionamiento, determinar el tamaño óptimo de la planta así como los requerimientos legales para su operación, el desarrollo de un estudio financiero para determinar las necesidades de inversión, así como las futuras proyecciones económicas con el objetivo de analizar todos los aspectos posibles para llevar a cabo el proyecto y su crecimiento en un futuro.

CAPITULO I. PROYECTO Y OBJETIVOS

I.1 Descripción de la empresa

Elotitos mix es una micro empresa que busca satisfacer una necesidad fisiológica o básica, que cubra el deseo de alimentación a través de un antojo, que consiste en la preparación de elotes combinados con papas fritas y otros ingredientes adicionales, la idea del negocio es ofrecer al mercado local de la isla de Cozumel una nueva manera de disfrutar el consumo del elote. Esta idea surgió a través de una prueba que se hizo, donde se lograron vender 30 elotes en tres horas durante un fin de semana, la respuesta que dio a través de las redes sociales fue bastante favorable, lo que hizo identificar que esta idea de negocio podría resultar de manera efectiva en el mercado, ofreciendo al mismo tiempo un espacio cómodo para su consumo, ya que actualmente se encuentra realizando ventas a través de redes sociales con servicio a domicilio. Es importante destacar que en la isla de Cozumel no hay ningún lugar establecido que venda este producto, sin embargo, sí hay establecimientos que ofrecen productos similares. Por lo que se pretende ofrecer una presentación con una consistencia de sabor diferente, lo que podría generar una ventaja competitiva en el mercado. Por lo tanto, para la empresa propuesta se diseñó su misión, visión, metas y objetivos del plan de negocio.

La misión que se diseñó para este negocio es:

Satisfacer el antojo de nuestros compradores, consumidores y clientes de una manera original y a la vez ofrecer un producto rico, marcando la diferencia ante los productos similares que existen en la isla de Cozumel mediante la calidad del servicio.

En cuanto a la visión para el negocio es:

Ser un establecimiento reconocido en la isla de Cozumel, cuidando la calidad e higiene de cada uno de nuestros ingredientes y así mismo posicionarnos en la mente de los consumidores y sobre todo mantener a nuestros clientes contentos, para así lograr que las ventas vayan en aumento y la empresa vaya creciendo.

Para las metas se han visualizado a corto y largo plazo.

A corto plazo:

- Establecerse como un negocio reconocido en la isla de Cozumel.
- Desarrollar la innovación del producto, creando nuevas formas de presentación y fácil utilización.
- Llegar a las ventas establecidas.
- Generar confianza y fidelización de los clientes.

A largo plazo:

- Pagar el financiamiento deudas de la inversión inicial.
- Invertir en carritos rodantes para aumentar las ventas.

Para la elaboración del plan de negocios, se establecen los siguientes objetivos.

1.2 Objetivo general

Desarrollar un proyecto de inversión enfocado en la elaboración de elotes con papas fritas, en el que se puede determinar la viabilidad ante la apertura de un establecimiento en la isla de Cozumel.

1.3 Objetivos específicos

- Analizar el mercado al que será dirigido el producto.
- Llevar a cabo la mezcla de mercadotecnia para su posicionamiento en el mercado.

- Realizar un estudio técnico y operativo de la empresa.
- Diseñar las especificaciones del producto.
- Evaluar las proyecciones financieras.

CAPÍTULO II. SECTOR, PRODUCTO Y MERCADO

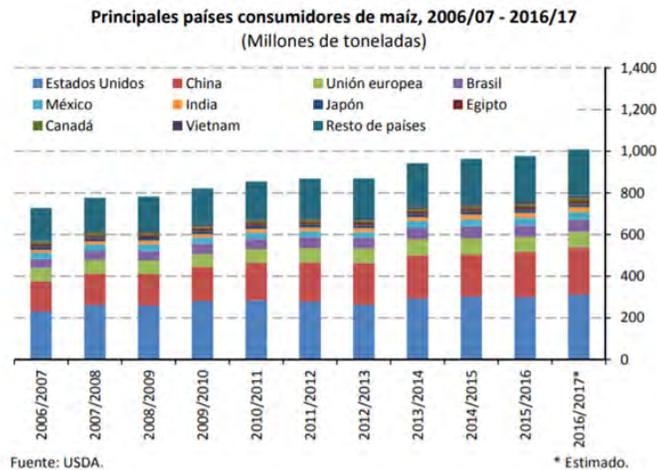
2.1 Situación actual del sector

El maíz es el commodity agrícola que más se produce en el mundo. Debido a sus cualidades alimenticias para la producción de proteína animal, el consumo humano y el uso industrial se ha convertido en uno de los productos más importantes en los mercados internacionales. Su relevancia económica y social supera a la de cualquier otro cultivo. Adicionalmente, el cultivo y transformación del maíz es fuente de empleo y alimento para un número importante de personas en el mundo. (Dirección De Investigación y Evaluación Económica Sectorial, 2016, pág. 1)

El consumo mundial de maíz continúa creciendo de manera sostenida, impulsado por crecimientos tanto en el consumo forrajero como en el consumo humano e industrial. Así, entre los ciclos comerciales 2005/06 y 2015/16 el consumo total del grano ha crecido a una tasa media anual de 3.3 por ciento; desagregado por tipo de consumo, el consumo forrajero ha crecido a una tasa media anual de 2.5 por ciento mientras que el consumo humano e industrial ha crecido 4.9 por ciento en promedio en el mismo periodo. (Dirección De Investigación y Evaluación Económica Sectorial, 2016, pág. 8)

Ocho países concentran el 75.5 por ciento del consumo total mundial: Estados Unidos, China, Unión Europea, Brasil, México, India, Japón y Egipto. (Dirección De Investigación y Evaluación Económica Sectorial, 2016, pág. 8):

Ilustración 1. Principales países consumidores de maíz.



Fuente: Dirección De Investigación y Evaluación Económica Sectorial, 2016.

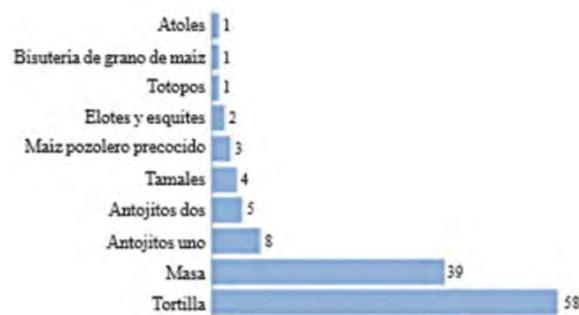
El precio internacional del maíz es observado a través del contrato de maíz amarillo no. 2 FOB (free-on-board) puesto en el Golfo que cotiza en la bolsa de valores de Chicago (Chicago Mercantile Exchange). De esta manera, el contrato de maíz amarillo FOB en el Golfo refleja los fundamentales actuales del mercado, pues muestra un nivel de cotización deprimido por la amplia disponibilidad del grano en Estados Unidos y en el mundo. Así, durante octubre de 2016 el precio promedio del maíz amarillo FOB Golfo cotizó en 151.4 dólares por tonelada (Dirección De Investigación y Evaluación Económica Sectorial, 2016, pág. 13)

Sobre el producto

El maíz sigue siendo el cultivo básico para el autoconsumo de comunidades campesinas e indígenas. Junto con la producción de tortilla, su principal forma de consumo, es la base de la alimentación de la mayor parte de la población urbana y semiurbana. No obstante, la industrialización y el mercado global han transformado significativamente las formas en las que se produce y consume el maíz en México. (Heinrich, 2019. pág.1)

Los productos que mayormente se elaboran son la tortilla y la masa; le siguen los productos denominados como antojitos uno, los cuales incluyen: gorditas, tlacoyos, quesadillas, sopes y huaraches; después se encuentran los antojitos dos, que incluyen: flautas, tostadas, enchiladas, chilaquiles y pozole. Otros productos que dijeron elaborar pero en menor proporción son: tamales, maíz pozolero pre cocido, elotes y esquites, totopos, bisutería y atoles. (López y Rendón, 2017, pág. 10)

Ilustración 2. Productos elaborados con maíz.



Fuente: López y Rendón, 2017.

2.2 Especificaciones técnicas del producto o servicio

El insumo principal para la elaboración del producto es el elote, el cual entra en la línea de hortalizas o verduras, en un modo de preparación original con una mezcla de ingredientes que aporten un sabor único e irresistible de consumir.

La idea es que las personas puedan acudir físicamente a un punto de venta y ordenar el elote de su preferencia para ello se creara un menú de opciones a manejar, así mismo pensando en cada uno de ellos se crearan combos especiales para compartir.

Elote Clásico:

- Elote natural sancochado
- Mayonesa
- Media crema

- Queso fresco
- Chile molido
- Limón

Elote Ruffles Queso:

- Elote natural sancochado
- Mayonesa
- Media crema
- Queso fresco
- Chamoy
- Limón
- Queso de nachos (chedar)
- Ruffles queso (triturados)

Elote Cheetos Colmillos:

- Elote natural sancochado
- Mayonesa
- Media crema
- Queso fresco
- Salsa picosita
- Limón
- Cheetos colmillos(triturados)

Elote Cheetos Flamin Hot:

- Elote natural sancochado
- Mayonesa
- Media crema
- Queso fresco
- Salsa picosita
- Limón

- Cheetos flamin hot (triturados)

Elote Takis fuego:

- Elote natural sancochado
- Mayonesa
- Media crema
- Queso fresco
- Salsa picosita
- Limón
- Takis fuego (triturados)

Elote Tostitos Salsa Verde:

- Elote natural sancochado
- Mayonesa
- Media crema
- Queso fresco
- Salsa picosita
- Limón
- Tostitos salsa verde (triturados)

Combos

Combo amigos:

- 1 elote clásico + 1 elote con papas fritas de su preferencia.

Combo familiar:

- 2 elotes clásicos + 2 elotes con papas fritas de su preferencia.

Se espera poder ampliar la variedad en las papas fritas a corto plazo. Para la etapa inicial se maneja el menú anterior esperando que la reacción de los consumidores hacia los insumos a utilizar sea favorable o en su caso sustituir los no vendidos por nuevas presentaciones.

2.3 Estudio de mercado

Realizar un estudio de mercado ayudara a determinar que porción de la población estaría dispuesto a comprar dicho producto, basado en variables, como; el género, la edad, y el nivel de ingresos que se tiene para ampliar la posibilidad de compra que se podría tener. (León, 2015)

Dentro de la investigación del estudio de mercado se encuentran elementos importante como lo son el análisis de la oferta, el análisis de la demanda, análisis de precios y finalmente el análisis de la comercialización toda esta investigación es necesaria para saber si existe un mercado insatisfecho para nuestro producto. (Valle, S/F, pág. 21)

De acuerdo con un artículo publicado por The Social Media Family (2018) para la realización de un estudio de mercado es necesario seguir los siguientes pasos.

- 1. Definir para que queremos realizar el estudio:** Que en el siguiente caso sería el de establecer un negocio de venta de elotes con papas fritas en la isla de Cozumel.
- 2. Fuentes de información:** Se debe definir los medios de investigación y la información con la que se cuenta e integrarlas a una nueva investigación definir los cuestionarios y ubicar las fuentes estadísticas con las que se cuenta.
- 3. Diseño, recopilación y tratamiento estadístico de los datos:** Se deberá decidir cómo se van a recopilar los datos que se necesitan, qué herramientas o técnicas se van a utilizar.

- 4. Procesamiento y análisis de los datos:** Se debe seleccionar y analizar la información necesaria dentro de nuestra investigación, así mismo debemos procesar los datos recopilados en graficas u otras técnicas de fácil interpretación.
- 5. Informe final:** Se tendrá que realizar un reporte que analice los datos obtenidos y aclare las conclusiones finales.

Es importante analizar la demanda y la oferta para nuestro estudio de mercado. Primeramente debemos enfocarnos en la demanda hacia el producto que se desea elaborar o si es un producto nuevo debemos de tomar como referencia productos similares, esto para conocer el mercado y las tendencias de consumo que se están presentando en nuestros posibles clientes. (Valle, S/F, pág. 23)

2.3.1 Análisis y caracterización de la demanda del producto/ servicio

El maíz es un producto muy consumido en todo el mundo por sus cualidades alimenticias, las expectativas de consumo mundial regularmente se estiman al alza, para totalizar 1,011.6 millones de toneladas en 2016-17, donde el 38.2% corresponde a consumo humano, industrial y semilla (Cuevas, 2016, párr.1)

Según Hernández (1991) Palanco y Flores (2008) y SIAP (2008), en México, el maíz forma parte de la alimentación diaria, es el cultivo de mayor presencia en el país, constituye un insumo para la obtención de numerosos productos industriales, por lo que, desde el punto de vista alimentario, económico, político y social, es el cultivo agrícola más importante.

Según un estudio de Mercadotecnia agrícola dice que el consumo anual de elote (maíz) es de 136,680 toneladas en México y el consumo per cápita de cada habitante es de 1.5 kg. Siendo así un consumo anual de 143,637 kilos anuales en Cozumel (Flores, 2014, pág. 1)

Considerando lo anterior, se puede decir que existe una gran posibilidad de que el producto que se pretende ofrecer sea positivamente aceptado por la población en

general, pues el gusto por el elote es favorable y muy conocida en la isla. Los productos estarán dirigidos a personas con gusto por el elote 100% natural compuesto por variadas presentaciones capaces de adquirir el producto a un precio accesible

En cuanto al segmento objetivo, la idea del negocio está orientada a vender elotes preparados de una manera distinta casi no acostumbrada, satisfaciendo el paladar en una combinación de elote con papas fritas. Este producto está dirigido a los habitantes de la isla de Cozumel que tengan un gusto por el maíz cocido 100% natural, para ello se ha seleccionado al segmento objetivo conformado por estudiantes de nivel básico (secundaria), medio- superior (preparatoria) y superior (universidad) ya que en su mayoría son jóvenes dispuestos probar productos nuevos. Uno de los objetivos de Elotitos mix es que los productos estén al alcance de todos los niveles socioeconómicos, por lo que se establecen las siguientes características generales del segmento objetivo:

- Ubicación: Cozumel, Quintana Roo.
- Sexo: Masculino y Femenino
- Nivel educativo: Estudiantes (secundaria, preparatoria, universidad)
- Nivel socioeconómico: A partir de D+
- Hábitos consumo: Personas que tengan gusto por el elote y dispuestos a probar nuevos sabores.

El segmento objetivo está conformado por 9,867 estudiantes los cuales integran los tres niveles educativos seleccionados (Subsecretaría de planeación, 2016). Se busca ofrecer un producto de elote innovando su presentación de una manera diferente y original de prepararlos y satisfacer una necesidad de antojo. La mayoría de las personas gastan una mínima cantidad en adquirir un sano y delicioso elote y no se necesita de una economía en específico ya que nuestro producto pretende estar al alcance de las personas deseadas a consumirlo.

En relación a la oferta competitiva, se pueden observar que los competidores directos están identificados como aquellos establecimientos que se dedican a la venta de elotes para satisfacer un antojo en sus maneras de presentación, en su mayoría los productos que existen actualmente de venta de elotes son muy similares, entre ellos se encuentran los esquites, que de igual forma es similar al que se desea poner a la venta, sin embargo, el producto tendrá una diferenciación por los tipos de ingredientes que se utilizan para su elaboración y presentación, lo que indica que su costo será similar y esto puede generar una competencia más directa en el mercado. A continuación se presentan la lista de establecimientos que se dedican a la venta de elotes en la isla de Cozumel a 2018.

Tabla 1. Establecimientos de venta de elotes.

Establecimientos de Venta de Elotes	Ubicación
Dani esquites	Av. 40 sur en colonia Adolfo López Mateos.
Esquites chelo	Adolfo López Mateos.
Esquites de la once	Av. Andrés Quintana Roo con 65 avenida.
Esquites del centro	Centro conocido de la ciudad.
Esquites y elotes del palacio	Centro conocido de la ciudad.
Esquites y machacados Sahahi	Av. 90 en colonia Emiliano Zapata.
Granilandia snacks	Av. Pedro Joaquin Coldwell.

Fuente: observación de campo, 2018.

En relación a la cuantificación de la demanda potencial del proyecto, se puede señalar que se da en el contexto de la isla de Cozumel en donde hay 9,867 estudiantes y los cuales integran los tres niveles educativos seleccionados (Subsecretaria de Planeación, 2016), de los cuales la mayoría consumen esta hortaliza según su preferencia, actualmente se va visto la apertura de establecimientos de esquites que es un producto similar al que se busca ofrecer, lo que indica que la demanda de este producto es favorable y muy conocido en la isla.

Por otro lado, los bienes sustitutos son aquellos que compiten en el mismo mercado, y buscan satisfacer una similar necesidad y que puede convertirse en una amenaza, ya que con el avance tecnológico el sustituto se va posicionando sobre el otro hasta

sacar el producto original del mercado (Santillán, 2008). En la actualidad existen muchos productos sustitutos para satisfacer una necesidad, algunos de ellos suelen ser muy similares o iguales, lo que genera mucha ventaja, sin embargo, la manera de preparación y sabor marcan la diferencia de los productos con otros y los hace ser distintivos ante la competencia. A continuación se presentan algunos productos de consumo para satisfacer el antojo que puede resultar como parte de la competencia para Elotitos mix.

Tabla 2. Posibles productos sustitutos

Productos Sutilitos	Necesidad que Satisfacen
Chicharrones	Antojo
Churros	Antojo
Frappes	Antojo
Helados	Antojo
Machacados	Antojo
Marquesitas	Antojo
Palomitas	Antojo
Papas fritas	Antojo
Raspados	Antojo

Fuente: observación de campo, 2018.

Sobre la amenaza de aparición de nuevos competidores que se presenta en la elaboración de este producto, es precisamente que su imitación puede llegar de manera rápida al mercado, sin embargo, se trabajara para ofrecer un producto de calidad con variadas presentaciones que llegue a marcar la preferencia ante posibles competidores que elaboren el mismo producto e incluso para la competencia , también se pretende realizar promociones para captar la atención del consumidor hasta lograr tener clientes potenciales.

En relación al poder de negociación de los proveedores, es muy probable que el negocio se enfrente a obstáculos al momento de buscar buenos proveedores y negociar con ellos. Uno de estos obstáculos se presenta en que “el poder de negociación de los proveedores impacta en los costos y competitividad de las

pymes, que no son, por lo general, compradoras de grandes volúmenes de insumos, mercadería o materias primas” (Loaiza, 2014, párr. 5)

Se buscará y se hará una negociación con el proveedor que se comprometa a surtir los elotes enteros ; se pretende llegar a una negociación con los proveedores y así obtener la materia prima que se utilizará para su elaboración a un mejor costo si se compra en una cantidad determinada, para ello se buscará hacer alianzas con algunos de los establecimientos que se encuentran en el mercado municipal de la isla, ya que la mercancía que ellos traen para vender es más fresca que la que se encuentra en los súper mercados y su negociación con las grandes empresas no es fuerte por lo que podrían atender la demanda. De igual forma se pretende llegar a un acuerdo con el Maharaja, principal compañía que surte frutas y verduras en la Isla de Cozumel y de esta formar obtener el insumo principal que es el elote.

2.3.2 Investigación de mercado

La investigación de mercados es una técnica que sirve para recopilar datos de cualquier aspecto que la empresa desea conocer para después poder interpretarlos y al final hacer uso de ellos para una correcta toma de decisiones. (QuestionPro, 2020)

Cuando una empresa desea lanzar un nuevo producto, una nueva campaña de marketing o realizar cualquier cambio o desarrollo de estrategia, es necesario que lleve a cabo un análisis de mercado para obtener información muy valiosa que puede ayudar a asegurar el éxito para el negocio. (Codegilia, 2018). A través de una investigación de mercados Elotitos mix podrá conocer aspectos que ayuden a la implantación del producto, encontrar un equilibrio entre negocio y consumidor donde ambos resulten beneficiados y satisfechos.

El diseño de la siguiente investigación va hacer de tipo descriptivo el cual ayudara a describir las características de los consumidores, vendedores y del mismo mercado, como se comporta el posible consumidor, las características del producto,

así como describir las características de marketing y realizar predicciones de la empresa que puedan ser empleadas de manera correcta, generar estrategias con base al estudio y poder guiar la empresa al éxito.

El instrumento a utilizar será una encuesta estructurada de tipo cualitativa con una serie de preguntas enfocadas al producto, plaza, precio y promoción, con ello se pretende obtener la información necesaria para determinar la viabilidad y factibilidad de la creación de un negocio de venta de elotes cubiertos con papas fritas al gusto del cliente en la isla de Cozumel. Además de conocer el posible comportamiento o preferencia que generaría el producto, que sirva como orientación del rumbo de este proyecto.

La metodología cualitativa, como indica su propia denominación, tiene como objetivo la descripción de las cualidades de un fenómeno. Busca un concepto que pueda abarcar una parte de la realidad. No se trata de probar o de medir en qué grado una cierta cualidad se encuentra en un cierto acontecimiento dado, sino de descubrir tantas cualidades como sea posible (Mendoza, 2006, párr. 6)

La población objetivo serán los estudiantes del nivel básico (secundaria), medio-superior (bachillerato) y superior (universidad) de la isla de Cozumel la cual es una cifra de 9867 estudiantes en 27 instituciones escolares. (Subsecretaria de planeación, 2016) y el elemento muestral serán las instituciones educativas de nivel secundaria, medio-superior y superior. Para el caso de la unidad muestral se considerará a los alumnos inscritos en los niveles básico, medio alto y superior

Alcance: Isla de Cozumel Q.Roo

Tiempo: Marzo 2018

Marco muestral: La información fue extraída de la estadística básica del ciclo escolar 2015-2016 del Estado de Quintana Roo. (Subsecretaria de planeación, 2016)

Tipo de muestra: El tipo de muestreo que se utilizó para la aplicación del instrumento fue muestreo no probabilístico por cuota.

Tamaño de la muestra: Aplicando la fórmula para población finita se determina el tamaño de la muestra óptimo.

$$n = \frac{Z^2 pqN}{[e^2(N - 1) + (Z^2 pq)]}$$

En donde:

n = Tamaño de la muestra

z = Nivel de confianza bajo la curva normal

p = Probabilidad a favor

q = Probabilidad en contra

e = Error de estimación

N = Universo o población

Valores determinados:

n = ?

z = 90% (1.65)

p = 50% (0.5)

q = 50% (0.5)

e = 5% (0.05)

N = 9867

$$n = \frac{(1.65)^2(0.5)(0.5)(9867)}{[0.05^2(9867 - 1) + (1.65)^2(0.5)(0.5)]}$$

$$n = \frac{(2.7225)(2466.75)}{[24.665 + 0.6806]}$$

$$n = \frac{671.72688}{25.3456}$$

$$n = 264$$

Tabla 3. Estructura del cuestionario

Variables	Pregunta	Utilidad
Demográficas	Género, edad, ocupación	Determinar el perfil socio demográfico de los consumidores
Producto	1. ¿Le gusta el elote? 2. ¿Con que frecuencia consume esta hortaliza? 3. ¿Sabía que el elote aporta hidratos de carbono, en vitaminas A, B y C? 4. ¿De qué manera consume elote?	Conocer la preferencia que le dan al producto
	5. ¿Le gustaría que los elotes sean preparados con una orientación diferente? 6. ¿Le gustaría probar los elotes con papa fritas?	Conocer la existencia de interés hacia el producto.
	7. ¿En qué recipiente le gustaría que sea presentado	Posible orientación para la presentación del producto, según el consumidor
Plaza	8. ¿Por qué medio compraría este producto?	Conocer el lugar de preferencia de la compra
Precio	9. ¿Cuál es el valor que le pondría a este producto?	Valor del producto
Promoción	10. ¿Le gustaría que se realizaran promociones en fechas especiales? 11. De las siguientes promociones ¿cuál le gustaría recibir? 12. ¿Qué factores influyen en usted para incentivar la compra en alimentos?	Conocer la preferencia sobre la promoción al público objetivo

Fuente: elaboración propia.

Las siguientes preguntas son el diseño del instrumento a utilizar en la investigación de mercados, fue elaborado con el fin de conocer la posible aceptación del negocio orientado en la preparación de elotes con papas fritas (Ver anexo 1).

Los siguientes resultados fueron obtenidos de las encuestas realizadas a los 264 alumnos activos en el nivel básico (secundaria), medio superior (Preparatoria) y superior (universidad) del cual se elaborara el mix de Marketing que se implementara en la micro empresa “Elotitos Mix”.

Tabla 4. Pregunta demográfica: sexo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	139	52.3	52.7	52.7
	Femenino	125	47.0	47.3	100.0
	Total	264	99.2	100.0	
Perdidos	Sistema	2	.8		
Total		266	100.0		

Fuente: elaboración propia.

En la siguiente tabla se muestra el total de encuestas realizadas en el cual el 52.75% del público objetivo fue del sexo masculino haciendo una referencia de 139 personas, y un 47.35% del sexo femenino haciendo una referencia del 125 personas, generando un total de 264 encuestas de las cuales la mayor parte de los encuestados fueron hombres en los tres niveles académicos.

Tabla 5. Pregunta demográfica: nivel académico y edad

		12 -15 años	15-20 años	20-40 años	Total
¿Cuál es su nivel académico actualmente?	Secundaria	88	0	0	88
	Preparatoria	0	88	0	88
	Universidad	0	0	88	88
Total		88	88	88	264

Fuente: elaboración propia.

En la tabla se muestra los tres niveles académicos a los que se les aplico la encuesta, el cual indica que en cada nivel académico se aplicó 88 encuestas haciendo un total de 264 con un rango un rango de edad establecido en el de secundaria (12-15 años), preparatoria (15-20 años) y universidad (20-40 años), en

el cual se concentran las edades que mayor consumen este tipo de productos además de que son personas que ya tienen la posibilidad de poder adquirirlo.

Tabla 6. ¿Le gusta el elote?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	245	92.1	93.2	93.2
	No	18	6.8	6.8	100.0
	Total	263	98.9	100.0	
Perdidos	Sistema	3	1.1		
Total		266	100.0		

Fuente: elaboración propia.

La siguiente tabla señala el porcentaje de alumnos encuestados a los que les gusta el elote con un total de 93.20% lo cual indica que la mayoría consume esta hortaliza, haciendo referencia a una cifra de 245 personas, mientras que el resto de 6.84% resultó no ser de su agrado haciendo una referencia a 18 personas, lo que indica que el gusto por el elote resultó favorable.

Tabla 7. ¿Con qué frecuencia consume esta verdura?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Poco	77	28.9	29.3	29.3
	Regularmente	136	51.1	51.7	81.0
	Mucho	45	16.9	17.1	98.1
	Nunca	5	1.9	1.9	100.0
Total		263	98.9	100.0	
Perdidos	Sistema	3	1.1		
Total		266	100.0		

Fuente: elaboración propia.

Esta tabla muestra los niveles de preferencia que tienen los estudiantes respecto a esta verdura, resaltando entre ellos un 51.71% lo consume regularmente, es decir, (136 personas) con exactitud, seguido de un 29.28% que lo consume poco (77 personas), un 17.11% lo consume mucho (45 personas) y por ultimo con un bajo

porcentaje 1.90% que de plano no lo consume, esto indica que esta verdura ya es conocida y su consumo ha resultado favorable ante el público objetivo, lo que representa una ventaja para “Elotitos Mix”

Tabla 8. ¿Sabías que el elote aporta hidratos de carbono en vitaminas A, B y C?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	95	35.7	36.1	36.1
	No	168	63.2	63.9	100.0
	Total	263	98.9	100.0	
Perdidos	Sistema	3	1.1		
Total		266	100.0		

Fuente: elaboración propia.

Los siguientes resultados reflejan el conocimiento acerca de los nutrientes que aporta consumir elote de manera natural y no artificial como lo suelen manejar varios establecimientos, de acuerdo a los resultados se observa que un 36.1% (95 alumnos) que lo consumen tienen conocimiento, mientras que un 63.2% (168 alumnos) no tenían conocimiento, por lo que se considera que consumir elote de manera natural es más saludable.

Tabla 9. Tabla cruzada de modos de consumo y escolaridad

	¿Cuál es su nivel académico actualmente?			Total
	Secundaria	Preparatoria	Universidad	
Dentro los platillos	25	33	37	95
Sancochados	9	15	31	55
Esquites	60	61	68	189
Helados	5	14	20	39
Saborines	6	16	23	45
Otros	6	11	9	26
Total	111	150	188	449

Fuente: elaboración propia.

En la siguiente tabla se seleccionaron los tres niveles académicos, rango de edad, en el cual se determinó de qué manera prefieren consumir esta verdura dando algunas opciones, los resultados obtenidos fueron que en los tres niveles el consumo preferido se concentra en los esquites, secundaria con un 64.54 % (60 alumnos), preparatoria 61.41% (61 alumnos) y en universidad 68.36% (68 alumnos), que son preparados con algunos ingredientes similares que se utilizaran para la preparación de los elotitos mix, lo que también se podría destacar como nuestra competencia directa por ser un producto similar.

Tabla 10. ¿Le gustaría que los elotes sean preparados con una orientación diferente?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	si	166	62.4	63.1	63.1
	No	97	36.5	36.9	100.0
	Total	263	98.9	100.0	
Perdidos	Sistema	3	1.1		
Total		266	100.0		

Fuente: elaboración propia.

La siguiente tabla representa que porcentaje de los encuestados accedió a la idea de preparar los elotes de manera diferente, los resultados arrojaron que un 62.4% (166 alumnos) reaccionar de manera positiva, mientras que un 36.5% no les pareció la idea y se resistieron al cambio (97 alumnos). Ante esto se mantiene la posibilidad de apertura ya que fueron más personas que reaccionaron positivamente.

Tabla 11. ¿Le gustaría probar los elotes con papas fritas?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	156	58.6	59.3	59.3
	No	107	40.2	40.7	100.0
	Total	263	98.9	100.0	
Perdidos	Sistema	3	1.1		
Total		266	100.0		

Fuente: elaboración propia.

La siguiente pregunta fue realizada para conocer la posibilidad de compra que tendría la preparación de los elotes con papas fritas (variadas sin hacer preferencia de marca) lo que generó una mayor respuesta de aceptación con un 58.6% (156 alumnos) en los cuales mencionaban que si porque “los mexicanos le entran a todo”, un 40.2% no les agrado la idea cabe destacar que estas personas fueron la que consumen muy poco esta verdura.

Tabla 12. ¿Por qué medio compraría este producto?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Redes sociales	52	19.5	19.8	19.8
	Establecimiento fijo	152	57.1	58.0	77.9
	Carrito ambulante	58	21.8	22.1	100.0
	Total	262	98.5	100.0	
Perdidos	Sistema	4	1.5		
Total		266	100.0		

Fuente: elaboración propia.

La siguiente tabla representa el medio por el cual le gustaría a los alumnos realizar la compra del producto, los resultados señalan que un 57.1% (152 alumnos) prefieren un establecimiento fijo, ya que este es un medio más seguro de llegar al producto, Un 21.8% (58 alumnos) prefirió un carrito ambulante ya que esto andan en constante circulación y por ultimo un 19.5% (52 alumnos) prefirió las redes sociales. Tomando en consideración los resultados la mejor opción para la venta de los elotes será a través de un establecimiento fijo.

Tabla 13. ¿Cuál es el precio que le pondrías a este producto?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	\$25 pesos	180	67.7	68.4	68.4
	\$30 pesos	66	24.8	25.1	93.5
	\$35 pesos	17	6.4	6.5	100.0
	Total	263	98.9	100.0	
Perdidos	Sistema	3	1.1		

Total	266	100.0	
-------	-----	-------	--

Fuente: elaboración propia.

La tabla anterior refleja el posible precio que los consumidores pagarían por adquirir un elote acompañado con papas fritas, lo que indico que la mayoría prefirió el precio más bajo 67.7% (180 alumnos) tomando en consideración que es un producto nuevo en el mercado y aun no es conocido por la mayoría, sin embargo, un 24.8% (66 alumnos) si pagaría \$30 pesos por el producto y un 6.4% (17 alumnos) si estaría dispuesto a pagar hasta \$35 pesos ya que son personas que han probado anteriormente el producto y fue de su agrado.

Tabla 14. ¿En qué recipiente le gustaría que sea presentado?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Contenedores de unicel	211	79.3	80.2	80.2
	Contenedores de cartón	52	19.5	19.8	100.0
	Total	263	98.9	100.0	
Perdidos	Sistema	3	1.1		
Total		266	100.0		

Fuente: elaboración propia.

Los resultados de esta tabla servirán como referencia para determinar qué tipo de contenedor seria el adecuado para los elotes, lo que se obtuvo fue que un 79.3% (211 alumnos) prefieren el contenedor de unicel pues tarda más que el recipiente de cartón además de que le da una mejor presentación, sin embargo hubo un 19.5% (52 alumnos) que prefirió el contenedor de cartón.

Tabla 15. ¿Le gustaría que se realizaran promociones en fechas especiales?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	243	91.4	92.4	92.4
	No	20	7.5	7.6	100.0
	Total	263	98.9	100.0	
Perdidos	Sistema	3	1.1		

Total	266	100.0		
-------	-----	-------	--	--

Fuente: elaboración propia.

Los resultados siguientes afirman que la mayoría de los alumnos les gustaría que fueran realizadas promociones en fechas especiales para incentivar la compra. Al establecer un lugar nuevo y pequeño no sería factible realizar promociones cada semana, pero si en fechas determinadas como pueden ser: el día del estudiante, de la madre, entre otros, ya que un 91.4% (243 alumnos) respondió que sí.

Tabla 16. ¿Qué tipo de promoción le gustaría recibir?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Promoción 2x1	191	71.8	72.6	72.6
	Cupón descuento	21	7.9	8.0	80.6
	Cupones canjeables	51	19.2	19.4	100.0
	Total	263	98.9	100.0	
Perdidos	Sistema	3	1.1		
Total		266	100.0		

Fuente: elaboración propia.

Las posibles promociones que a los alumnos les gustaría recibir se refleja en la siguiente tabla con un 71.8% (191 alumnos) opto por la promoción del 2X1 que normalmente conviene más, un 19.2% (51 alumnos) prefirió cupones canjeables y un 7.9% selecciono cupones de descuento (21 alumnos). Lo que indica que a la empresa le conviene más crear promociones 2X1 en las fechas especiales para captar de manera eficiente la atención del público objetivo.

Tabla 17. ¿Qué factores influyen en usted para incentivar la compra?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Publicidad	81	30.5	30.8	30.8
	Promociones	74	27.8	28.1	58.9
	Atención al cliente	108	40.6	41.1	100.0
	Total	263	98.9	100.0	

Perdidos	Sistema	3	1.1	
Total		266	100.0	

Fuente: elaboración propia.

Una de las preguntas importantes que se consideró en la encuesta fue sobre los factores que incentivan la compra en los alimentos por lo que se planteó tres opciones: Publicidad, promoción y la atención brindada por el personal. Los resultados señalan que el más importante es la atención al cliente con un 40.6% es decir que (108 alumnos) se basan en eso, un 30.5% son impulsadas a comprar por medio de la publicidad es decir (81 alumnos) y el resto 27.8% les llama más las promociones es decir (74 alumnos), lo que indica que cada una de ellas ocupa una participación importante en la compra pero la atención que brinde el personal sobresale en todas ellas.

La matriz DAFO de la micro empresa “Elotitos Mix” fue realizada para determinar un análisis interno de las fortalezas y debilidades así como un análisis externo de las oportunidades y amenazas, considerando que será una empresa nueva en el mercado local, que no tiene una competencia tan directa, pero si la falta de conocimiento ante sus posibles consumidores, entre otros aspectos.

Ilustración 3. Análisis FODA



Fuente: elaboración propia.

CAPÍTULO III. COMPETITIVIDAD

El producto que elotitos mix pretende vender es el elote entero cocido, cubierto con, mayonesa, crema, salsa picante, limón, queso sopero a las papas fritas que se encuentren en el menú, de igual forma podrá ser preparado al gusto del cliente.

Las ventajas competitivas con las cuales cuenta son:

- El producto innovador y creativo, ya que en la isla de Cozumel no se encuentra un establecimiento que venda una presentación igual al producto ofrecer.
- Se planea colocar carritos ambulantes en puntos estratégicos para impulsar las ventas a futuro.
- Además de los canales de distribución con los que se contara, se buscara crear una alianza para que el insumo principal sea adquirido en el mercado local como alternativa y así apoyar la economía de la isla.
- Identificación de un mercado específico, en el cual se dedicarán todas las fuerzas mercadológicas a captarlo.
- Presentación de un producto natural con variedad de sabor y colores que seguro te llamaran la atención.

CAPÍTULO IV. PLAN DE MARKETING

4.1 Estrategias competitivas del producto

El maíz o elote es un alimento que puede ser consumido como aperitivo, antojo, golosina y en variadas formas de preparación, actualmente en la isla de Cozumel se consume regularmente en forma de esquites y su preferencia sea hecho notar visualmente ante otros productos de la misma categoría, es decir, para satisfacer un antojo . Dado el gusto por este tipo de productos se planteo la idea de incorporar al mercado una nueva presentación que marque la diferencia.

Dadas las variaciones de consumo Elotitos mix ofrece la combinación del elote natural sancochado, combinado con algunos ingredientes que actualmente se usan para su venta pero añadiendo un toque especial basado en añadir papas fritas espolvoreadas que crearán una nueva presentación y consistencia de sabor diferente a lo ya acostumbrado, el propósito es satisfacer un antojo al que lo consume ya que el elote se ha convertido en un antojo muy típico y básico para una gran cantidad de personas.

Una de los beneficios de consumir maíz natural es por ser un alimento muy completo que contiene principalmente vitaminas A, B y E, así como minerales que favorecen el metabolismo en el cuerpo por ellos cabe destacar que también se tendrá en el menú la opción del elote clásico para aquellas personas que así lo prefieran en la que su preparación consiste en añadir únicamente mayonesa, crema, queso soper, limón y chile molido.

A continuación se muestra una ilustración donde se aprecia la presentación que tendrán los elotes con las papas fritas que a simple vista despierta la atención por los colores que se concentran en cada uno de ellos y que además les da un aspecto totalmente diferente a lo ya acostumbrado.

Ilustración 4. Presentación del elote.



Fuente: Google

Actualmente no se ha identificado una competencia que se dedique a vender el mismo producto sin embargo su imitación puede llegar de manera rápida al mercado por lo que los esfuerzos para marcar la diferencia ante la posible competencia estarán concentrados en la atención brindada a los consumidores para ello se requiere que el personal cuente con una actitud positiva, amable y con conocimiento del producto a vender.

4.2 Canales de comercialización y distribución de productos

Plaza

Elotitos mix tendrá ubicación en la dirección 25 Av. Entre Juárez y 2 Norte, Col. Centro. Una zona bastante transitada por locales y turistas lo que genera una ventaja ya que tanto clientes como nuevos consumidores podrían acercarse al establecimiento en el momento que deseen tomando en cuenta el horario de apertura y cierre del establecimiento que será a partir de 18:00 pm a 23:00 pm de martes a domingo, de igual forma contara con un pequeño almacén para la organización de los insumos a utilizar en su preparación y así tener un control de

calidad bien establecido y evitar que algún ingrediente pueda hacer falta en el momento solicitado.

A continuación se muestra el punto exacto de la ubicación en la colonia centro una de las zonas más transitadas ya que conecta con varios establecimientos como; el mercado municipal, el súper AKI gran mayoreo, súper soriana, Oxxos, una gasolinera entre otros que la población cozumeleña ya conoce, por lo que el establecimiento será fácil de ubicar y muy probablemente se quedara en la mente del consumidor.

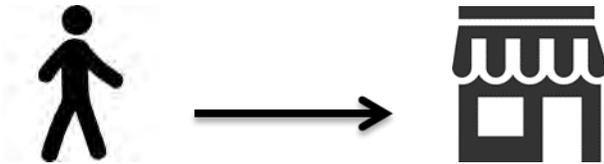
Ilustración 5. Mapa de localización.



Fuente: Google maps

El canal de comercialización será directo por el hecho de que el consumidor tendrá que llegar hasta el establecimiento donde se realizara el proceso de elaboración y entrega.

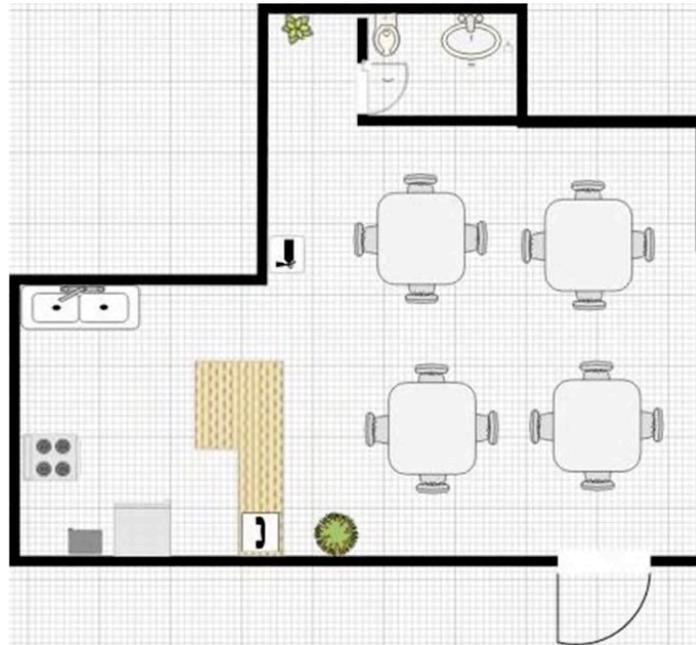
Ilustración 6. Canal de distribución.



Fuente: Elaboración propia.

El lugar se pretende organizar de la siguiente manera, está especificado en un croquis del establecimiento oficial que se planea tener como lugar fijo de la microempresa Elotitos mix.

Ilustración 7. Croquis de la empresa.



Fuente: elaboración propia.

Tomando en consideración la apertura del negocio y al ser nuevo no se establecerán los carritos ambulantes enseguida pero si serán tomados en cuenta con forme la vida del producto avanza y el producto sea aceptado en el mercado. Los cuáles serán colocados en puntos estratégicos de isla para incrementar las ventas, el primero será colocado en donde está ubicado el parque Andrés Quintana Roo donde se encuentra también el palacio municipal de la isla ya que es una zona bastante frecuentada por el público en general. Para este caso el canal de distribución seguirá siendo directo ya que los consumidores tendrán que acercarse hasta donde se encuentren los carritos que estarán vendiendo el producto.

4.3 Estrategias de precios

La asignación del precio para poder adquirir el producto estará basado en los costos que está compuesto de la siguiente forma:

Ilustración 8. Fijación de precios basada en costos.



Fuente: Elaboración propia.

Una de los objetivos principales es que nuestro producto esté al alcance de todas las personas por lo que este método permitirá asignar un precio bastante accesible y que además de nuestro público objetivo más personas puedan adquirirlo y probarlo.

El precio de nuestro producto se asignara con la fijación de precios basada en los costos, donde calcularemos cada uno de los insumos a utilizar en la preparación del elote, este es un método muy sencillo ya que no requiere un gran conocimiento del mercado y permitirá determinar un precio que sea justo para nuestros consumidores finales. Para poder calcular el precio solo tenemos que añadirle al costo unitario, que viene siendo el costo individual de cada uno de los productos necesarios para la producción de un elote.

Se empezara con un precio de introducción que será relativamente bajo en relación con la competencia, analizando que los productos de la competencia van desde los 20 a 50 pesos según el tamaño, por lo que se calcula que se obtendrá un precio aproximado de 20 pesos a 30 pesos.

Tabla 18. Elementos y precios.

Insumos	Costos
Elote	\$4.00
Mayonesa	\$2.00
Media crema	\$2.00
Queso fresco	\$2.00
Salsa picosita chamoy	\$1.00
Limon	\$0.50
Papas fritas	\$6.00
Empaque	\$2.00
Palillos de madera	\$0.50
Costo total	\$20.00
Utilidad 50%	\$10.00
Total	\$30.00

Fuente: elaboración propia.

4.4 Estrategias de promoción

El objetivo con la promoción del producto es aumentar las ventas, atraer nuevos consumidores y mejorar la identidad de nuestra marca, es por eso que buscamos una buena promoción a implementar que beneficie al producto y a los clientes.

Implementar la promoción del producto es importante ya que al ser nuevo buscamos informar a los posibles compradores para que conozcan lo que se está ofreciendo y el valor único de este y el punto de venta donde podrán encontrarlo, para que pueda tener éxito es importante que nuestro público objetivo sepa que existe de lo contrario podría fracasar.

Elotitos mix es una empresa que trabaja para brindar un producto de calidad en el cual el consumidor pueda depositar su confianza al brindarles un producto con nutrientes hecho a base de elote 100% natural. Para ello destacaremos los puntos para el proceso de la promoción

Informar: Se implementa en la etapa inicial del negocio en la que el objetivo es dar a conocer acerca de las características y ventajas del producto. Por lo que se

utilizaran herramientas de difusión como FB para dar una presentación del elote con papas fritas.

Persuadir: Centra sus esfuerzos en despertar el interés de los individuos que en el siguiente caso va dirigido a las personas jóvenes - adultos, para ello se crearan algunas promociones que espera resulten tentativas a nuestro público.

Recordar: Este objetivo es aplicable cuando se tienen productos maduros, para ello daremos seguimiento en las estrategias de promoción y difusión a utilizar.

4.5 Estrategias de publicidad

➤ Redes Sociales.

Utilizaremos las redes sociales como herramienta para darlo a conocer ya que nuestro público objetivo está muy inmerso navegando en aplicaciones como FB e Instagram y de igual manera llegar a tantas personas como sea posible que se interesen en el producto y se animen acudir al establecimiento.

Se hará presencia de la marca Elotitos Mix en redes sociales mediante la creación de una página de FB en la que se publique sobre la apertura del establecimiento y el producto a ofrecer para ello enviaremos una invitación a todos nuestros conocidos para que le den "like" a la página y estén al tanto de las publicaciones y se enteren de los productos nuevos que con el paso del tiempo puedan surgir. También se planea crear promociones iniciales ante la apertura del establecimiento y para acaparar un mayor número de seguidores.

Ilustración 9. Página de Facebook



Fuente: elaboración propia.

También se estará subiendo contenido para incentivar de alguna manera el consumo por el elote, mediante publicación de post o memes en la páginas de FB ya que se ha visto que los usuarios de suelen compartir imágenes de este tipo y por lo tanto permite a la página llegar a más personas posibles.

Ilustración 10. Otras publicaciones.



Fuente: elaboración propia.

4.6 Estrategias de relaciones públicas

Las relaciones públicas consisten en el conjunto de acciones destinadas a crear y mantener una buena imagen de la empresa, tanto ante el público en general como ante sus propios trabajadores. (Kamiya, 2019, párr. 12)

La imagen de la marca “Elotitos Mix” es importante, no solo como empresa si no su participación con la sociedad y el mantenerse en buena relación con el gobierno, proveedores y colaboradores.

- Crear campañas de reciclaje, así como cultivar en nuestros clientes el buen manejo de los residuos y de ser posible participar en campañas sociales del cuidado del medio ambiente.
- Manejar un empaque biodegradable en el que se entregue el producto para actuar de una manera responsable, contribuyendo al cuidado del medio ambiente y así evitar menos contaminación y crear conciencia en los consumidores.

CAPÍTULO V. PLAN DE VENTAS

5.1 Estrategias de venta personal

La venta personal consiste en promocionar un producto o servicio a través de una interacción directa o personal («cara a cara») entre un determinado vendedor y un determinado consumidor individual. (Kamiya, 2019, párr. 10)

Elotitos mix sabe que la venta personal es un elemento importante ya que estaremos en contacto con nuestros futuros clientes, es por eso que aprovecharemos esta oportunidad para que las personas conozcan lo que ofrecemos y así mismo ellos puedan promocionar nuestro producto con sus conocidos y llegue a oídos de más personas.

Para ellos debemos seguir el procedimiento adecuado en la preparación del elote tomando las medidas de higiene necesarias de igual manera cuidar siempre de una presentación implacable al momento de entregar el producto, Elotitos Mix estará abierto a los gustos de nuestros consumidores ya que si alguien llegara a tener una petición diferente al menú y este se encuentra al alcance del negocio se le podrá preparar con la finalidad de que el cliente se vaya satisfecho y feliz. La persona encargada de cerrar la venta deberá cumplir con las siguientes cualidades:

- ✓ Facilidad de palabra
- ✓ Conocimiento del producto y sus variables
- ✓ Buena presentación
- ✓ Carisma, actitud amable y positiva al momento de estar laborando

5.2 Promoción de ventas

La promoción de ventas consiste en promocionar un producto o servicio a través del uso de incentivos o actividades destinados a inducir al consumidor a decidirse por su compra. (Kamiya, 2019, párr. 15)

➤ Promoción 2X1

Con base a la investigación de mercado realizada la principal técnica por la que el público voto fue en la promoción al 2X1 en fechas especiales. Para ello crearemos esta promoción con la intención de elevar la compra de los elotes tomando en consideración fechas especiales como el día del estudiante ya que nuestro público objetivo se encuentra en este segmento, también será aplicable durante el aniversario del establecimiento y tomaremos a considerar el día de la madre y del padre, estas promociones serán dadas a conocer a través de la página oficial.

Ilustración 11. Promoción 2 X 1.



Fuente: elaboración propia.

➤ **Descuentos y Sorteos**

Otra alternativa será la de ofrecer descuentos en 15% o hasta 20% o rifas para ganar alguno de nuestros productos esto se realizara a través de diferentes técnicas que se llevaran a través de la red social como por ejemplo: subir una foto consumiendo un elotito mix, etiquetar a tres amigos y a la página oficial y de tal modo estaría participando para obtener un descuento o regalo en la siguiente compra. Esta promoción no tendrá una fecha específica para ser aplicada.

➤ **Fans destacados**

Esta promoción se realizará mediante FB ya que da la opción de verificar quienes son los usuarios más activos hacia la página, es decir, quienes comentan y comparten las publicaciones que se hacen de esta manera se realizara la selección de hasta 3 a 5 personas en días festivos para dar de regalo uno de nuestros productos y hacer que se sientan parte de Elotitos mix y se sientan motivados para seguir compartiendo el contenido de la página.

CAPÍTULO VI. PROCESO OPERATIVO

6.1 Descripción del proceso de producción

Las actividades a realizar, para llevar a cabo producción de los “Elotitos Mix” son los siguientes:

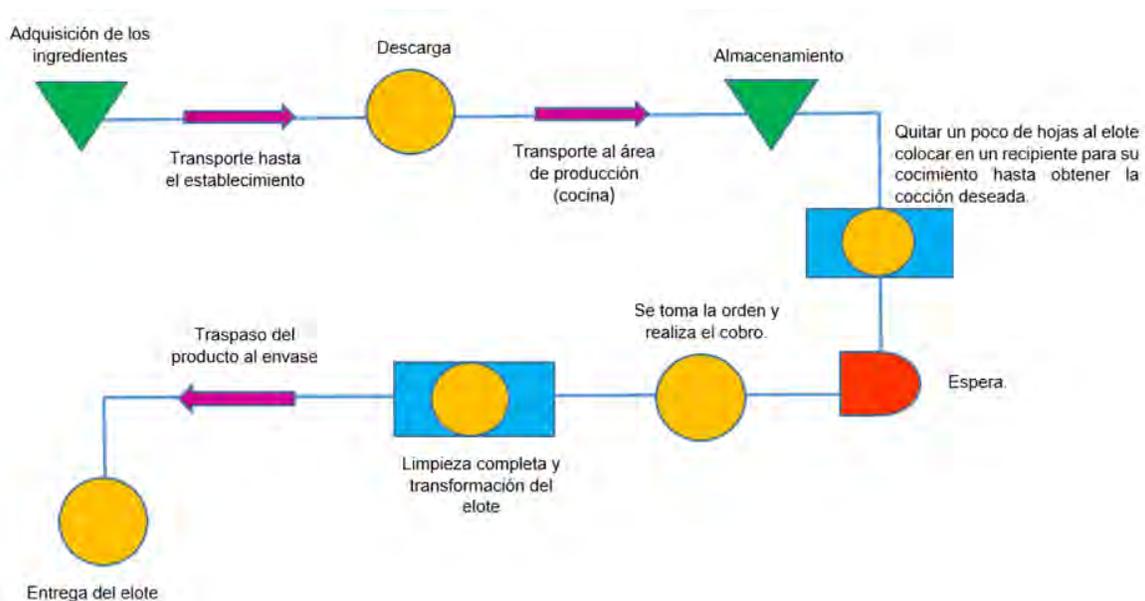
- 1) Primeramente se realizara una cotización de cada uno de los ingredientes a utilizar para la elaboración de los elotes que se obtendrá a través de los proveedores correspondientes.
- 2) Realizar la transportación de los ingredientes al punto de venta, para su almacenaje.
- 3) Tomaremos el insumo principal que es el elote y retiremos una parte de las hojas para posteriormente acomodarlas en un recipiente de metal.
- 4) Ya que los elotes se encuentren acomodados correctamente agregaremos un poco de agua y sal.
- 5) Posteriormente taparemos el recipiente y se dejara sancochar a fuego lento.
- 6) Esperaremos una hora exacta para supervisar como va, se debe obtener una cocción suave.
- 7) Cuando se encuentren en el punto exacto se retiran del fuego.
- 8) Conforme surjan los pedidos se deberá retirar el elote del recipiente.
- 9) Posteriormente pasaremos a quitar el resto de las hojas y limpiarlo correctamente sin que quede algún residuo.
- 10) Ya limpio Insertar el palito de madera en la parte superior del elote.
- 11) Posteriormente pasaremos a la transformación de elote agregando mayonesa, media crema y queso fresco.
- 12) El siguiente paso es agregar cuidadosamente las papas fritas según la elección del consumidor hasta cubrir por completo el elote.

- 13) Exprimir también medio limón al elote y agregar un poco de salsa para ello tendremos 2 opciones chamoy o salsa picosita según sea la preferencia de cada persona.
- 14) Ya listo el elote el último paso es exportar el producto al empaque donde será entregado al cliente.

6.2 Diagrama de flujo del proceso

En referencia a la descripción del proceso del producto “Elotitos Mix”, se ha diseñado el diagrama de flujo de procesos para su presentación, basado en los procedimientos realizados para la elaboración del producto.

Ilustración 12. Diagrama e flujo de procesos.



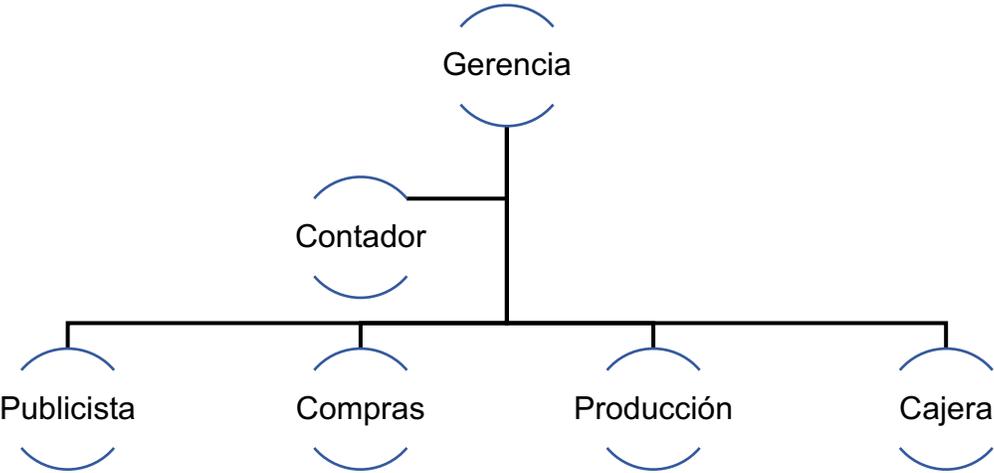
Fuente: elaboración propia

CAPÍTULO VII. ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS

7.1 Organigrama general de la empresa

A continuación se presenta un diagrama integrado por cada área de la microempresa “Elotitos Mix” basado en las diferentes actividades y tareas a desarrollar.

Ilustración 13. Organigrama de la empresa.



Fuente: elaboración propia.

El siguiente organigrama está estructurado de tal forma que la mayoría de las actividades estarán a cargo del dueño del establecimiento que consiste en realizar las compras de los insumos para la preparación de los elotes, realizar pagos correspondientes del establecimiento, capacitar a sus empleados, realizar la publicidad en redes sociales, entre otras funciones básicas para su correcto funcionamiento. Cabe recalcar que el establecimiento no será un local muy grande por lo que no será necesario la contratación de tantos empleados sino solo los necesarios para actividades muy específicas.

7.2 Funciones básicas del personal

Tabla 19. Descripción de las funciones del gerente general.

Descripción del puesto	
Nombre del puesto	Gerente general
Nivel jerárquico	Alto
Jefe inmediato	No aplica
Lugar de adscripción (área de trabajo)	Establecimiento
Puestos colaterales	No aplica
Relaciones internas	Con todo el personal
Relaciones externas	Dueño de establecimiento
Requerimientos específicos del puesto	Persona con liderazgo, comprometida con experiencia en gerencia y que tenga la capacidad de implementar estrategias para el benéfico del negocio
Descripción específica del puesto	<ol style="list-style-type: none"> 1) Responsable del reclutamiento 2) Asesorar cada departamento en los proceso específicos. 3) Desarrollar programas y estrategias de calidad. 4) Mantener relaciones constantes con los clientes y proveedores representativos para la empresa. 5) Responsable de los insumos para la producción del elote 6) Realizar pagos y facturas correspondientes al establecimiento.
Problemática del puesto	Falta de liderazgo, compromiso o comprensión hacia el personal.
Toma de decisiones	De acuerdo al beneficio de la microempresa
Objetivo del puesto	Supervisar y coordinar el funcionamiento y actividades de los empleados, desarrollar las estrategias de mejora a corto y largo plazo.

Fuente: elaboración propia.

Tabla 20. Descripción del perfil del puesto de gerente general.

Perfil del puesto	
Nombre del puesto	Gerente general
Escolaridad	Licenciatura en área administrativa

Experiencia laboral	1 a 2 años
Edad	24 - 30 años
Sexo	Sexo indistinto
Estado civil	Soltera o casada
Cualidades o aptitudes individuales	
A) Presentación	100%
B) Liderazgo	100%
C) Don de mando	100%
D) Equipo de trabajo	100%
E) Manejo de relaciones públicas	100%
F) Manejo de relaciones humanas	100%
G) Responsabilidad	100%
H) Criterio	90%
I) Iniciativa	100%
J) Creatividad	90%
K) Disponibilidad de tiempo completo	100%

Fuente: elaboración propia.

Tabla 21. Descripción de las funciones del contador.

Descripción del puesto	
Nombre del puesto	Contador
Nivel jerárquico	Alto
Jefe inmediato	Gerente General
Lugar de adscripción (área de trabajo)	Área de oficinas
Puestos colaterales	No aplica
Relaciones internas	Gerente General
Relaciones externas	Otros establecimientos
Requerimientos específicos del puesto	Persona con experiencia contable
Descripción específica del puesto	1) Realizar las declaraciones correspondiente a los dos meses 2) Realizar la declaración anual 3) Realizar el balance general y el estado de resultado 4) Realizar los aspectos fiscales de licencias y funcionamientos 5) Llevar el control de facturación

Problemática del puesto	Falta de liderazgo
Toma de decisiones	Coordinado con el gerente general
Objetivo del puesto	Realizar los cálculos contables correspondientes al régimen fiscal incorporado.

Fuente: elaboración propia.

Tabla 22. Descripción del perfil del puesto de contador.

Perfil del Puesto	
Nombre del puesto	Contador
Escolaridad	Licenciatura en contaduría
Experiencia laboral	2 a 5 años
Edad	24 - 30 años
Sexo	Sexo indistinto
Estado civil	Soltero (a) o casado (a)
Cualidades o aptitudes individuales	
A) Presentación	100%
B) Liderazgo	80%
C) Don de mando	80%
D) Equipo de trabajo	70%
E) Manejo de relaciones públicas	50%
F) Manejo de relaciones humanas	50%
G) Responsabilidad	100%
H) Criterio	100%
I) Iniciativa	80%
J) Creatividad	50%
K) Disponibilidad de tiempo completo	60%

Fuente: elaboración propia.

Tabla 23. Descripción de las funciones del publicista.

Descripción del puesto	
Nombre del puesto	Publicista
Nivel jerárquico	Medio
Jefe inmediato	Gerente General
Lugar de adscripción (área de trabajo)	Establecimiento
Puestos colaterales	Compras, Producción, Cajera

Relaciones internas	Con todo el personal
Relaciones externas	Medios de comunicación.
Requerimientos específicos del puesto	Persona que sepa utilizar computadora y tenga conocimiento de redes sociales y creativa
Descripción específica del puesto	1) Navegar en redes sociales 2) Realizar la publicidad en las páginas sociales 3) Realizar las promociones que se realizarán para incentivar la venta del producto 4) Subir las fotos de los productos
Problemática del puesto	Compromiso para mantener las páginas de publicidad activas
Toma de decisiones	Coordinado con el gerente en la toma de decisiones.
Objetivo del puesto	Dar a conocer el producto a través de las redes sociales y crear las promociones que se realizaran del producto.

Fuente: elaboración propia.

Tabla 24. Descripción del perfil del puesto de publicista.

Perfil del puesto	
Nombre del puesto	Publicista
Escolaridad	Técnico profesional
Experiencia laboral	6 meses a 1 año
Edad	20 a 25 años
Sexo	Sexo indistinto
Estado civil	Soltero
Cualidades o aptitudes individuales	
A) Presentación	80%
B) Liderazgo	85%
C) Don de mando	70%
D) Equipo de trabajo	100%
E) Manejo de relaciones públicas	80%
F) Manejo de relaciones humanas	85%
G) Responsabilidad	90%
H) Criterio	80%
I) Iniciativa	90%
J) Creatividad	100%
K) Disponibilidad de tiempo completo	75%

Fuente: elaboración propia.

Tabla 25. Descripción de las funciones del encargado de compras.

Descripción del puesto	
Nombre del puesto	Encargado de compras
Nivel jerárquico	Medio
Jefe inmediato	Gerente General
Lugar de adscripción (área de trabajo)	Establecimiento
Puestos colaterales	Publicista, Producción, Cajera
Relaciones internas	Con todo el personal
Relaciones externas	Otras personas
Requerimientos específicos del puesto	Debe ser una persona responsable, que sepa conducir una motocicleta y de preferencia que tenga licencia vigente
Descripción específica del puesto	1) Realizar las compras diarias que se requieran 2) Entregar el pedido en el establecimiento 3) Entregar las notas o facturas de pago o en su caso realizar los reembolsos
Problemática del puesto	Recorridos de supermercados para conseguir todo el pedido solicitado
Toma de decisiones	Coordinado con el gerente en la toma de decisiones.
Objetivo del puesto	Cumplir con la asistencia diaria para realizar las compras que se soliciten para la producción de los elotes así como algunas diligencias de pago de luz, agua y teléfono.

Fuente: elaboración propia.

Tabla 26. Descripción del perfil del encargado de compras.

Perfil del puesto	
Nombre del puesto	Encargado de compras
Escolaridad	Técnico profesional
Experiencia laboral	1 año
Edad	20 a 30 años
Sexo	Masculino
Estado civil	Soltero o casado
Cualidades o aptitudes individuales	

A) Presentación	80%
B) Liderazgo	70%
C) Don de mando	60%
D) Equipo de trabajo	100%
E) Manejo de relaciones públicas	80%
F) Manejo de relaciones humanas	85%
G) Responsabilidad	100%
H) Criterio	80%
I) Iniciativa	90%
J) Creatividad	50%
K) Disponibilidad de tiempo completo	100%

Fuente: elaboración propia.

Tabla 27. Descripción de las funciones del encargado de producción.

Descripción del puesto	
Nombre del puesto	Encargado de producción
Nivel jerárquico	Medio
Jefe inmediato	Gerente General
Lugar de adscripción (área de trabajo)	Establecimiento
Puestos colaterales	Publicista, Compras, Cajera
Relaciones internas	Con todo el personal
Relaciones externas	Otras personas
Requerimientos específicos del puesto	Persona con conocimientos de cocina y utensilios
Descripción específica del puesto	1) Encargada del cocimiento y preparación de los elotes
Problemática del puesto	El tiempo que tardan los elotes en cocerse puede retrasar su preparación
Toma de decisiones	Coordinado con el gerente en la toma de decisiones.
Objetivo del puesto	Realizar la preparación de los elotes al gusto del cliente en un tiempo de espera considerable es decir que no se demore demasiado en salir el pedido.

Fuente: elaboración propia.

Tabla 28. Descripción del perfil del puesto de producción.

Perfil del puesto	
Nombre del puesto	Encargado de producción
Escolaridad	Técnico profesional
Experiencia laboral	1 año
Edad	20 a 30 años
Sexo	Femenino
Estado civil	Soltero o casado
Cualidades o aptitudes individuales	
A) Presentación	80%
B) Liderazgo	100%
C) Don de mando	100%
D) Equipo de trabajo	100%
E) Manejo de relaciones públicas	75%
F) Manejo de relaciones humanas	75%
G) Responsabilidad	100%
H) Criterio	80%
I) Iniciativa	90%
J) Creatividad	85%
K) Disponibilidad de tiempo completo	100%

Fuente: elaboración propia.

Tabla 29. Descripción de las funciones de la cajera.

Descripción del puesto	
Nombre del puesto	Cajera
Nivel jerárquico	Medio
Jefe inmediato	Gerente General
Lugar de adscripción (área de trabajo)	Establecimiento
Puestos colaterales	Publicista, Compras, Producción
Relaciones internas	Con todo el personal
Relaciones externas	Otras personas
Requerimientos específicos del puesto	Responsable, que tenga facilidad para manejar el dinero, que sepa usar programas de facturación, alegre.

Descripción específica del puesto	1) Recibir y revisar su fondo antes de abrir 2) Atender al cliente y tomar su pedido 3) Pasar la orden al área de producción para su elaboración 4) Realizar el cobro del producto 5) Al realizar el cierre hacer el corte de lo vendido
Problemática del puesto	En algunas cosas podría presentarse la falta de cambio en la caja.
Toma de decisiones	Coordinado con el gerente en la toma de decisiones.
Objetivo del puesto	Atender de manera alegre a los clientes que lleguen al establecimiento, realizar la comanda del pedido y cobrando correctamente.

Fuente: elaboración propia.

Tabla 30. Descripción del perfil del puesto de la cajera.

Perfil del puesto	
Nombre del puesto	Encargado de producción
Escolaridad	Técnico profesional
Experiencia laboral	1 año
Edad	20 a 30 años
Sexo	Femenino
Estado civil	Soltero o casado
Cualidades o aptitudes individuales	
A) Presentación	80%
B) Liderazgo	100%
C) Don de mando	100%
D) Equipo de trabajo	100%
E) Manejo de relaciones públicas	75%
F) Manejo de relaciones humanas	75%
G) Responsabilidad	100%
H) Criterio	80%
I) Iniciativa	90%
J) Creatividad	85%
K) Disponibilidad de tiempo completo	100%

Fuente: elaboración propia.

CAPÍTULO VIII. ASPECTOS LEGALES Y SOCIETARIOS

8.1 Marco legal del emprendimiento

Primeramente se tomó la decisión de operar en el Régimen de Incorporación Fiscal que “es un esquema sencillo al que pueden acceder personas físicas, cuyos ingresos al año no excedan de dos millones de pesos anuales” (SAT, 2017, párr. 1), en este tipo se puede: emitir facturas fácilmente y la declaración de impuestos se realiza de forma bimestral.

Esto se decidió ya que este régimen es idóneo para el proyecto, porque en esta se desempeñan los micros y pequeñas empresas que no rebasen los dos millones de ingresos en un año. Así como el beneficio que durante el primer año de funcionamiento de la empresa tienen el descuento del 100% en el Impuesto Sobre la Renta (ISR). (Secretaria de finanzas de la Ciudad de México, 2017)

Conociendo el régimen en el que se pretende acceder para operar de forma legal y reglamentaria, se procederá a dar de alta a la propietaria, en este caso a Brisa Natali Tax Tinal como persona física ante el Servicio de Administración Tributaria para que se pueda operar y de esta forma obtenga un RFC para los tramites siguientes entre ellos para tramitar la licencia municipal de funcionamiento en la isla de Cozumel.

Pasos para la inscripción al régimen de incorporación fiscal:

1. Ingresar a www.sat.gob.mx y obtener una cita.
2. Acudir a la cita en la fecha y lugar asignados.
3. Llevar la siguiente documentación: CURP o acta de nacimiento, identificación oficial vigente (credencial para votar, cédula profesional, pasaporte, licencia para conducir, entre otras) y comprobante de domicilio donde se ubique el negocio (pago de servicios como agua, luz, teléfono, predial, entre otros).

4. Realizar el trámite y obtener el acuse de inscripción al Registro Federal de Contribuyentes (RFC) el cual contiene la Cédula de Identificación Fiscal (CIF).
5. De igual forma la inscripción se puede realizar ante las oficinas autorizadas de la Entidad Federativa que les corresponda de acuerdo al domicilio. (SAT, 2017)

Tamaño del emprendimiento

Pocos trabajadores (máximo 10):

No se trata de un número exacto, pero las microempresas se diferencian del resto de compañías por tener como máximo esta cifra de empleados. De hecho, uno de ellos suele ser el administrador o propietario, quien asume distintas labores en el día a día. Por lo general, las estructuras de una microempresa no tienen más de dos niveles jerárquicos: el del jefe y el de los trabajadores. (EAE Business School, 2015, párr. 4).

Facturación acotada:

Por su propia estructura, las microempresas tienen un bajo nivel de facturación y de beneficios. Son negocios corrientes dentro de los sectores del comercio, lo cual les ubica dentro de la categoría de PYMES, es decir, de compañías que no tienen una incidencia significativa en los mercados y cuyas actividades no suponen grandes cantidades de capital para el conjunto de la economía. (EAE Business School, 2015, párr. 5).

Predominio de la mano de obra:

Además, suelen ser negocios poco tecnificados o que no gozan de una estructura que permita procesos de producción en cadena. En cambio, en ellas predomina un uso de materias primas y de mano de obra convencional. (EAE Business School, 2015, párr. 6).

Pequeños círculos de acción:

Las microempresas no tienen gran impacto en sus campos comerciales. Pueden ser reconocidas y hasta prestigiosas, pero su nivel de acción sigue siendo local y muy limitado: el barrio, la zona, el pueblo o incluso la comarca. (EAE Business School, 2015, párr. 7).

Lazos cercanos:

También se da la circunstancia de que los trabajadores de las empresas pequeñas comparten lazos familiares o de amistad. Las opciones de selección de personal se reducen a los pequeños círculos a los que tenga acceso su propietario. De hecho, muchas de las grandes empresas familiares han iniciado labores desde un negocio en el que participaban sus miembros y amigos. (EAE Business School, 2015, párr. 8).

8.2 Formatos y permisos para el lanzamiento del emprendimiento

Entre los trámites y requisitos legales para apertura del establecimiento se encuentra (López, 2013):

- Creación y protocolización del Acta Constitutiva.
- Darse de ante el SAT.
- Permiso de uso de suelo.
- Licencia de funcionamiento federal.
- Licencia de funcionamiento estatal.
- Licencia de funcionamiento municipal.
- Inscripción ante el Instituto Mexicano del Seguro Social.
- Permiso de anuncio exterior.

Protección de propiedad intelectual

El instituto mexicano de la propiedad industrial (IMPI) da el derecho al uso exclusivo en el territorio nacional por 10 años, ya que distingue tus productos o servicios de otros existentes en el mercado, además te puede ayudar a iniciar acciones legales por posible mal uso de tu marca y te facilita el otorgar licencias de uso o franquicias. (IMPI, 2020)

Para ello se procedió a verificar ante el instituto mexicano de la propiedad industrial si la marca tenía algún registro, lo cual resulto no haber con el nombre de “Elotitos Mix” lo que le da la posibilidad a la empresa a registrar su marca sin algún inconveniente.

Ilustración 14. Consulta de marca



Fuente: IMPI, 2020

Los documentos requeridos para realizar el trámite son:

- Solicitud de Registro o Publicación de Signos Distintivos (Original)
- Hoja adicional complementaria al punto “Datos generales del (de los) solicitante(s)” (Original)
- Comprobante de pago. (Original y copia)

- Documento que acredita la personalidad del mandatario (este documento puede presentarse en copia certificada y su presentación es opcional). (Original)
- Constancia de inscripción en el Registro General de Poderes del IMPI (opcional). (Original y copia)
- Reglas de uso, sólo si el signo distintivo se presenta por más de un solicitante (cotitularidad). (Original)
- Hoja adicional complementaria al punto “Productos o servicios, en caso de Marca o Aviso Comercial/Giro comercial preponderante”**. (Original)
- Hoja adicional complementaria al punto “Leyendas o figuras no reservables” **. (Original)
- Traducción de los documentos presentados en idioma distinto al español, en su caso. (Original)
- Legalización o apostilla de los documentos anexos provenientes del extranjero, en su caso. (Original). (Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, 2017).

Costos

Por el estudio de una solicitud nacional para el registro de una marca hasta la conclusión del trámite o, en su caso, la expedición del título. (el costo no incluye IVA) y tiene un monto de \$2,457.79 mxn.

Opciones para realizar el trámite en línea

1. Obtén tu FIEL como persona física.
2. Regístrate para obtener un usuario y contraseña.
3. Captura la solicitud.
4. Adjunta los anexos correspondientes en formato PDF.
5. Realiza el pago en ventanilla bancaria o por transferencia electrónica.

6. Firma con tu FIEL.
7. Descarga el acuse electrónico.
8. Consulta periódicamente MARCANET para conocer el estatus de tu expediente.
9. Espera la respuesta del Instituto ya que puedes ser notificado a través de tu Tablero Electrónico en Marca en Línea. (Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, 2020)

CAPÍTULO IX. ESTABLECIMIENTO, LANZAMIENTO E INVERSIONES

9.1 Establecimiento

9.1.1 Macrolocalización

A continuación se presentan las variables que se tomaron en consideración al decidir la zona de instalación para poner en marcha el negocio.

Tipo de lugar

El lugar seleccionado para la instalación del proyecto es en el estado libre y soberano de Quintana Roo ubicado al sureste de la república mexicana, con una extensión de 44,705 km², representa un 2.3% del territorio nacional, su división política es de 11 municipios. (Para Todo México, 2015, párr. 1)

Tomando como referencia una investigación realizada previamente, se llegó a la conclusión de que en el estado de Quintana Roo, en la isla de Cozumel no hay un establecimiento que ofrezca la venta de elotes espolvoreadas con papas fritas.

Geográficamente la isla de Cozumel se encuentra ubicada en la costa del estado a 60 kilómetros de distancia en la parte sur de la ciudad de Cancún y a una distancia de 20 kilómetros de la costa; es señalada como la tercera isla más grande del territorio mexicano, gracias a que está ubicada frente al mar Caribe. (México Hoy, s.f, párr. 1)

Ilustración 15. Mapa del Estado de Quintana Roo.



Fuente: Google

Monto de inversión

El monto de inversión es de \$125,681.82 pesos, cantidad destinada para el equipamiento del inmueble, no será necesario gastar en la compra o alquiler del terreno ya que es propiedad del inversor.

Estado de las vías de acceso

Las vías de acceso a la isla de Cozumel son a través del aeropuerto internacional ASUR con capacidad de 7 operaciones por hora. También se encuentran 3 terminales internacionales de cruceros (Muelle Punta Langosta, Muelle Puerta Maya y Muelle SSA México), terminal de transbordadores (Muelle de carga) que se especializan en la transportación de vehículos, autobuses y camiones en todas sus dimensiones, a través de la ruta Punta Venado (CALICA) – Cozumel – CALICA y la terminal San Miguel (Muelle Fiscal) que brinda servicio a embarcaciones de conexión, turística y de pasajeros. (SECTUR, 2013, pág. 91)

Cozumel está conformado por la Carretera transversal, que rodea la isla para comunicar los puntos de interés turístico con la zona urbana, con una extensión de 65 kilómetros aproximadamente, y la Carretera de la Zona Hotelera Norte, con una longitud aproximada de 6 kilómetros. (SECTUR, 2013, pág. 92)

Servicios

La isla cuenta con energía eléctrica, agua potable, servicio de drenaje comunicación telefónica y acceso a Internet bastante estable.

9.1.2 Microlocalización

El análisis de la microlocalización indica la mejor alternativa para la instalación del proyecto, lo primero que se considero es que ya se cuenta con un local donde se puede realizar la venta de los lotes, sin embargo se realizó un análisis del entorno para corroborar que no haya algún vecino indeseable que pueda afectar al producto y que tipo de negocio ancla hay cerca identificando hoteles, supermercados, bares, tiendas de ropa, heladerías, librerías y otros que pudieran atraer nuevos consumidores pues el lugar donde se pretende establecer está rodeada de diversos negocios locales pero ninguno igual al producto a ofrecer lo que resulta bastante positivo para el negocio ya que cerca hay una preparatoria una secundaria y una primaria donde se encuentra el público objetivo de Elotitos mix.

Ubicación

25 Avenida entre Juárez y 2 Norte, Col. Centro Cozumel Quintana Roo.

Relación precio calidad del terreno

Propiedad del inversor.

Revisión del entorno

No se detectaron vecinos indeseables.

Negocios ancla

Escuelas, negocios locales, hoteles, supermercados y una gasolinera.

Análisis de la estructura urbana

La ubicación donde se pretende establecer el local tiene la ventaja de estar concurrida por turistas ya que está en la zona centro de la isla al igual de tener alrededor negocios de gran influencia en la comunidad haciendo que muchas personas transiten en el área.

A continuación se presenta la estructura del establecimiento que se acondicionara para la venta de los elotes que dispone con una amplitud de 40.5 mts² Cabe destacar que una de las ventajas es que ya se tiene el local que es propiedad del inversor, no tendrá una amplitud muy grande ya que no venderos varios productos, contara con cuatro mesas pequeñas cada uno con 4 sillas esto es para que las personas que esperen su producto o prefieran comerlo en el establecimiento se sientan a gusto, contaremos con una meseta donde se podrá ordenar, colocaremos una computadora y un teléfono de casa esto para agilizar la producción del elote cuando hagan pedidos, de igual manera contara con una lava manos, tendremos un refrigerador donde se conservaran los productos que necesiten ser refrigerados, una pequeña estufa donde se sancocharan los elotes, un extintor por cualquier accidente que pueda suceder y un baño.

Ilustración 16. Croquis completo de las instalaciones del establecimiento.



Fuente: elaboración propia.

En la imagen anterior se visualiza el interior de todo el local ya amueblando, las medidas tomadas son de 7m x 6m es un espacio de tamaño adecuado para la elaboración y venta de los elotes y que no se pretende tener un lugar tan grande sino cómodo y accesible.

Ilustración 17. Ángulos del local de esquina a esquina.



Fuente: elaboración propia

En la imagen se puede apreciar los dos ángulos que son de esquina a esquina donde se ve la parte situada al área de caja ahí los clientes podrán ordenar y a la vez podrán esperar su producto también se coloran mesas y sillas para aquellas personas que gusten comer en el mismo establecimiento y tengan una atención y estancia cómoda.

Ilustración 18. Lateral del área de la caja del local.



Fuente: elaboración propia

La siguiente imagen representa el área donde estará situada la caja ahí los clientes podrán acercarse para hacer el pedido de su elote y efectuar el pago.

Ilustración 19. Imagen interior de la cocina.



Fuente: elaboración propia

Aquí se puede visualizar la parte de enfrente de la caja y el área de elaboración de los elotes ahí se colocaran los insumos necesarios para agilizar su preparación.

Ilustración 20. Interior del baño



Fuente: elaboración propia

La imagen anterior muestra el interior del baño adecuado para los clientes.

Ilustración 21. Pasillo que da al baño.



Fuente: elaboración propio.

Imagen del pasillo donde estará ubicado el baño.

9.2. Lanzamiento e inversiones

El equipo necesario para la elaboración de los Elotitos mix son los siguientes:

Maquinaria y equipo:

- ✓ Estufa parrilla de masa
- ✓ Tanque de gas
- ✓ Refrigerador pequeño
- ✓ Procesador de alimentos

Muebles:

- ✓ Cuatro mesas redondas (pequeñas)
- ✓ 8 sillas redondas
- ✓ Alacena
- ✓ Dos plantas decorativas

Equipo para el área de caja:

- ✓ Computadora
- ✓ Caja de metal para dinero

Herramientas:

- ✓ Tablas para picar
- ✓ Cuchillos
- ✓ Recipientes de plástico
- ✓ Tenedores
- ✓ Cucharas
- ✓ Guantes de plástico para elaboración de alimentos
- ✓ Hoya de aluminio

Limpieza:

- ✓ Escoba
- ✓ Recogedor de basura
- ✓ Bote de basura
- ✓ Jalador de agua
- ✓ Trapeador

Determinación de los costos de producción.

Tabla 31. Presupuesto costos de producción materia prima

Materia Prima				
Cantidad (pz)	Concepto	Costo unitario	Costo mensual	Costo anual
480	Elotes	\$4.00	\$1,920.00	\$23,040.00
2	Mayonesa de 3.4kg	\$186.18	\$372.36	\$4,468.32
24	Media crema	\$6.00	\$144.00	\$1,728.00
3	Queso fresco KG	\$52.00	\$156.00	\$1,872.00
1	Chile molido frasco	\$50.00	\$50.00	\$600.00
2	Salsa picante valentina 1.5lt	\$22.00	\$44.00	\$528.00
4	Limon (kg)	\$20.00	\$80.00	\$960.00
360	Palillos eloteros	\$1.00	\$360.00	\$4,320.00
52	Papas fritas ruffles queso	\$6.00	\$312.00	\$3,744.00
52	Papas fritas tostitos salsa ver	\$6.00	\$312.00	\$3,744.00
100	Papas fritas takis fuego	\$5.00	\$500.00	\$6,000.00
150	Papas fritas chetos flamin ho	\$5.00	\$750.00	\$9,000.00
150	papas fritas cheetos colmillos	\$5.00	\$750.00	\$9,000.00
500	Empaques	\$2.00	\$1,000.00	\$12,000.00
	Total		\$6,750.36	\$81,004.32

Fuente: elaboración propia.

La tabla anterior refleja la lista de la materia prima necesaria para la producción de los elotes con papas fritas considerando desde el primer mes de operación hasta llegar al año, mostrando así un monto de inversión requerido en la materia prima de \$81,004.32 pesos durante el primer año.

Programa de producción maquinaria y equipo

En las tablas siguientes se presenta el presupuesto de inversión a utilizar en las herramientas de trabajo para el proceso de producción, maquinaria y equipo presupuestado para el establecimiento donde se pretende realizar la adquisición. También se ha tomado en consideración el monto de inversión para el equipo de cómputo, las licencias de funcionamiento y los gastos de administración dando como monto requerido \$44,677.50 pesos.

Tabla 32. Programa de producción maquinaria y equipo

Maquinaria y Equipo				
MOBILIARIO Y EQUIPO			\$12,980.00	
Cantidad	Concepto	Costo unitario	Costo total	Proveedor
1	Estufa parrilla de mesa	\$750.00	\$750.00	Mercado libre
1	Refrigerador pequeño	\$5,300.00	\$5,300.00	Elektra
1	Tanque de gas	\$700.00	\$700.00	Super aki
4	Mesas para negocio	\$1,425.00	\$5,700.00	Mercado libre
8	Sillas incluidas	\$0.00	\$0.00	Mercado libre
1	Procesador de alimentos	\$530.00	\$530.00	Sams Club
HERRAMIENTAS DE TRABAJO			\$2,399.00	
1	Juego de cuchillos	\$300.00	\$300.00	Mega soriana
1	Juego de tablas	\$230.00	\$230.00	Mega soriana
10	Platos	\$20.00	\$200.00	Bodega ahorrera
4	Contenedores de plastico	\$25.00	\$100.00	Bodega ahorrera
1	holla de aluminio	\$1,070.00	\$1,070.00	Coppel
1	Juego de utensilios	\$249.00	\$249.00	Mega soriana
1	Bote de basura	\$250.00	\$250.00	Mega soriana
Total			\$15,379.00	

Fuente: elaboración propia

Tabla 33. Programa de producción mobiliario de oficina

Mobiliario de Oficina				
EQUIPO DE COMPUTO				
Cantidad	Concepto	Costo unitario	Costo total	Proveedor
1	Computadora	\$10,500.00	\$10,500.00	coppel
1	Caja de metal para dinero	\$350.00	\$350.00	coppel
Total			\$10,850.00	

Fuente: elaboración propia.

Tabla 34. Licencias de funcionamiento

Licencias de Funcionamiento	
Concepto	Costo
Constitucion legal	\$1,000.00
Uso de suelo	\$1,000.00
Ecologia	\$800.00
Proteccion civil	\$1,209.00
Basura	\$1,200.00
Pedrial	\$1,500.00
Camara nacional de co	\$3,000.00
Siem	\$620.00
Cofepris	\$320.00
Anuncios	\$1,400.00
Total	\$12,049.00

Fuente: elaboración propia

Tabla 35. Gastos de administración

Gastos de Administración		
Concepto	Mansual	Anual
Agua	\$150.00	\$1,800.00
Luz electrica	\$300.00	\$1,800.00
Extintor	\$399.50	\$399.50
Material de limpieza	\$200.00	\$2,400.00
	Total	\$6,399.50

Fuente: elaboración propia.

Programa de producción ventas por año

Tabla 36. Ventas por año

Programa de produccion anual	Piezas
Cantidad a producir por día	20
Cantidad a producir por mes	480
Cantidad a producir por año	5760
Proyección de ventas en pesos	Pesos
Por día	\$ 600.00
Por mes	\$ 14,400.00
Por año	\$ 172,800.00

Fuente: elaboración propia

La tabla anterior detalla la cantidad de elotes que se pretenden vender durante un año, considerando que por día la venta estimada es de 20 piezas con un precio de \$30.00 pesos por elote, lo cual refleja que durante un mes se deben vender 480 piezas con un ingreso de \$14,400.00 pesos para obtener a un año una venta de 5760 elotes con un ingreso anual de \$172,800.00 pesos.

Calculo de la VAN y TIR

Tabla 37. Datos para el cálculo de la VAN y TIR

INVERSIÓN INICIAL	\$125,681.82
Maquinaria y equipo	\$15,379.00
Mobiliario de oficina	\$10,850.00
Gastos de administracion	\$6,399.50
Licencias de funcionamiento	\$12,049.00
Materia prima	\$81,004.32
EGRESO ANUAL	\$93,053.32
Materia prima	\$81,004.32
Licencias anuales	\$12,049.00
INGRESO ANUAL	\$ 172,800.00
Venta anual	\$ 172,800.00

Fuente: elaboración propia.

La tabla anterior refleja donde fue obtenido el monto de la inversión inicial que es la suma de lo requerido para la maquinaria y equipo, mobiliario de oficina, gastos de administración, licencias de funcionamiento y materia prima dando un total de \$125,681.82 pesos

El egreso anual fue tomando de los costos de la materia prima, más las licencias de funcionamiento que deberán ser pagadas cada año para operar legalmente con un total de \$93,053.32 pesos

El ingreso fue considerado de las ventas estimadas a un año con un total de \$172,800.00 pesos

Tabla 38. Cálculo Flujo efectivo neto

INVERSION INICIAL	\$ 125,681.82
TASA INFLACIÓN ANUAL	5.00%

Año	Ingreso	Egreso	Flujo efectivo neto
0			-\$ 125,681.82
1	\$ 172,800.00	\$ 93,053.32	\$ 79,746.68
2	\$ 181,440.00	\$ 97,705.99	\$ 83,734.01
3	\$ 190,512.00	\$ 102,591.29	\$ 87,920.71
4	\$ 200,037.60	\$ 107,720.85	\$ 92,316.75
5	\$ 210,039.48	\$ 113,106.89	\$ 96,932.59

Fuente: elaboración propia

Tomando los datos anteriores se proyecta una inversión inicial de \$125,681.82 pesos, lo cual indica que el flujo efectivo neto para el año cero es igual a la inversión inicial en negativo, es decir -\$125,681.82 pesos, ya que es a partir del año uno donde se empieza a reflejar las proyecciones para los primeros cinco años.

El flujo efectivo neto para los siguientes años se calculó a través del ingreso que son las ventas estimadas a un año con un aumento del 5% para los siguientes periodos, menos los egresos que son en monto requerido para los costos de producción y los gastos de las licencias de funcionamiento que deberán ser pagadas anualmente estimando también un aumento del 5% para los siguientes periodos.

Tabla 39. Cálculo del estimador VAN y TIR.

VAN	\$165,762.39
TIR	61%
TASA RENDIMI	15.00%

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INVERSIÓN INICIAL	\$125,681.82					
FLUJO EFECTIVO NETO	-\$125,681.82	\$ 79,746.68	\$ 83,734.01	\$ 87,920.71	\$ 92,316.75	\$ 96,932.59

Fuente: elaboración propia

Valor actual neto (VAN)

La vida útil del presente proyecto está estimada a 5 años, con una tasa de rendimiento del 15%.

El Valor Actual Neto (VAN) permite calcular el valor presente de los flujos de efectivo neto que se han generado con la inversión inicial, para ello se tomó la tasa de rendimiento, los periodos del año 1 al año 5 del flujo efectivo neto, menos la inversión inicial dando un total de VAN de \$165,762.39 lo cual indica que el proyecto es viable ya que arrojó un resultado positivo mayor a la inversión inicial.

Tasa interna de retorno (TIR)

El TIR presenta un porcentaje de ganancia o pérdida al realizar una inversión, para ellos se tomaron los flujos de efectivo neto desde el año 0 hasta el año 5 la cual resulto ser de un 61%, lo que indica que el proyecto resulta rentable ya que supera la tasa de rendimiento con un 50% más del esperado.

Rembolso de la inversión

A continuación se presentan los datos para el cálculo del reembolso a valor nominal de la inversión:

Tabla 40. Cálculo del reembolso a valor nominal

Años	Flujos de efectivo	Rembolso
0	-\$ 125,681.82	-\$ 125,681.82
1	\$ 79,746.68	-\$ 45,935.14
2	\$ 83,734.01	\$ 37,798.87
3	\$ 87,920.71	\$ 125,719.59
4	\$ 92,316.75	\$ 218,036.34
5	\$ 96,932.59	\$ 314,968.93

Fuente: elaboración propia

El cálculo anterior refleja en qué periodo se empieza a recuperar el desembolso de la inversión inicial, considerando que el reembolso del año cero es igual al flujo de efectivo del mismo año, es decir, -\$125,681.82, partiendo del siguiente dato se sacó la diferencia entre el reembolso del año cero más la suma del flujo de efectivo del primer año, secuencia que siguió hasta llegar al quinto año. Reflejando como resultado que a partir del segundo año se empieza a recuperar el monto de inversión y que a partir del 5 año se habrá obtenido más del doble de la inversión inicial.

CAPÍTULO X. RESULTADOS PREVISTOS

10.1 Estado de resultados

Tabla 41. Estado de resultados del 01 de enero al 31 de diciembre de 2020

ELOTITOS MIX		
Estado de Resultados al 30 de Diciembre del 2020		
	Ventas	\$ 172,800.00
Menos	Descuentos	\$ 3,600.00
Igual	<u>Venta netas</u>	<u>\$ 169,200.00</u>
	Mano de obra	\$ 4,500.00
Más	Materia prima	\$ 81,004.32
Igual	<u>Costo de ventas</u>	<u>\$ 85,504.32</u>
Igual	<u>Utilidad bruta</u>	<u>\$ 83,695.68</u>
	Gastos administrativos	\$ 6,399.50
Más	Gastos de ventas	\$ 2,000.00
Igual	<u>Total de gastos</u>	<u>\$ 8,399.50</u>
Igual	Utilidad antes de impuestos	\$ 75,296.18
Igual	Impuestos a la utilidad 10%	\$ 7,529.62
	<u>Utilidad neta del ejercicio</u>	<u>\$ 67,766.56</u>

Fuente: elaboración propia

El estado de resultados refleja cuanto ha ganado el negocio durante un año. Partiendo que durante el primer se tienen ventas por \$172,800.00 a las que se le descontaron rebajas por \$3,600.00 dando un total en ventas netas de \$169,200.00 pesos, posteriormente se pasó a calcular el costo de las ventas para ello se sumaron los costos de la mano de obra \$4,500.00 y la materia prima \$81,004.32, dando un total de costo por \$85,504.32 pesos monto que se le resto a las ventas netas para sacar un total de utilidad bruta de \$83,695.68.

Para el total de gastos se sumaron los gastos administrativos \$6,399.50 y los gastos de ventas \$2,000.00, dando un total de \$8,399.50 pesos, para saber cuál fue la utilidad antes de impuestos se restó a la utilidad neta el total de gasto dando como monto \$75,296.18 pesos a la cual se le considero un impuesto a la utilidad menos el 10% dando un total del ejercicio de \$67,766.56 pesos

10.2 Balance General

Tabla 42. Balance general del primer año, en miles de pesos.

ELOTITOS MIX			
Balance General al 31 de Diciembre del 2020			
Activo		Pasivo	
I. Activo circulante		I.- Pasivo circulante	
1.- Bancos	\$ 10,000.00	1.- Cuentas por pagar	\$ -
2.- Cuentas por cobrar	\$ -	2. Proveedores	\$ 1,000.00
3.- Inventarios	\$ 40,000.00	TOTAL	\$ 1,000.00
4.- Caja	\$ 5,000.00	II.- Pasivo fijo	
TOTAL	\$ 55,000.00	1.- Creditos bancarios	\$ 67,000.00
II.- Activo fijo		TOTAL	\$ 67,000.00
1.-Terreno	\$ -	TOTAL	\$ 68,000.00
2.- Edificios	\$ -	II.- Capital social	\$ 25,966.55
3.- Maquinaria y equipo	\$ 15,379.00	III.- Utilidad (o pérdida)	
Depreciación 5%	\$ 768.95		
4.-Mobiliario de oficina	\$ 10,850.00		
Depreciación 5%	\$ 542.50		
TOTAL	\$ 24,917.55		
III.- Activo diferido.			
1.-Propaganda y publicidad	\$ 2,000.00		
2.- Gastos preoperativos	\$ 12,049.00		
TOTAL	\$ 14,049.00		
		TOTAL PASIVO	\$ 93,966.55
TOTAL ACTIVO	\$ 93,966.55		

Fuente: elaboración propia.

El balance general está compuesto por los activos (bienes y derechos) y los pasivos (deudas y obligaciones) que tiene la empresa.

El activo está dividido en tres partes, primeramente se tiene el activo circulante integrada por bancos, cuentas por cobrar, inventarios y caja, con un monto de

\$55,000.00 que es la suma de dichas cuentas y es el dinero que la empresa tiene y que dispone para hacer uso de el en cualquier momento , en el activo fijo se encuentran aquellos bienes muebles e inmuebles que se necesitan para poder abrir el establecimiento y operar desde el terreno, el edificio, la maquinaria y equipo menos el 5% de depreciación (anual), el mobiliario de oficina menos el 5% de depreciación (anual) lo que da un total de activos fijos de \$24,917.55 y por último se tiene el activo diferido que representa los gastos que la empresa consumirá en el futuro contemplando la propaganda y publicidad y los gastos preparativos sumando un monto de \$14,049.00, partiendo de estos 3 montos se obtuvo un total activos del \$93,966.55 pesos.

El pasivo de igual forma se dividió en dos partes, el pasivo circulante compuesto por proveedores con un total a pagar de \$1,000.00 en un plazo menor a un año y el pasivo fijo integrado por la deuda que contrajimos con el banco con un monto \$67,000.00 la cual deberá ser paga en un plazo mayor a un año, así mismo se refleja el capital social que es la diferencia entre el total de activos menos la suma de todos los pasivos dando un capital de \$25,966.55 cantidad que se sumó a los pasivos dando un total de \$93,966.55 cuadrado con el total activos.

10.3 Razones financieras

Tabla 43. Razones financieras.

RENTABILIDAD	
Margen bruto de utilidad	
Ventas - Costos de venta / Ventas	50%
Margen de utilidad de operación	
Ventas - Costos de venta- Gastos financieros / Ventas	50%
Margen de utilidad antes de impuestos	
Utilidad antes de impuestos / Ventas	43%
LIQUIDEZ	
Razón circulante	
Activo circulante / Pasivo circulante	\$55.00
Prueba de acido	
Activo circulante sin inventarios / Pasivo circulante	\$15.00
Razón de capital neto de trabajo	
Activo circulante - Pasivo circulante / Ventas	\$31.00

Fuente: elaboración propia.

Margen bruto de utilidad: se dice que por cada peso que genera la empresa \$0.50 centavos pertenecen a la utilidad.

Margen de utilidades operacionales: por cada peso vendido se reporta \$0.50 centavos de utilidad operacional

Razón circulante: por cada peso que la empresa debe a corto plazo se cuenta con \$55 pesos para respaldar esa obligación.

Prueba de ácido: por cada peso que se debe a corto plazo se cuenta con \$15 pesos para pagarlos en activos circulantes de fácil realización sin tener que recurrir a la venta de los inventarios

Razón de capital neto de trabajo: esta razón representa que por cada peso que genera la empresa \$0.31 centavos corresponden al capital neto del trabajo.

CAPÍTULO XI. PLAN DE FINANCIAMIENTO

➤ Nacional financiera

Nacional Financiera contribuye al desarrollo económico de México, facilitando el acceso de las mipymes, emprendedores y proyectos de inversión prioritarios al financiamiento y otros servicios de desarrollo empresarial, así como contribuir a la formación de mercados financieros y fungir como fiduciario y agente financiero del Gobierno Federal, que permita impulsar la innovación, mejorar la productividad, la competitividad, la generación de empleos y el crecimiento regional. (NAFIN, 2020)

Crédito a jóvenes empresarios es un programa de financiamiento para jóvenes entre 18 y 35 años, que buscan iniciar o hacer crecer su negocio, en la que se les brinda una tasa preferencial de crédito gracias al respaldo del Gobierno Federal. (NAFIN, 2018)

Tabla 44. Características del crédito

	Crédito a Negocios en Operación	
	Tu Crédito para Crecer**	Tu Crédito PYME Joven Empresario**
Antigüedad de operación de la empresa	Al menos un año de operación	Al menos un año de operación
Financiamiento:	• Hasta 300 mil pesos	• Hasta 2.5 millones de pesos
Tasa de interés:	• 12.5% anual fija	• Hasta 12.5% anual fija
Plazo máximo del crédito:	• Hasta 36 meses para capital de trabajo • 60 meses para activo fijo	• Hasta 60 meses
Plazo de gracia	• No aplica	• Hasta 3 meses
Destino del crédito	• Capital de Trabajo y activo fijo	• Capital de Trabajo y activo fijo
Tipo de crédito	• Simple	• Simple

Fuente: NAFIN, 2020

Los bancos que participan:

- Santander
- BanRegio
- Banamex (solo recibe emprendedores hasta 30 años)

Tabla 45. Requisitos del crédito.

	Crédito a Negocios en Operación	
	Tu Crédito para Crecer**	Tu Crédito PYME Joven Empresario**
Estar dado de Alta ante el SAT	Aplica solo para el Régimen de Incorporación Fiscal (RIF)	Persona Física con Actividades Empresariales (PFAE), o Persona Moral (excepto RIF)
Aval u obligado solidario, NO necesita entregar propiedad en garantía	SI	SI
Antecedentes favorables en el Buró de Crédito (acreditado y aval)	*SI	SI
Requerimientos específicos:	No aplica	No aplica Activar Windows

Fuente: NAFIN. 2020

Personas físicas con actividad empresarial.

Tratándose de Personas Físicas deberán tener una edad mínima de 18 años y máxima de 35 años* al momento de la solicitud del crédito (significa que la edad máxima será menor a los 36 años.) (NAFIN, 2020).

1. Carátula de datos generales.
2. Cédula de identificación fiscal o Alta en Hacienda.
3. Comprobante de domicilio del acreditado y aval u obligado solidario: (teléfono fijo, luz, agua, predio o estado de cuenta), con una antigüedad no mayor a 90 días.
4. Identificación oficial de la Persona Física con Actividad Empresarial (INE, pasaporte, cédula profesional, FM2).

5. Identificación oficial vigente del aval u obligado solidario. (INE, pasaporte, cédula profesional, FM2).
6. Certificado PIL.
7. Modelo de negocio.
8. Plan financiero.
9. Plan de puesta en marcha.
10. Resumen ejecutivo.
11. Constancia de aprobación del curso “Cómo Solicitar Crédito en un Banco” de Nafinsa, con proyecciones a cuatro años.

CAPÍTULO XII. PROPUESTA ESPECÍFICA DEL PRODUCTO

El empaque considerado para la entrega del producto es un contenedor biodegradable parecido al unigel, ya que fue el que más destaco en el estudio de mercado, tomando como medidas 21.2 cm de largo X 9.1 cm de ancho, siendo un material que ofrece protección y resistencia al momento de ser manipulado y así mismo ayudara al producto a mantenerse a una temperatura cálida, esto para aquellas personas que deseen llevar su elote, ya que para las personas que consuman su elote dentro del establecimiento se manejaran platillos de plástico con el fin de disminuir el porcentaje de basura.

Se hará uso de una etiqueta que lleve el logotipo de la microempresa, la cual será colocada en la tapa del contenedor para una mejor presentación y dar presencia del negocio en la mente de los consumidores y que sea reconocido por otras personas al momento de ser trasportado por el consumidor final.

Ilustración 22. Empaque.



Fuente: Ecoshell, 2018

Ingredientes para la elaboración del producto

- Elote entero
- Media crema
- Mayonesa
- Queso fresco o sopero
- Limón y sal
- Salsa picosita
- Chamoy
- Chile molido
- Queso cheddar (ocasional)
- Frituras de diferentes sabores

Ilustración 23. Elote con papas fritas



Fuente: Google

La elaboración del presente trabajo permitió trazar la ruta y puntos estratégicos para el futuro del negocio el cual desea llevarse a cabo en la isla de Cozumel, dado que las tendencias de consumo hacia el producto a comercializar son variadas y el elote se ha convertido en un clásico ya que los modos de consumo han variado según la preferencia de cada persona, además de ser una verdura muy rica se suele consumir incluso solo sancochado. Por lo que se identificó como una oportunidad de negocio dada la popularidad de su consumo y preferencia.

El nombre de la empresa “Elotitos Mix” viene de la idea de combinar esta hortaliza con variados ingredientes que se espera sean del agrado del consumidor.

Ilustración 24. Logo.



Fuente: elaboración propia

El color es punto clave al momento de crear una nueva marca, es un factor importante ya que ayuda a darle personalidad y apariencia a la marca y cómo se desea que su público la perciba. Esto a su vez por supuesto debe ser congruente con la empresa productora del mismo. (Mercadotecnia total, 2017, párr. 12).

Considerando lo anterior se ha creado el logotipo que identificara al negocio, el cual fue diseñado en referencia al producto a vender, resaltando así el nombre de la

empresa con unos iconos de elote que le da un aspecto original y bonito, los colores que sean utilizado para su creación son:

El amarillo: Es el color del sol y se traduce en emociones como es el optimismo, felicidad, brillo y alegría, en el producto es muy eficaz ya que queremos atraer la atención, además de mantener presente el ingrediente principal por lo que se utilizó para dar una presentación real ya que es el color original de los elotes.

El blanco: Se utilizó de fondo para resaltar las letras negras que componen el nombre del negocio además de dar un aspecto visual donde se aprecian los demás colores sin verse demasiado cargado.

El negro: Se utilizó en cada una de las letras ya que está asociado con el poder, la elegancia en lo nocturno y se aprecia perfectamente dando a conocer el nombre de "ELOTIOS MIX".

El rojo: Este color es muy atractivo en marketing, capta la atención de las personas y hace un contraste ideal con los demás colores que se utilizaron.

Es slogan que se diseñó para la promoción es: "Si de algo rico quieres disfrutar un elote con papas fritas tienes que probar".

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Emprender requiere de la formulación de ideas que sean factibles e innovadoras para el producto a comercializar, las cuales puedan cautivar a los futuros compradores, consumidores y clientes. La elaboración del presente plan de negocio ha requerido el desarrollo de diversos temas de mercado enfocados a la micro empresa Elotitos mix, en el que se plantea el producto, su precio, los medios para estar en contacto con los futuros clientes, la ubicación, canales de comercialización, las condiciones en las que debe estar, considerando aquellos aspectos legales para su funcionamiento, se realizó también un estudio de mercado lo cual permitió evaluar la situación en la que se puede encontrar la empresa desde su etapa inicial hasta su desarrollo, por lo que la utilidad del mismo ayudara a mejorar aquellos aspectos que no eran considerados antes de ser analizados, como, por ejemplo, la importancia de crear un espacio que sea confortable para cada uno de los que acudan al establecimiento ofreciendo al mismo tiempo comodidad y un servicio que nos ayude a captar la fidelización de los clientes y las estrategias derivadas de la mezcla de mercadotecnia, de igual forma se ha considerado la maquinaria necesaria para la producción y mantener la calidad de los insumos, cabe mencionar que se han encontrado ciertos aspectos en donde puede ser posible que se requiera un reajuste y crear nuevas estrategias para mantener o incrementar la viabilidad del proyecto haciendo énfasis en lo financiero y las proyecciones de venta. Todos los análisis realizados en el presente proyecto permiten profundizar y mejorar la idea buscando alternativas que favorezcan la apertura del micro empresa.

Un plan de negocio describe la idea básica acerca de la empresa y el producto, en la cual se describen las especificaciones relacionadas con su inicio y su operación futura, es decir, traza una ruta a seguir para disminuir los riesgos que puedan presentarse. Por medio de este estudio se ha determinado la viabilidad y las exigencias que involucran la apertura de un proyecto que van más allá de una idea sino de analizar y razones ciertos aspectos importantes que ha futuro le pueden

permitir al fundador realizar ciertos ajustes o estar previstos a las circunstancias que puedan presentarse ya que al emprender un negocio no solo se trata de vender sino que se deben seguir ciertas leyes, crear estrategias e innovar , tener establecido la situación financiera, mantenerse frente a la competencia y lo más importante evaluar que el negocio sea lo suficientemente factible para seguir creciendo en el mercado.

El desarrollo del presente trabajo dio un refuerzo a mi formación académica dada la aplicación a diversos temas de mercado, que se estuvieron estudiando durante el transcurso mi carrera y que tuvieron aplicación en el siguiente trabajo, reflejando así mismo la importancia de cada uno de los apartados que la integran para llevar a cabo la planificación y estructura de un plan de negocio dando como resultado la viabilidad para su apertura, dado que es un producto pequeño pero con gran potencial en el mercado ya que es conocido por un gran número de personas que disfrutan de su consumo.

REFERENCIAS

Anderson, E. (1897-1969). Biodiversidad mexicana. “México, más que ningún otro país del nuevo mundo, es la tierra del maíz”. Recuperado el 12 de Febrero del 2018, de: <http://www.biodiversidad.gob.mx/usos/maices/maiz.html>

Citibanamex. (2018). Pymes. Recuperado el 29 de Abril del 2018, de: <https://www.banamex.com/es/pymes/>

Codegilia, A. (2018). Investigación de mercados: 4 pasos para hacer la tuya. Recuperado el 05 de Mayo del 2020, de: <https://blog.hotmart.com/es/investigacion-de-mercados/>

Cuevas, J. (2016). El economista: Situación actual del mercado del maíz. Recuperado el 10 Abril del 2020, de: <https://www.eleconomista.com.mx/opinion/Situacion-actual-del-mercado-del-maiz-l-20161128-0007.html>

Dirección De Investigación y Evaluación Económica Sectorial. (2016). Panorama agroalimentaria México. Recuperado el 11 Febrero del 2018, de: https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/200637/Panorama_Agroalimentario_Ma_z_2016.pdf

EAE Business School. (2015). ¿Cuáles son los elementos que definen a una microempresa? Recuperado el 13 de Abril del 2018, de: <https://retos-directivos.eae.es/cuales-son-los-elementos-que-definen-a-una-microempresa/>

Flores, V. (2014). Academia. Recuperado el 10 Febrero del 2018, de: http://www.academia.edu/23717922/Estudio_de_mercado_del_elote

- Heinrich, S. (2019). México: Un país de maíz. Recuperado el 03 Marzo del 2020, de: <https://mx.boell.org/es/2019/04/17/mexico-un-pais-de-maiz>
- Hernández (1971), Polanco y Flores (2008), SIAP (2008). "México, más que ningún otro país del Nuevo Mundo, es la tierra del maíz. Recuperado el 15 Febrero del 2018, de: <http://www2.biodiversidad.gob.mx/usos/maices/maiz.html>
- Instituto mexicano de la propiedad industrial. (2020) Solicitud de registro de marca ante el IMPI. Recuperado el 10 septiembre del 2020, de: <https://www.gob.mx/tramites/ficha/solicitud-de-registro-de-marca-ante-el-imp/IMPI88>
- Kamiya, A. (2012). Las relaciones publicas en una empresa. Recuperado el 29 de Abril 2018, de: <https://www.crecenegocios.com/las-relaciones-publicas-en-una-empresa/>
- León, F. (2015). Merca2.0. Recuperado el 10 de Febrero del 2018, de: <https://www.merca20.com/sabes-que-es-un-estudio-de-mercado/>
- Loaiza, C. (2014). Modelo de las "Cinco Fuerzas" de Porter. Recuperado el 01 Abril del 2018, de: <http://modelodssporter.blogspot.com/2014/10/modelo-de-las-cinco-fuerzas-de-porter.html>
- López L, J. (2013). Forbes % Tramites Para Abrir Tu Negocio en Regla. Recuperado el 10 Abril del 2018, de: <https://www.forbes.com.mx/5-tramites-para-abrir-tu-negocio-en-regla/>
- López, J. & Rendón, R. (2016). La comercialización de los maíces de especialidad en México: condiciones actuales y perspectivas. Estado de México, México. Recuperado el 08 de Mayo del 2018, de <http://www.redalyc.org/pdf/2631/263146724014.pdf>
- Mendoza, R. (2016). Investigación cualitativa y cuantitativa diferencias y limitaciones. Recuperado el 25 Febrero del 2018, de:

<http://www.monografias.com/trabajos38/investigacion-cualitativa/investigacion-cualitativa2.shtml#ixzz5ALYGNPpB>

Mercadotecniatotal. (2017). Psicología del color dentro del marketing. Recuperado el 14 de Marzo del 2018, de: <http://www.mercadotecniatotal.com/mercadotecnia/psicologia-del-color-dentro-del-marketing/>

México hoy. (s.f). México hoy. Recuperado el 10 Abril del 2018, de: <http://www.mexicohoy.com.mx/cozumel/>

Nacional financiera. (2020). Jóvenes empresarios. Recuperado el 09 Septiembre 2020. De: https://www.nafin.com/portalfn/content/financiamiento/jovenes_empresarios.html

Para todo México. (2015). Para todo México. Recuperado el 10 Abril del 2018, de; <https://www.paratodomexico.com/estados-de-mexico/estado-quintana-roo/index.html>

QuestionPro. (2018). Investigación de mercados: La guía definitiva. Recuperado el 25 Febrero 2018, de: <https://www.questionpro.com/es/investigacion-de-mercados.html>

Santillán, M. (2008). Producto sustituido. Recuperado el 10 Febrero del 2018, de: <http://mktunlam.blogspot.es/1211159940/>

Secretaria de finanzas de la Ciudad de México. (2017). Introducción: ¿Qué es el Régimen de Incorporación Fiscal (RIF)?. Recuperado el 04 de Marzo del 2018, de: <https://data.finanzas.cdmx.gob.mx/regIncorpFiscal.html>

Secretaria de Población. (2016). Consejo estatal de población. Recuperado el 10 de Febrero del 2018, de:

https://www.planeacion.sep.gob.mx/Doc/estadistica_e_indicadores/principales_cifras/principales_cifras_2015_2016.pdf

SECTUR (2013). AGENDAS DE COMPETITIVIDAD DE LOS DESTINOS TURISTICOS DE MEXICO. Recuperado el 14 del Mayo 2020, de: <http://www.sectur.gob.mx/wp-content/uploads/2015/02/PDF-Cozumel.pdf>

Servicio de Administración Tributaria A. (2017). Régimen de Incorporación Fiscal. Recuperado el 04 de marzo del 2018, de: http://www.sat.gob.mx/RegimenDeIncorporacionFiscal/que_es.htm

The Social Media Family. (2018). Cómo hacer un estudio de mercado paso a paso. Recuperado el 04 de Mayo del 2020, de: <https://blog.mailrelay.com/es/2018/09/06/estudio-de-mercado#>

Valle C, E. (s/f). “Plan De Negocios De Una Pequeña Empresa Cafetería Boutique En Pachuca”. Recuperado el 04 de Mayo del 2020, de: <http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/40435/CAP%2001%20AL%2003.pdf?sequence=1>

7. ¿Por qué medio compraría este producto?

Redes sociales____ Establecimiento Fijo____ Carrito Ambulante____

8. ¿Cuál es el valor que le pondrías a este producto?

\$25 pesos____ \$30 pesos____ \$35 pesos____

9. ¿En qué recipiente le gustaría que sea presentado?

Contenedores de unicel____ contenedores de cartón____

10. ¿Le gustaría que se realizaran promociones en fechas especiales?

Sí____ No____

11. De las siguientes promociones, cual le gustaría recibir?

Promoción 2x1____ cupón de descuento____ Cupones canjeables____

12. ¿Qué factores influyen en usted para incentivar la compra en alimentos?

Publicidad____ Promociones ____ personal____

Fuente: elaboración propia.