



Tu dulce sonrisa
Your sweet smile

A quien corresponda:

CARTA DE TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA

DISTRIBUIDORA DE DULCES PIGUI

05 MAYO DE 2023.

Por este conducto, nos permitimos informar que el Dr. Juan Mejía Trejo, profesor de la asignatura de Diseño de Nuevos Productos de los estudiantes con los códigos: Ley Ruiz Carolina Jazmin 210427487, López Rodríguez Paula Valeria 217480154, Castañeda De La Cruz Emmanuel 217225898, Ramiro Fernández Carlos Manuel 219952703 y Falcón Navarrete Julieta 216697931, Llamas Arellano Diana Karen Jacqueline 215018291, de la Licenciatura: Mercadotecnia, del Centro Universitario de Ciencias Económico-Administrativas (CUCEA) de la Universidad de Guadalajara (UdeG) participaron en forma activa en el proyecto de desarrollo de nuevos productos, denominado: "BUMM".

Dicho proyecto se llevó a cabo del: "Enero-Mayo 2023" y cuyas actividades desarrolladas fueron:

- Identificación del segmento de mercado a atender.
- Determinación del tamaño de mercado.
- Propuesta de atributos de producto/servicio.
- Propuesta de diseño de producto/servicio.
- Propuesta de marca, logo y slogan.
- Propuesta redacción de patente.
- Propuesta plan de negocios

Los beneficios y mejoras que se estima logra nuestra empresa a partir de la entrega del paquete tecnológico que integró las soluciones arriba mencionadas en forma de un manual de operación y mantenimiento, nos permiten asegurar una mejora sustancial, en:

- Distinción de marca y de ventaja competitiva estimada en un 100%
- Control más eficiente de nuestro inventario, almacenaje y transporte en un 100%
- La interacción más rápida y eficiente con nuestros clientes en un 85%
- La interacción más rápida y eficiente con nuestros proveedores en un 90%
- Incremento de pedidos y/o ventas de nuestros productos y/o servicios en un 95%

Se extiende la presente para los fines que convengan a los interesados.

MIRIAM ALCARAZ
MERCADOTECNIA

FIRMA

Distribuidora de Dulces Pigui, S. de R.L. DE C.V.

R.F.C. DDP-090223-1Y2

Calle López Cotilla No. 411-A / Col. San Gaspar de las flores

C.P. 45408 / Tonalá, Jalisco / Tels: 3608 0084 * 3607 4389

www.dulcespigui.com.mx / contacto@dulcespigui.com / Dulces Pigui

Generación y aplicación de conocimiento teórico-práctico

Zapopan, Jalisco a 11 de Mayo de 2023

PROYECTO DE DESARROLLO TECNOLÓGICO: Dulces Pigui

Dulces Pigui fue fundada por los hermanos Alcaraz en el año 1987 bajo el nombre de Dulces Pulpilandia. Siendo los primeros en innovar en el concepto de la paleta cachetada y con el objetivo de elaborar productos de confitería de la más alta calidad. Líderes desde entonces en su fabricación y venta. Acorde al crecimiento de la empresa en el año 2003 Dulces Pulpilandia deja de existir para abrir paso a una nueva marca, "Dulces Pigui", siendo una empresa dedicada al comercio al por mayor de dulces y materias primas para repostería. Se ubica en Colonia San Joaquín de Guadalajara, Jalisco

El problema a resolver es el diseño de empaques ecológicos como conmemoración del día mundial del medio ambiente, así como también, eliminar las envolturas de los productos en venta y producir envoltorios con materiales reciclados. Se considera además, el efecto de la pandemia COVID-19 que durante los años 2020 y 2021 afectó drásticamente a la organización y que al momento requiere actualizarse para permanecer vigente en el mercado, conservar empleos, eficientar su operación y tener ahorro de costos

Utilizando las herramientas de **diseño de nuevos productos y servicios**, se considera su aplicación teórica y práctica a partir de descubrir el nicho de mercado objetivo, propuesta de marca, logo y slogan, los atributos necesarios, un diseño y estudio comparado con patentes previas de México, EUA, Canadá, Unión Europea y Japón, propuesta de marca, logo, slogan y un plan de negocios, que incluye financieramente: costo inicial de inversión, estado de resultados, punto de equilibrio, tasa interna de retorno, valor presente neto adecuado para considerar su emprendimiento.

Por lo tanto, en el análisis y estudio de su situación, el grupo de trabajo considera que el proyecto es de transferencia tecnológica relevante, pues desarrolla la integración a nivel teórico de los conceptos que comprenden el desarrollo de un nuevo producto y servicio.

Son utilizados los libros del propio líder del proyecto:

Mejía-Trejo, J. (2023). Desarrollo de nuevos productos y servicios: una guía práctica para su diseño e implementación. Ed. Academia Mexicana de Investigación y Docencia en Innovación (AMIDI) distribuido por eLibro, México.

El proyecto se documenta y entrega al usuario a través de un **paquete tecnológico** que los describe y soporta, con un resultado de mejoras reconocidas por el usuario de distinción de marca y de ventaja competitiva estimada en un **100%**, control más eficiente del inventario, almacenaje y transporte en un **100%**, la interacción más rápida y eficiente con los clientes en un **85%**, y con los proveedores en un **90%** e incremento de pedidos y/o ventas de productos y servicios en un **95%**.

Además, **se forma recurso humano de 6 estudiantes de la Licenciatura de Mercadotecnia de la Universidad de Guadalajara.**

Este caso se considera de éxito, demostrando la aplicación y generación de conocimiento teórico-práctico de **desarrollo de productos y nuevos servicios**, en el período de **Ene a Mayo de 2023**.

**Líder del Proyecto
Dr. Juan Mejía Trejo
profesor investigador CUCEA UdeG**



Celular: 33-12809887;
e-mail: jmejia@cucea.udg.mx
juanmejiatrejo@hotmail.com



Universidad De Guadalajara
Centro Universitario Ciencias Económico
Administrativas

**REPORTE DE DESARROLLO
TECNOLÓGICO
PROYECTO**

**EMPAQUES BIODEGRADABLES CON
DISPENSADOR**

Equipo 5

Ley Ruiz Carolina Jazmin.

López Rodríguez Paula Valeria.

Ramiro Fernandez Carlos Manuel. Castañeda
De La Cruz Emmanuel.

Llamas Arellano Diana Karen Jacqueline.

Falcón Navarrete Julieta.

Profesor: Juan Mejia Trejo

ÍNDICE

| | |
|--|----|
| RESUMEN EJECUTIVO..... | 3 |
| PROPUESTA DE DISEÑO DE PRODUCTO/SERVICIO..... | 4 |
| PROPUESTA DE MARCA, LOGO Y SLOGAN..... | 5 |
| PROPUESTA REDACCIÓN DE PATENTE..... | 6 |
| PROPUESTA PLAN DE NEGOCIO..... | 8 |
| PROPUESTA DE VALOR DE LA SOLUCIÓN DEL BMG..... | 13 |
| D- BENCHMARKING..... | 14 |
| HERRAMIENTAS UTILIZADAS..... | 18 |
| ANEXOS..... | 22 |
| REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS..... | 23 |

RESUMEN EJECUTIVO

Diagnóstico de situación actual de la empresa

La empresa Dulces Pigüi fue fundada por los hermanos Alcaraz en el año 1987 bajo el nombre de Dulces Pulpilandia. Siendo los primeros en innovar en el concepto de la paleta cachetada y con el objetivo de elaborar productos de confitería de la más alta calidad. Líderes desde entonces en su fabricación y venta. Acorde al crecimiento de la empresa en el año 2003 Dulces Pulpilandia deja de existir para abrir paso a una nueva marca, "Dulces Pigüi", siendo una empresa dedicada al comercio al por mayor de dulces y materias primas para repostería. Se ubica en COLONIA SAN JOAQUÍN de Guadalajara, Jalisco.

Identificación del segmento de mercado a atender.

¿Quién compra en realidad nuestros productos?

sexo; es indistinto para hombres y mujeres ubicación; estamos centrados en Jalisco además que contamos con bodegas y una sucursal en Estados Unidos. edad; indistinta abarcan mucho en edad ya que son para niños, adolescentes y adultos. nivel socioeconómico; los productos muy económicos así que si tienen un gran acceso para ellos condiciones físicas; las que sean sabemos que la gente se cuida si tiene alguna enfermedad hábitos de consumo. Sabemos de antemano que muchas personas consumen dulces ya sea de postre o en fiestas.

Determinación del tamaño de mercado.

TAMAÑO DE MERCADO OBJETIVO 2023 (1 AÑO) Para sacar la previsión de ventas del mercado a un año se ha tomado como base las ventas por unidades de los bimestres, en la zona de Guadalajara del año pasado (2022) para hacer un comparativo entre los bimestres y sobre eso sacar el porcentaje de variación y poder sacar el pronóstico para el año 2023.

Propuesta de atributos de producto/servicio.

Diseñar empaques ecológicos: Como conmemoración del día mundial del medio ambiente se aplicarán nuevos empaques en los productos. así como también eliminar las envolturas de los productos en venta, producir mercancías con materiales reciclados.

Competencia

En el mercado actual existen múltiples competidores para dulces pigüi, la competencia directa está conformada por marcas como dulces fradi, averdul, happy candy entre otros. A la par cuenta con los competidores no directos donde entran marcas de renombre como bimbo, de la rosa, etc. Aun así dulces pigüi cuenta con un magnífico posicionamiento en nuestro país y regiones del país vecino.

PROPUESTA DE DISEÑO DE PRODUCTO/SERVICIO.

Figura 1

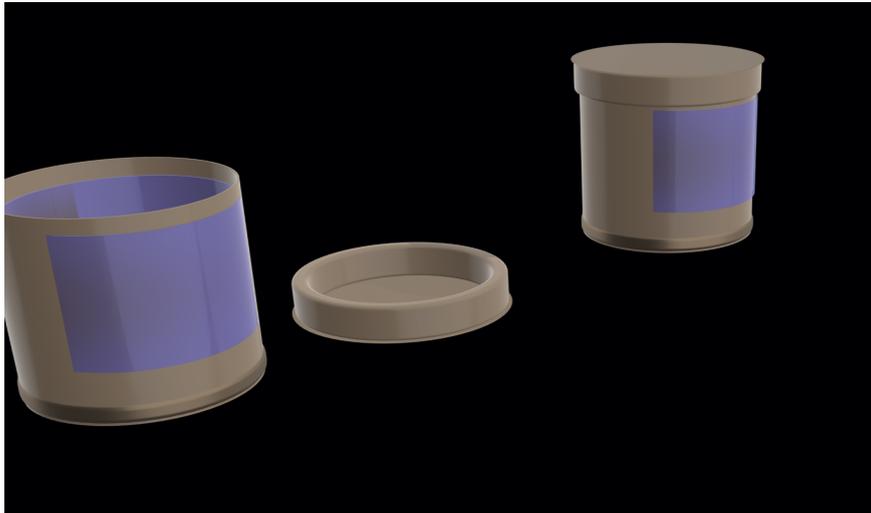


Figura 2

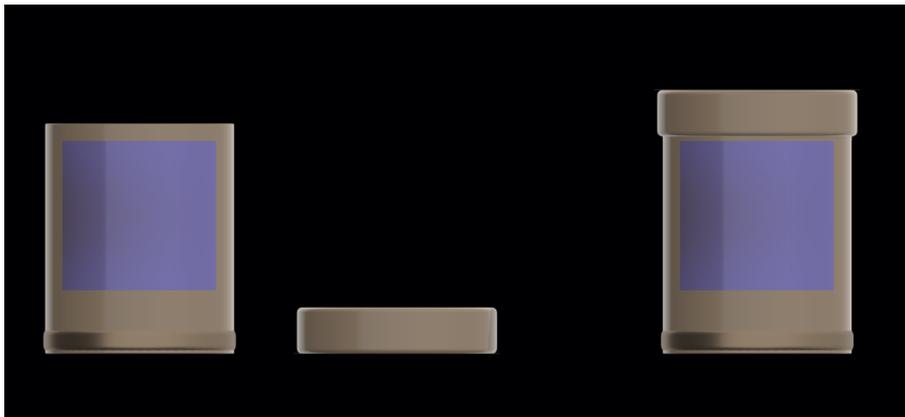
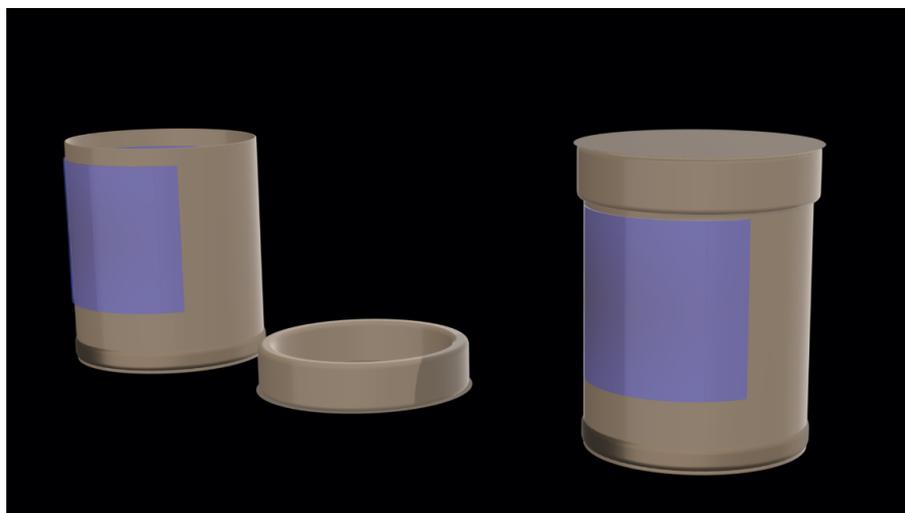


Figura 3

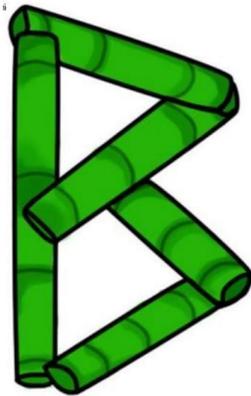


PROPUESTA DE MARCA, LOGO Y SLOGAN.

Marca: BUMM

Slogan (Aviso comercial): Cada bocado cuenta, Elige nuestro empaque biodegradable.

Logo:



Después de la creación y diseño de la marca, logotipo y slogan se procedió al trámite mediante los formatos adecuados del IMPI para iniciar con los registros de estos. Así como el trámite de la patente después de haber verificado que no existiera un registro igual o parecido a nuestro producto.

| gob mx | | |
|--|---|--|
| Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial | | |
| Datos del signo distintivo | | |
| Tipo de signo distintivo que solicita: Elegir con una X sólo una casilla. | | |
| <input checked="" type="radio"/> Registro de Marca <input type="radio"/> Registro de Aviso Comercial | | |
| <input type="radio"/> Registro de Marca Colectiva <input type="radio"/> Publicación de Nombre Comercial | | |
| Tipo de marca: Elegir con una X sólo una casilla. | | |
| <input type="radio"/> Nominativa (denominación formada por letras, palabras y/o números) <input checked="" type="radio"/> Innominada (diseño, logotipo o figura) <input type="radio"/> Mixta (denominación y diseño) <input type="radio"/> Mixta (diseño y forma tridimensional) <input type="radio"/> Mixta (denominación y forma tridimensional) <input type="radio"/> Mixta (denominación, diseño y forma tridimensional) | | |
| Fecha de primer uso: | | |
| DD / MM / AAAA <input checked="" type="radio"/> No se ha usado | | |
| Clase: 20 Productos o Servicios, en el caso de Marca o Aviso Comercial/Giro preponderante, en el caso de Nombre Comercial: Contenedores no metálicos de almacenamiento o transporte; hueso, cuerno, ballena o nácar, en bruto o semielaborados; conchas; espuma de mar; ámbar amarillo. | | |
| <input type="radio"/> Continúa en anexo | | |
| Denominación: (Debe incluir el texto con denominación) | Signo distintivo: Anexo, reproducción o otro | |
| BUUM | | |
| Leyendas o figuras no reservables: | | |
| <input type="radio"/> Continúa en anexo | | |
| Ubicación del establecimiento | | |
| Código postal: | | |
| Calle: González Ortega | | |
| (Por ejemplo: Avenida Insurgentes Sur, Tránsito, Río, Camalillo, Calabaz, Comed, etc.) | | |
| Número exterior: 220 Número interior: | | |
| Colonia: Loma bonita | | |
| (Por ejemplo: Imbabura, Juárez, Independencia, Hidalgo, Francisco de Miranda, Serdán, etc.) | | |
| Localidad: Tonalá | | |
| Municipio o demarcación territorial: Tonalá | | |
| Entidad federativa: Jalisco | | |
| Entre calles (opcional): Francisco villa | | |
| Calle posterior (opcional): Loma camino real | | |
| País: México | | |
| Prioridad reclamada: (Sólo en caso de Marca o Aviso Comercial presentado en el extranjero) | | |
| País (oficina) de origen: | Número: | Fecha de presentación: DD / MM / AAAA |
| Manifiesto, bajo protesta de decir verdad, que los datos asentados en esta solicitud son ciertos y que, en caso de actuar como mandatario, cuento con facultades suficientes para llevar a cabo el presente trámite. Asimismo, me doy por enterado del tratamiento que se les dará a los datos personales contenidos en la presente solicitud. | | |
| Ley Ruiz Carolina Jazmin Nombre y firma del solicitante o de su representante | | |

| | |
|---|--|
| Tipo de signo distintivo que solicita: <small>Registrar con una X sólo una casilla</small> <input type="radio"/> Registro de Marca <input checked="" type="radio"/> Registro de Aviso Comercial <input type="radio"/> Registro de Marca Colectiva <input type="radio"/> Publicación de Nombre Comercial | |
| Tipo de marca: <small>Registrar con una X sólo una casilla</small> <input type="radio"/> Nominativa (identificación basada por letras, palabras y/o números) <input type="radio"/> Innombrada (símbolo, logotipo o signo) <input type="radio"/> Mixta (denominativa y dibujo) <input type="radio"/> Mixta (dibujo y forma tridimensional) <input type="radio"/> Tridimensional (formas en tres planos) <input type="radio"/> Mixta (denominativa y forma tridimensional) <input type="radio"/> Mixta (denominativa, dibujo y forma tridimensional) | |
| Fecha de primer uso: DD / MM / AAAA <input checked="" type="radio"/> No se ha usado | |
| Clase: 2 0 Productos o Servicios, en el caso de Marca o Aviso Comercial/Giro preponderante, en el caso de Nombre Comercial Contenedores no metálicos de almacenamiento o transporte; hueso, cuerno, ballena o nácar, en bruto o semielaborados; conchas; espuma de mar; ámbar amarillo. | |
| Denominación: <small>Este campo debe ser obligatorio</small> BUMM Signo distintivo: <small>Debe referirse a la esencia del signo distintivo que desea proteger</small> | |
| Leyendas o figuras no reservables: Cada bocado cuenta. Elige nuestro empaque biodegradable. | |
| Ubicación del establecimiento: Código postal: 45405 Calle: Gonzalez Ortega Número exterior: 220 Número interior: Colonia: Loma Bonita Localidad: Tonalá Municipio o demarcación territorial: Tonalá Entidad federativa: Jalisco Entre calles (opcionales): Francisco Villa Calle posterior (opcionales): Camino Real País: México | |
| Prioridad reclamada: <small>Este campo de llenar sólo cuando se presenta en el extranjero</small> | |
| País (oficina de origen) | Número: |
| | Fecha de presentación: DD / MM / AAAA |
| Manifiesto, bajo protesta de decir verdad, que los datos asentados en esta solicitud son ciertos y que, en caso de actuar como mandante, cuento con facultades suficientes para llevar a cabo el presente trámite. Asimismo, me doy por enterado del tratamiento que se les dará a los datos personales contenidos en la presente solicitud. | |
| Ley Ruth Gertrudis Jazmin Nombre y firma del solicitante o de su representante | |
| <small>*De conformidad con los artículos 5, fracción I del Reglamento de la Ley de Propiedad Industrial y 4 y 69-M, fracción V de la Ley Federal de Procedimiento Administrativo, las formas oficiales del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial deberán publicarse en el Diario Oficial de la Federación (DOF).</small> | |
| Contacto: Avenida 1516, Piso 2, Pabellón Santa María Tapan, Delegación Cuauhtémoc, C.P. 06100, Ciudad de México. Teléfono: (011) 55-34-47-01 en la Ciudad de México y línea metropolitana, Administrador de la República en el extranjero al número 00-52-995-323-3333. Correo electrónico: 011-55-3233-11000. | |

1
ENVASE BIODEGRADABLE DE BAMBÚ

CAMPO TECNICO

La presente invención tiene su campo de aplicación dentro del área de las ventas de protectores de productos comestibles dentro de la rama de papel y cartón para elementos de exhibición.

OBJETO DE LA INVENCIÓN

La presente invención tiene como objeto el aportar un envase protector que permita mostrar los distintos productos de una manera vistosa y practica como un dispensador de los mismos.

ANTECEDENTES

Durante los años la mayoría de las fabricantes de alimentos han buscado un mejorar la presentación de sus productos y de cómo estos influyen en la sociedad, por lo tanto en la actualidad se habla sobre el cuidar más es el ambiente y relacionarlo con otros producto (envases, protectores, dispensadores, etc.) no es difícil de mostrar por que los usuarios buscan algo agradable, vistoso y cómodo para uso y manejo. Como podemos apreciar en los documentos de solicitud de patente...

DESCRIPCIÓN DE LA INVENCIÓN

Los detalles característicos de este novedoso soporte publicitario para elementos de exhibición se muestran claramente en la siguiente descripción y en las figuras que se acompañan, así como una ilustración de aquella y siguiendo los mismos signos de referencia para indicar las partes mostradas. Donde dichas figuras se muestran a manera de ejemplo y no deben ser consideradas como limitativas para la presente invención.

PROPUESTA REDACCIÓN DE PATENTE.

La presente invención se refiere a un empaque biodegradable para dulces que utiliza materiales sostenibles y amigables con el medio ambiente. En particular, este empaque está compuesto principalmente de bambú orgánico y biodegradable. El empaque tiene una forma cilíndrica y cuenta con un sistema de dispensador de dulces integrado en la tapa superior.

El sistema de dispensador de dulces funciona mediante una rueda giratoria, que se activa al girar la tapa en sentido contrario a las agujas del reloj. Al girar la tapa, se acciona el mecanismo interno del dispensador, lo que permite la distribución controlada de los dulces almacenados en el empaque.

La tapa del empaque también cuenta con una abertura para la recarga de dulces, lo que permite que el empaque se reutilice varias veces. Además, el empaque es resistente al agua y a la humedad, lo que lo hace ideal para el almacenamiento y transporte de dulces.

La presente invención busca proteger la originalidad del diseño y la funcionalidad del empaque biodegradable para dulces con dispensador de bambú, ofreciendo una alternativa sostenible y amigable con el medio ambiente a los envases de plástico convencionales. El empaque de bambú con dispensador de dulces es fácil de usar, duradero y biodegradable, lo que lo hace una opción ideal para los consumidores conscientes del medio ambiente.

La presente invención se refiere a un empaque biodegradable de dulces con dispensador de bambú. Este empaque presenta una forma cilíndrica y está compuesto por materiales de bambú orgánicos y amigables con el medio ambiente. El empaque cuenta con un sistema de dispensador de dulces ubicado en la parte superior, el cual permite que los dulces puedan ser fácilmente distribuidos en la cantidad deseada.

El dispensador de dulces es de fácil uso, y se activa al girar la tapa superior del empaque en sentido contrario a las agujas del reloj. De esta manera, el sistema interno del dispensador se activa y libera los dulces de forma controlada, evitando el exceso de consumo y minimizando el desperdicio.

Este empaque biodegradable de dulces con dispensador de bambú tiene la ventaja de ser ecológico y sostenible, ya que está fabricado con materiales biodegradables que reducen su impacto ambiental. Además, el dispensador de dulces incorporado en el empaque lo hace práctico y fácil de utilizar para cualquier persona.

La presente invención busca proteger el diseño y funcionamiento del empaque biodegradable de dulces con dispensador de bambú, asegurando su originalidad y ofreciendo una solución sostenible para el envasado de dulces.

Para ver los trámites completos y correspondientes de la marca, aviso comercial, logotipo y patentes por medio del siguiente link:

■ FORMATOS DE PATENTE, MARCA, AVISO COMERCIAL Y REDACCIÓN DE ...

PROPUESTA PLAN DE NEGOCIO

COSTO INICIAL DE INVERSIÓN:

Para sacar el costo inicial de la inversión del proyecto se va a tomar aquellos gastos que se tienen que hacer pero solo por primera vez, los gastos que son más frecuentes se van a costos operativos. A continuación de forma más desglosada cada gasto.

Por lo tanto el gasto más grande es de \$12, 620.

| Inversión Inicial | |
|-----------------------------|------------------|
| Descripción | Importe |
| Diseño logotipo y etiquetas | \$ 3,500 |
| Registro de marca | \$ 2,600 |
| Registro de patente | \$ 2,320 |
| Registro aviso | \$ 700 |
| Otros gastos de tramites | \$ 1,000 |
| Fondo de imprevistos | \$ 2,500 |
| Total= | \$ 12,620 |

PRESUPUESTO INTEGRAL:

Aqui si se incluye los costos fijos así como los variables por unidad producida, se sabe que la materia prima en este caso el bambú lo conseguimos en por tira de 1.30 x 4 metros de altura en \$7 (claro por mayoreo) y el costo de producción completa por cada uno de los envases biodegradables es de \$13 lo que da un total de \$20.

| Costos Fijos Mensuales | | Costos Variables x unidad Prod A | |
|------------------------|---------|----------------------------------|---------|
| Descripción | Importe | Descripción | Importe |
| Alquileres | \$ 800 | Materias Primas p/u | \$ 7 |
| | | Fuerza motriz p/u | \$ 13 |
| | | Mano de obra p/u | |
| Total CF: | \$ 800 | Total CVxUnidad: | \$ 20 |

COSTOS OPERATIVOS

Dentro de estos costos se contempla el precio al que saldrán al mercado los empaques que son de \$36.00 con 12 obleas de “Debora”

Teniendo una contribución marginal ponderada de \$16 más sobre el precio anterior.

| Costo Fijo Mensual: | | 800 | | Cálculos y Formulas | | | | |
|--------------------------|--------------------------|-------------------------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|---------------------------------|--------------------------------|-------------------------------|
| Producto | Precio de venta x unidad | Costo Variable x unidad | Ventas Estimadas por Prod. | Contribución Marginal Unitaria | % de Participación en las ventas | Contribución Marginal Ponderada | Cantidad de Equilibrio General | Cantidad de Equilibrio x Prod |
| Prod. A | \$ 36 | 20 | 327 | 16 | 100% | 16 | 50.00 | 50 |
| Prod. B | \$ 0 | 0 | 0 | 0 | 0% | 0 | | 0 |
| Prod. C | \$ 0 | 0 | 0 | 0 | 0% | 0 | | 0 |
| Total unidades Vendidas: | | | 327 | | 100% | 16 | | 50 |

PUNTO DE EQUILIBRIO

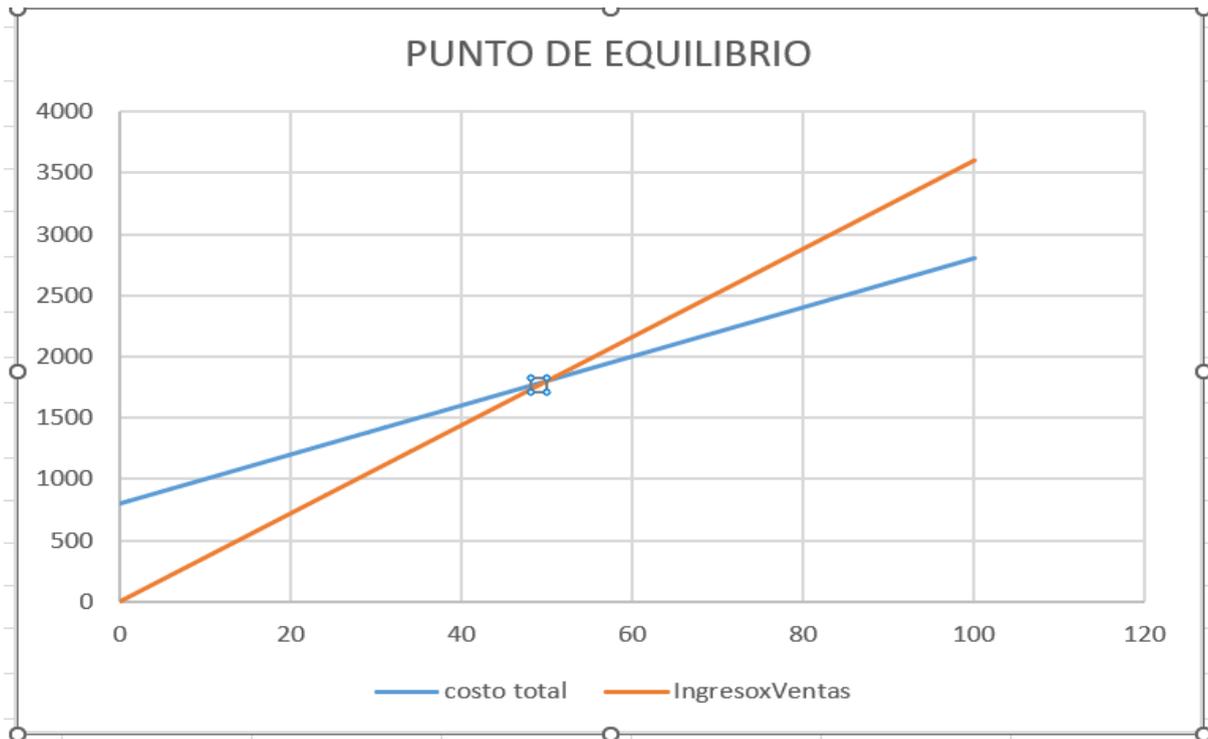
El punto de equilibrio se ve alcanzado cuando a una costo de producción por unidad es de \$20 y a un precio al público de \$36, por ende el equilibrio se encuentra en las 50 unidades de empaques en un ingreso de \$1,800

| Costos Fijos Mensuales | |
|------------------------------|---------------|
| Descripción | Importe |
| Alquiler de oficina | \$ 800 |
| Salarios | |
| Expensas oficina | |
| Total CF: | \$ 800 |
| Costos Variables x unidad | |
| Descripción | Importe |
| Materias Primas p/u | \$ 20 |
| Fuerza motriz p/u | |
| mano de obra p/u | |
| Total CVxUnidad: | \$ 20 |
| Precio de venta x Un. | \$ 36 |

$$Q_e = \frac{\text{Costo Fijo}}{(\text{Precio unitario} - \text{CV unitario})}$$

Cantidad de Equilibrio **50**

Ingreso de Equilibrio **\$ 1,800**



PRONÓSTICO DE VENTAS

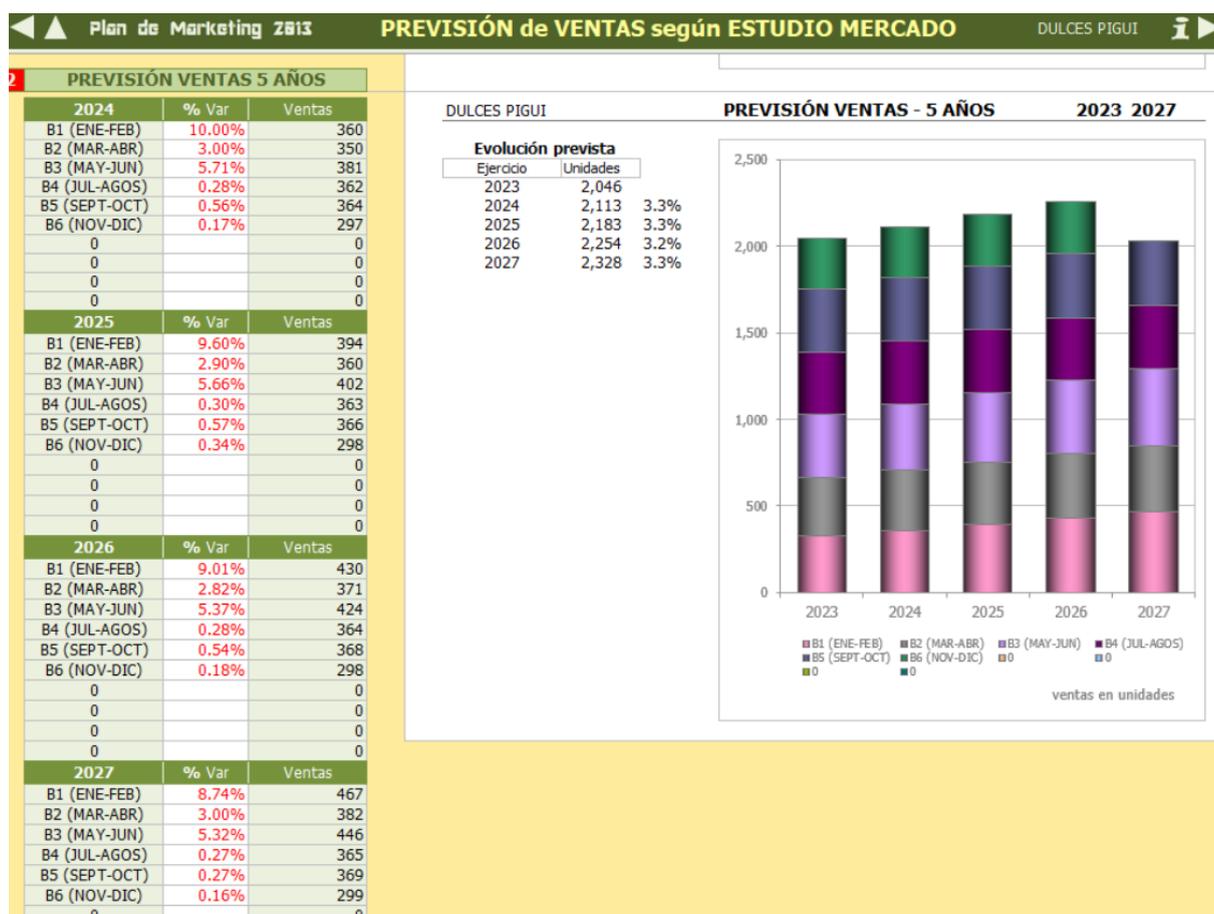
Para el primer año de ventas y tomando en cuenta el periodo anterior se espera que en el primer año se vendan 2,288 unidades.

| | Mes 1 | Mes 2 | Mes 3 | Mes 4 | Mes 5 | Mes 6 | Mes 7 | Mes 8 | Mes 9 | Mes 10 | Mes 11 | Mes 12 | Total Anual |
|-------------------------------------|-------|--------|-------|--------|-------|--------|-------|--------|-------|--------|--------|--------|-------------|
| | Ene. | Feb. | Mar. | Abr. | May. | Jun. | Jul. | Ago. | Sep. | Oct. | Nov. | Dic. | |
| Pronóstico de ventas para el prod A | 100 | 327 | 100 | 340 | 100 | 360 | 100 | 361 | 100 | 200 | 100 | 100 | 2,288 |
| Pronóstico de ventas para el prod B | | | | | | | | | | | | | 0 |
| Pronóstico de ventas para el prod C | | | | | | | | | | | | | 0 |
| Total cantidades Vendidas: | 100 | 327 | 100 | 340 | 100 | 360 | 100 | 361 | 100 | 200 | 100 | 100 | 2,288 |
| Ingreso por Ventas | | | | | | | | | | | | | |
| Ingresos por ventas prod A | 3,600 | 11,772 | 3,600 | 12,240 | 3,600 | 12,960 | 3,600 | 12,996 | 3,600 | 7,200 | 3,600 | 3,600 | 82,368 |
| Ingresos por ventas prod B | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Ingresos por ventas prod C | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Total Ingreso por ventas: | 3,600 | 11,772 | 3,600 | 12,240 | 3,600 | 12,960 | 3,600 | 12,996 | 3,600 | 7,200 | 3,600 | 3,600 | 82,368 |
| Costo Mercaderías Vendidas | | | | | | | | | | | | | |
| Costos directos de A | 2,000 | 6,540 | 2,000 | 6,800 | 2,000 | 7,200 | 2,000 | 7,220 | 2,000 | 4,000 | 2,000 | 2,000 | 45,760 |
| Costos directos de B | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Costos directos de C | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Total CV x un. | 2,000 | 6,540 | 2,000 | 6,800 | 2,000 | 7,200 | 2,000 | 7,220 | 2,000 | 4,000 | 2,000 | 2,000 | 45,760 |

| | Mes 1 | Mes 2 | Mes 3 | Mes 4 | Mes 5 | Mes 6 | Mes 7 | Mes 8 | Mes 9 | Mes 10 | Mes 11 | Mes 12 | Total Anual |
|------------------------|-------|--------|-------|--------|-------|--------|-------|--------|-------|--------|--------|--------|-------------|
| | Ene. | Feb. | Mar. | Abr. | May. | Jun. | Jul. | Ago. | Sep. | Oct. | Nov. | Dic. | |
| Ingreso x Ventas | 3,600 | 11,772 | 3,600 | 12,240 | 3,600 | 12,960 | 3,600 | 12,996 | 3,600 | 7,200 | 3,600 | 3,600 | 82,368 |
| CMV | 2,000 | 6,540 | 2,000 | 6,800 | 2,000 | 7,200 | 2,000 | 7,220 | 2,000 | 4,000 | 2,000 | 2,000 | 45,760 |
| Ganancia Bruta | 1,600 | 5,232 | 1,600 | 5,440 | 1,600 | 5,760 | 1,600 | 5,776 | 1,600 | 3,200 | 1,600 | 1,600 | 36,608 |
| Otros Ingresos | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Egresos | | | | | | | | | | | | | |
| Alquileres | 800 | 800 | 800 | 800 | 800 | 800 | 800 | 800 | 800 | 800 | 800 | 800 | 9,600 |
| Salarios | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Servicios | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| I&D | 0 | | | | | | | | | | | | 0 |
| Publicidad y Promoción | 0 | | | | | | | | | | | | |
| Otros | 0 | | | | | | | | | | | | 0 |
| Total Otros Egresos: | 800 | 800 | 800 | 800 | 800 | 800 | 800 | 800 | 800 | 800 | 800 | 800 | 9,600 |
| Ganancia antes de Imp | 800 | 4,432 | 800 | 4,640 | 800 | 4,960 | 800 | 4,976 | 800 | 2,400 | 800 | 800 | 27,008 |

Teniendo un ingreso de ventas de \$82,368 a los cuales se les descuenta el costo variables y los costos fijos se tiene una ganancia final de \$27,008 en el primer año lo cual también indica que en este se recupera la inversión inicial del proyecto.

PROYECCIÓN DE VENTAS A 5 AÑOS:



ANÁLISIS FINANCIERO - INVERSIONISTA-

El valor actual neto es una herramienta para poder determinar si el proyecto es apto o conveniente en función de una tasa de interés, la tasa se definirá por el costo del proyecto,, el riesgo asociado al proyecto y la rentabilidad exigida por ende será del 3% de esta forma el VAN nos da \$10,149.56 lo cual indica que esto es lo que gana el proyecto por encima de la tasa al transcurrir un año.

Análisis Financiero: Valor Actual Neto

| Momento | Flujo de Fondos | | |
|---------|-----------------|------------------|--------------|
| 0 | -12,620 | Tasa de Interes= | 0.03 |
| 1 | 800 | | |
| 2 | 4,432 | | |
| 3 | 800 | VAN = | \$ 10,149.56 |
| 4 | 4,640 | | |
| 5 | 800 | | |
| 6 | 4,960 | TIR= | 15.41% |
| 7 | 800 | | |
| 8 | 4,976 | | |
| 9 | 800 | | |
| 10 | 2,400 | | |
| 11 | 800 | | |
| 12 | 800 | | |

Costo de oportunidad = 0,02

El proyecto satisface la tasa exigida,
se aconseja realizar el proyecto

ESTAS PROYECCIONES SE PUEDEN VER CON MEJOR DETENIMIENTO EN LOS SIGUIENTES ENLACES: [x DULCES PIGUI punto_equilibrio_grafico.xlsx](#)

<https://drive.google.com/drive/folders/1kL5bn6DZyoQgb4aW51udhbFxz40ZaznM?usp=sharing>

RESALTAR PROPUESTA DE VALOR DE LA SOLUCIÓN DEL BMG



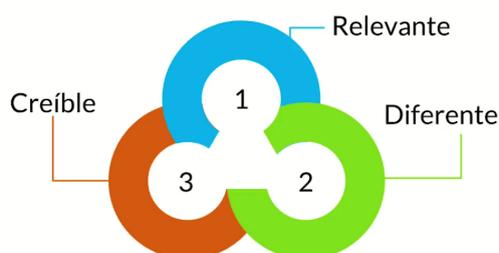
Mayor presencia en el mercado.

La presencia en el mercado se refiere al nivel en que tus clientes recuerdan y reconocen tu negocio. Cuanto mayor sea la presencia de tu marca, también se deduce que tendrá una gama más amplia de audiencias que están familiarizadas con tu existencia.

Con nuestra propuesta de valor, se pretende que nuestros clientes y potenciales clientes reconozcan la marca y nuestro producto.

La propuesta de valor de nuestra empresa es que brindemos productos de alta calidad siendo esto un valor agregado ya que se dan la mayor cantidad de beneficios a un precio razonable,

Propuesta de Valor



Nuestras propuestas de valor son creíbles ya que son posibles de realizar y replicables. Son creíbles ya que se pueden realizar constantemente las veces que sean necesarias. Son diferentes ya que son productos innovadores y los diferencian de los demás productos parecidos debido a sus atributos únicos e inigualables. Y son relevantes ya que sobresalen por su importancia y eficacia de los de otras empresas, implementando beneficios que son útiles para su uso.

D- BENCHMARKING

El Benchmarking es un proceso sistemático que implica comparar y analizar el desempeño de una empresa con respecto a otras empresas líderes en su industria. A continuación, te detallo algunos pasos a seguir para realizar Benchmarking:

Identificar el área de interés: determina qué proceso o área de la empresa deseas analizar y mejorar.

- **Diseño del producto:** El producto es efectivo y cumple con las expectativas del cliente. Hay oportunidades para mejorar la funcionalidad del producto.
Desempeño mejorado: se pueden identificar oportunidades para mejorar el desempeño del producto, tales como la velocidad, la eficiencia o la precisión. Se pueden realizar pruebas y ajustes en el proceso de fabricación para optimizar su desempeño. El empaque tiene una forma cilíndrica y cuenta con un sistema de dispensador de dulces integrado en la tapa superior.

El sistema de dispensador de dulces funciona mediante una rueda giratoria, que se activa al girar la tapa en sentido contrario a las agujas del reloj. Al girar la tapa, se acciona el mecanismo interno del dispensador, lo que permite la distribución controlada de los dulces almacenados en el empaque.

Innovación: se puede considerar la posibilidad de agregar nuevas funciones o características que mejoren la experiencia del usuario o aumenten el valor del producto.

Facilidad de uso: se puede evaluar la facilidad de uso del producto, por medio de pruebas de usuario o encuestas. Identificando las áreas de dificultad o frustración se pueden simplificar o mejorar el proceso de uso del producto.

Durabilidad y resistencia: es importante asegurarse de que el producto sea duradero y resistente. Identificar los puntos débiles del producto y trabajar en fortalecerlos, utilizando materiales más resistentes o mejorando el proceso de fabricación.

Sostenibilidad: se puede evaluar la sostenibilidad del producto y buscar oportunidades para hacerlo más amigable con el medio ambiente. Se puede considerar la posibilidad de utilizar materiales reciclados o biodegradables, reducir el embalaje o mejorar la eficiencia energética del producto.

Para identificar las áreas de oportunidad en la funcionalidad del producto, es útil realizar pruebas internas y externas, como pruebas de usuario o encuestas de satisfacción. También se pueden analizar las tendencias del mercado y las necesidades de los consumidores para identificar las oportunidades de mejora. A partir de allí, se pueden desarrollar planes para mejorar la funcionalidad del producto y aumentar su valor para el cliente.

- Selección de materiales: Los materiales utilizados son realmente biodegradables y sostenibles. Hay alternativas mejores o más económicas que puedan utilizarse

Para mejorar la respuesta de los materiales utilizados en el producto, la empresa puede considerar las siguientes oportunidades:

Investigación de alternativas: se pueden buscar alternativas más sostenibles o económicas para los materiales utilizados en el producto. La empresa puede considerar materiales reciclados o biodegradables, o buscar proveedores que ofrezcan precios más competitivos.

Mejora del proceso de fabricación: se pueden realizar ajustes en el proceso de fabricación para maximizar la eficiencia y reducir los costos. Esto puede incluir la optimización del uso de materiales, la implementación de técnicas de producción más eficientes o la reducción de residuos.

Colaboración con proveedores: la empresa puede trabajar en colaboración con los proveedores para encontrar soluciones más sostenibles o más económicas para los materiales utilizados en el producto. Esto puede incluir la negociación de precios más competitivos o la búsqueda conjunta de alternativas más sostenibles.

Educación al cliente: la empresa puede educar al cliente sobre los materiales utilizados en el producto y cómo éstos impactan en el medio ambiente y en la economía. Esto puede ayudar a mejorar la percepción del cliente sobre el valor del producto y la importancia de utilizar materiales sostenibles.

Para implementar estas oportunidades, es útil realizar una evaluación del ciclo de vida del producto para identificar los impactos ambientales y económicos de los materiales utilizados y el proceso de fabricación. A partir de allí, la empresa puede desarrollar planes de acción para mejorar la sostenibilidad y la rentabilidad del producto.

- Proceso de fabricación: El proceso de fabricación es eficiente y sostenible Hay oportunidades para reducir los residuos o el uso de energía

Para mejorar la eficiencia y sostenibilidad del proceso de fabricación, se pueden considerar las siguientes oportunidades:

Reducción de residuos: Se pueden implementar medidas para reducir los residuos generados durante el proceso de fabricación, como la reutilización de materiales, la reducción del uso de envases y embalajes, y la implementación de prácticas de reciclaje.

Uso eficiente de la energía: Se pueden implementar medidas para reducir el consumo de energía durante el proceso de fabricación, como la optimización de la

maquinaria, la implementación de sistemas de iluminación eficientes y la instalación de equipos de calefacción y refrigeración con mayor eficiencia energética.

Mejora de la eficiencia: Se pueden realizar ajustes en el proceso de fabricación para mejorar la eficiencia y reducir los costos. Esto puede incluir la optimización del uso de materiales, la implementación de técnicas de producción más eficientes y la reducción del tiempo de producción.

Implementación de tecnologías sostenibles: Se pueden implementar tecnologías sostenibles en el proceso de fabricación, como la energía renovable, la captura de carbono y la gestión de residuos. Esto puede ayudar a reducir el impacto ambiental del proceso de fabricación y mejorar la sostenibilidad del producto.

Para implementar estas oportunidades, es útil realizar una evaluación del ciclo de vida del producto para identificar los impactos ambientales y económicos del proceso de fabricación. A partir de allí, la empresa puede desarrollar planes de acción para mejorar la eficiencia y la sostenibilidad del proceso de fabricación y, por ende, del producto.

- **Distribución:** Cómo se distribuirá el producto y cómo se asegurará que llegue al cliente final de manera eficiente y sostenible

Para mejorar la distribución del producto y asegurar que llegue al cliente final de manera eficiente y sostenible, se pueden considerar las siguientes oportunidades:

Optimización de la cadena de suministro: Se pueden realizar mejoras en la cadena de suministro para reducir los costos y mejorar la eficiencia. Esto puede incluir la optimización de la logística, la reducción del número de intermediarios en la cadena y la implementación de sistemas de seguimiento y monitoreo.

Uso de medios de transporte sostenibles: Se pueden utilizar medios de transporte sostenibles para reducir la huella de carbono del transporte. Esto puede incluir el uso de vehículos eléctricos, bicicletas o transporte público para entregas en áreas urbanas, así como la implementación de rutas de entrega eficientes.

Reducción de empaques y envíos: Se pueden implementar medidas para reducir la cantidad de empaques y envíos necesarios para entregar el producto al cliente final. Esto puede incluir la reducción del tamaño de los envíos, la optimización de los empaques y la implementación de sistemas de reutilización de envases.

Implementación de tecnologías de seguimiento: Se pueden implementar tecnologías de seguimiento y monitoreo para asegurar que el producto llegue al cliente final de manera eficiente y en buenas condiciones. Esto puede incluir la implementación de sistemas de seguimiento de inventario, sistemas de monitoreo de temperatura y humedad durante el transporte y sistemas de seguimiento de entregas en tiempo real.

Colaboración con socios de distribución sostenible: Se pueden establecer alianzas con socios de distribución que compartan los mismos valores de sostenibilidad y que utilicen prácticas sostenibles en su cadena de suministro. Esto puede incluir la

selección de socios de transporte sostenible, como empresas de entrega en bicicleta o empresas de transporte público.

Para implementar estas oportunidades, es importante considerar el impacto ambiental y económico de la distribución del producto en toda la cadena de suministro. A partir de allí, se pueden desarrollar planes de acción para mejorar la eficiencia y la sostenibilidad de la distribución del producto.

- Marketing y comunicación: Cómo se promocionará el producto y se comunicará su impacto sostenible a los clientes

Para promocionar el producto y comunicar su impacto sostenible a los clientes, se pueden considerar las siguientes estrategias:

Marketing verde: Se puede utilizar el marketing verde para promover el producto y comunicar su impacto sostenible. Esto puede incluir el uso de etiquetas y certificaciones ecológicas reconocidas, el uso de materiales de marketing sostenibles y el uso de mensajes que destaquen el impacto ambiental positivo del producto.

Campañas de concienciación: Se pueden desarrollar campañas de concienciación para educar a los clientes sobre la importancia de la sostenibilidad y el impacto ambiental del producto. Esto puede incluir la organización de eventos comunitarios, la participación en ferias y conferencias ambientales y la utilización de medios sociales y digitales.

Alianzas estratégicas: Se pueden establecer alianzas estratégicas con organizaciones ambientales y comunitarias para promover el producto y comunicar su impacto sostenible a un público más amplio. Esto puede incluir la colaboración con organizaciones que compartan valores de sostenibilidad y que trabajen en temas similares.

Transparencia: Se puede promover la transparencia en la cadena de suministro y en la producción del producto, lo que permite a los clientes conocer el impacto ambiental de su compra. Esto puede incluir el etiquetado claro de los productos y la publicación de informes de sostenibilidad en el sitio web de la empresa.

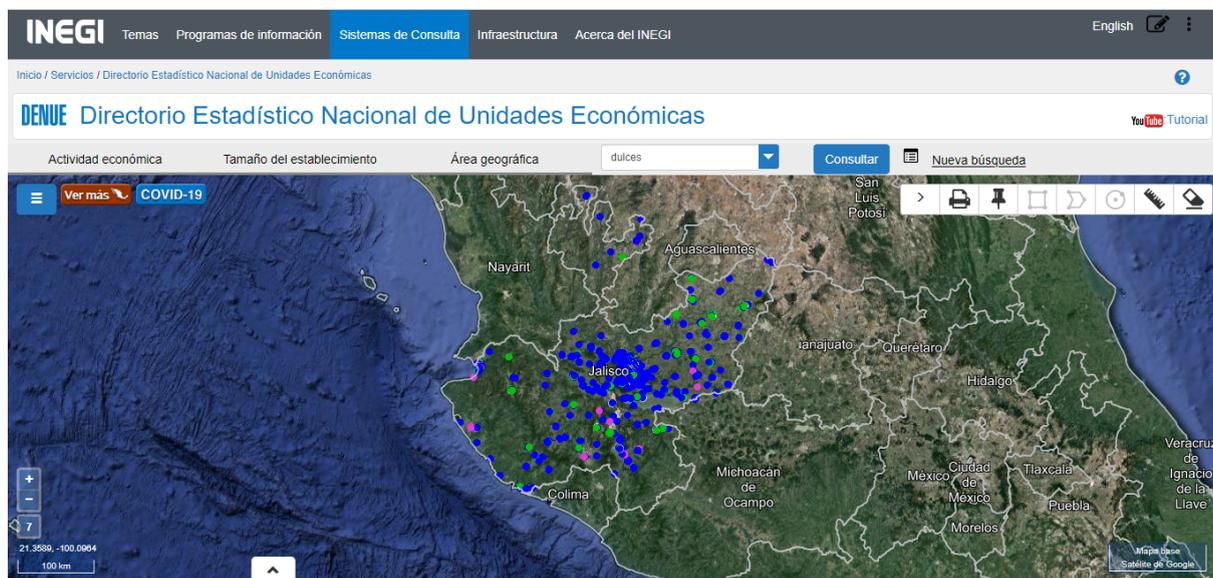
Para implementar estas estrategias, es importante considerar la audiencia objetivo y sus valores. A partir de allí, se pueden desarrollar planes de acción específicos para comunicar el impacto sostenible del producto de manera efectiva y atractiva.

Identificar las empresas líderes en la industria: investiga y selecciona las empresas que tienen un rendimiento excepcional en el área de interés.

HERRAMIENTAS UTILIZADAS.

Denué

Utilizamos el denué como herramienta la cual nos ayudó a identificar la competencia cercana geográficamente actual brindando información específica sobre el sector alimenticio de golosinas. En esta obtuvimos información como analizar la actividad económica en la que operan, conocer el tamaño y la antigüedad de las empresas, y realizar un análisis de ubicación estratégica. Si bien el Denué es una fuente pública de información, es importante complementar con otras fuentes de investigación para obtener un panorama más completo sobre nuestros competidores.



Ingresa al sitio web oficial del DENUÉ. Puedes encontrarlo a través de una búsqueda en Internet.

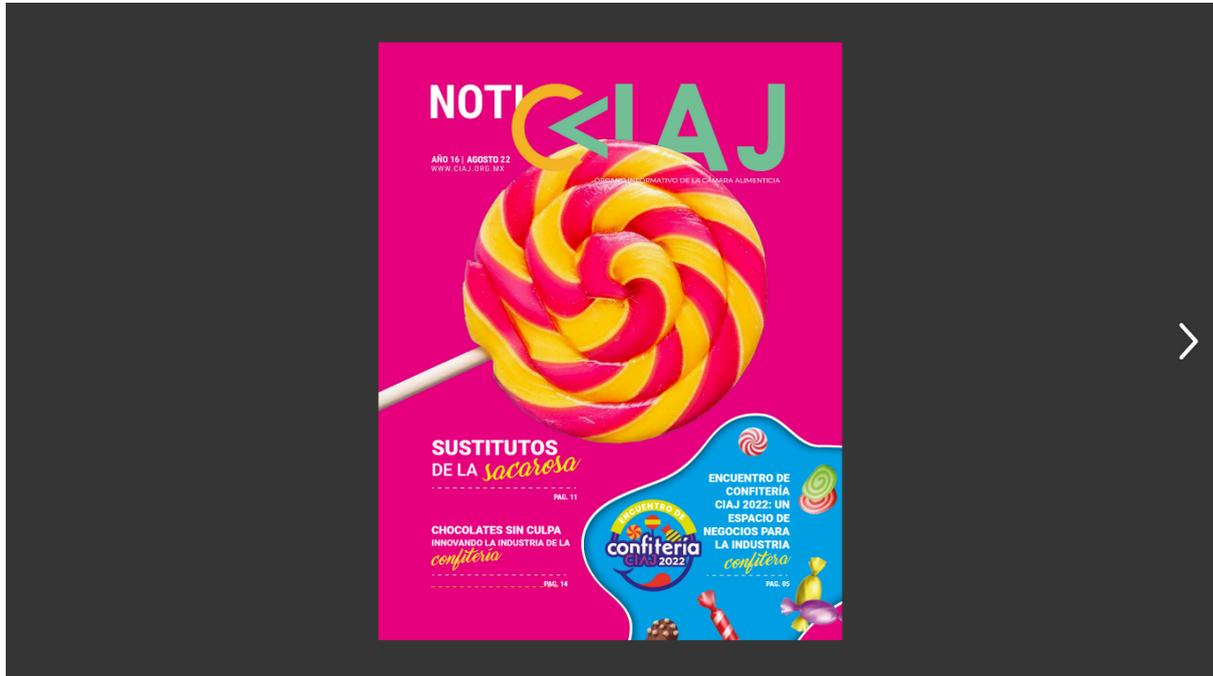
En la página principal, buscamos las empresas relacionadas al sector de confitería. Una vez en la página de búsqueda, podrás encontrar diferentes filtros y campos de búsqueda para refinar tus resultados. Algunos de los filtros que usamos fueron

- Ubicación geográfica: La utilizamos para la búsqueda en el estado
- Actividad económica: Especificamos el sector de confitería
- Tamaño de la empresa: aquí determinamos el tamaño de la competencia.

El sistema nos mostró los resultados que coinciden con los criterios establecidos. Revisamos la lista de empresas y exploramos la información disponible sobre ellas, como nombre, dirección, actividad económica, tamaño y más. Así logramos determinar cuáles empresas son nuestros principales competidores.

Cámara de comercio (CIAJ):

Gracias a la base de datos de la cámara de comercio logramos conocer a nuestra competencia de varias maneras. Pudimos acceder al registro de empresas para identificar a tus competidores directos. También ofreciendo múltiples directorios empresariales en línea con información detallada sobre las empresas registradas. Además obtuvimos informes y estadísticas que proporcionan datos relevantes sobre nuestros competidores en la región.



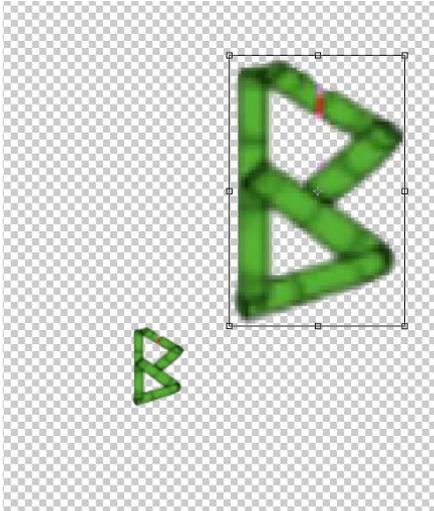
Link: https://issuu.com/ciaj_jalisco/docs/ago_2022

Ingresa al sitio web oficial del CIAJ. Puedes encontrarlo a través de una búsqueda en Internet.

En la página principal, buscamos las información relacionadas al sector de confitería. Una vez en la página de búsqueda, podrás encontrar diferentes filtros y campos de búsqueda para refinar tus resultados. Dentro de la búsqueda nos brindaron un informe sobre la industria de la confitería sobre el año pasado.

PaintTool SAI:

Utilizamos el programa de PaintTool SAI para la elaboración del logo de nuestro empaque. PaintTool SAI ofrece una interfaz sencilla y fácil de usar, que se centra en proporcionar herramientas básicas pero potentes para el dibujo y la pintura digital.

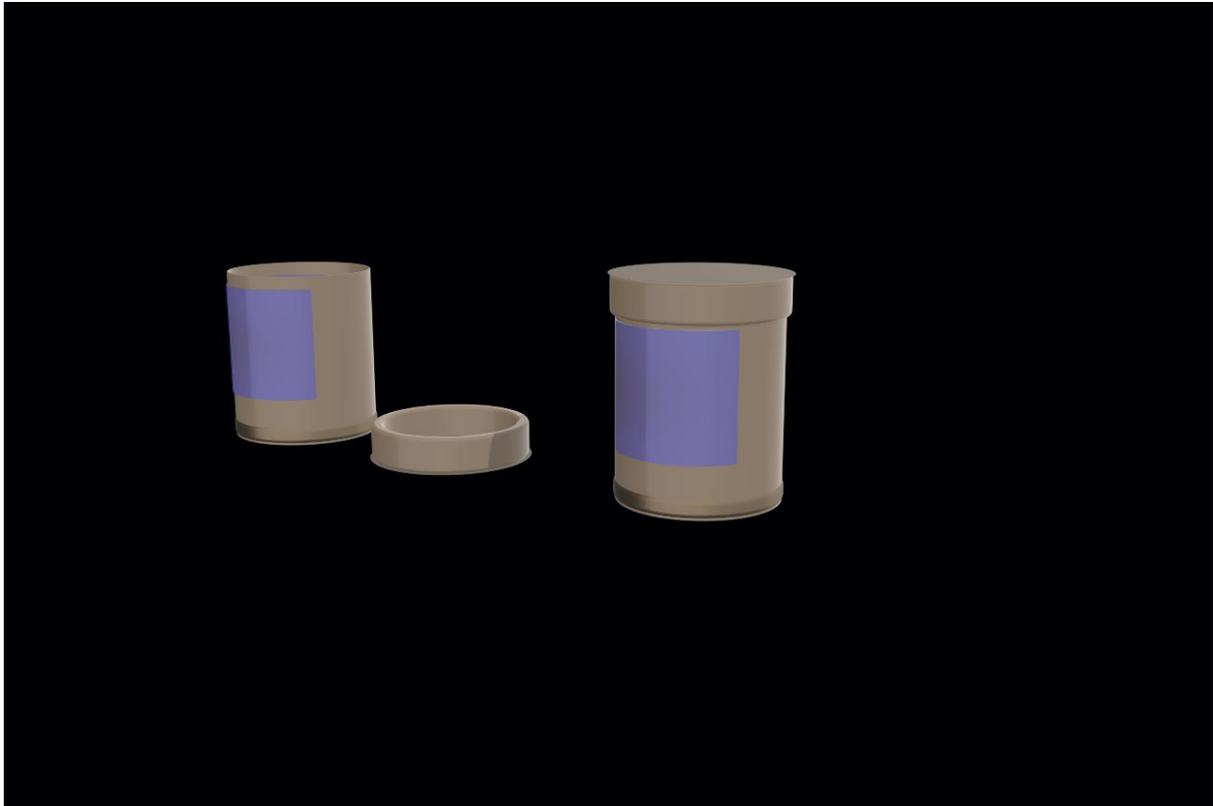


Para crear un logo en PaintTool SAI, se deben seguir los siguientes pasos:

1. primero debíamos tener una idea clara del concepto del logo
2. creamos un nuevo lienzo en blanco
3. realizamos un boceto inicial
4. Definimos el diseño
5. aplicamos los colores y estilo
6. agregar tipografía
7. guardamos el logo en un formato adecuado.

Vectary:

Utilizamos el software de Vectary para la elaboración del diseño del empaque biodegradable. Usamos el software en línea, para la creación y diseño de modelos 3D. Nos permitió crear modelos tridimensionales utilizando una interfaz intuitiva basada en navegador, sin necesidad de conocimientos avanzados.



Link: <https://www.vectary.com/>

1. Primero accedimos a vectary y creamos un nuevo proyecto
2. Realizamos la base del empaque.
3. Editar y personalizar la forma base ajustando dimensiones y forma.
4. Renderizar y visualizar el empaque para obtener una vista previa realista.
5. Exportar el diseño en el formato de archivo adecuado.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Salesforce. (2021, August 16). ¿Qué es el benchmarking y cómo aplicarlo? [Blog post]. Recuperado el 20 de septiembre de 2021 de <https://www.salesforce.com/mx/blog/2021/08/que-es-benchmarking-y-como-aplicarlo.html#:~:text=El%20benchmarking%20>

De Estadística Y Geografía, I. N. (s. f.). Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas. DENUE. <https://www.inegi.org.mx/app/mapa/denue/default.aspx>

Grayrids. (s. f.). Camara de la Industria Alimenticia de Jalisco. <https://www.ciaj.org.mx/>

Vectary - Create 3D interactive experiences for Web, Augmented Reality and Metaverse. (s. f.). <https://www.vectary.com/>

SYSTEMAX, S. D. (2008). Paint Tool SAI (Nº de versión Paint Tool SAI 1.2.5). Windows. Japon: SYSTEMAX Software Development.

Mejía Trejo, J. (2023). Desarrollo de nuevos productos y servicios: una guía práctica para su diseño e implementación. 1. Academia Mexicana de Investigación y Docencia en Innovación (AMIDI). <https://elibro-net.wdg.biblio.udg.mx:8443/es/ereader/udg/227930?page=1>