

Índice de contenido

I Introducción.....	1
1.1 Planteamiento del Problema.....	2
1.2 Objetivo General.....	3
1.3 Objetivo específico.....	3
1.4 Justificación.....	3
1.5 Alcances.....	4
1.6 Limitaciones.....	4
1.7 Organización del estudio.....	5
II Marco Teórico.....	7
2.1 Alimentación humana.....	8
2.2 Tendencias y evolución en la alimentación.....	9
2.3 Alimentación saludable.....	11
2.4 Alimentos balanceados.....	12
2.5 Alimentos “light”.....	13
2.6 Alimentos nutritivos y relación con gobierno.....	14
2.7 Acciones alimenticias tomadas en México.....	15
2.8 La Soya y sus propiedades.....	16
2.9 Soya en México.....	19
2.10 Definición del plan de negocios.....	20
2.11 Estructura del plan de negocio.....	22
2.11.2 Plan de negocios de Logengenecker, Moore y Petty.....	22
2.12 Plan de Negocios.....	24
2.12.1 Resumen ejecutivo.....	25
2.12.2 Misión.....	25
2.12.3 Plan de negocios.....	25
2.12.4 Programa general de la empresa.....	26

2.12.5 Plan de producto.....	27
2.12.6 Plan de Marketing.....	27
2.12.7 Plan de administración.....	28
2.12.8 Plan de operación.....	29
2.12.9 Plan de organización.....	30
2.12.10 Plan financiero.....	31
2.13 Conclusión de marco teórico.....	32
III Método.....	34
3.1 Definición del problema.....	37
3.2 Enfoque del problema.....	38
3.3 Diseño de la investigación.....	38
3.4 Trabajo de campo y recopilación de datos.....	40
3.5 Preparación y análisis de datos.....	40
3.6 Elaboración y presentación de informe.....	41
IV Resultados de la investigación.....	42
4.1 Razones de consumo de alimentos saludables.....	43
4.2 Consumo de soya.....	44
4.3 Interés en SOY.....	45
4.4 Hábitos de compañía.....	46
4.5 Razones de consumo en soya.....	47
4.6 Posicionamiento de marcas de soya.....	49
4.7 Puntos de venta.....	50
4.8 Precios establecidos.....	51
V Plan de negocios.....	52
5.1 Resumen ejecutivo.....	53
5.2 Misión.....	54
5.3 Visión.....	54
5.4 Valores.....	54
5.5 Programa general de la empresa.....	55
5.5.1 Tipo de negocio.....	55

5.5.2	Objetivos.....	55
5.5.3	Donde se localiza.....	56
5.5.4	Aspectos legales.....	56
5.6	Plan de producto.....	56
5.7	Plan de marketing.....	57
5.7.1	Beneficio del producto.....	57
5.7.2	Tipo de mercado existente.....	58
5.7.3	Competencia.....	58
5.7.4	Análisis FODA.....	59
5.7.5	Estrategia de medios.....	60
5.8	Plan de administración.....	61
5.8.1	Equipo de Administración.....	61
5.9	Plan de Operaciones.....	62
5.9.1	Procesos.....	62
5.9.2	Materiales necesarios.....	63
5.9.3	Recursos humanos necesarios.....	64
5.9.4	Infraestructura.....	65
5.10	Plan de organización.....	65
5.10.1	Estructura de la empresa.....	65
5.10.2	Reclutamiento y selección.....	66
5.11	Plan financiero.....	67
5.11.1	Ventas.....	68
5.11.2	Sueldos.....	68
5.11.3	Depreciación.....	69
5.11.4	Proyecciones a futuro.....	69
5.11.4.1	Supuestos.....	69
5.11.4.2	Capital de trabajo relacionado con déficit.....	71
5.11.5	Escenarios.....	72
VI	Conclusiones.....	76
6.1	Conclusiones y recomendaciones.....	77

Bibliografía.....	79
Anexos.....	82