

Resumen ejecutivo:

La empresa Forestal Galland se dedica a producir y comercializar árboles de Navidad de la especie Douglas Fir, en el estado de Puebla.

En este documento se presenta un plan para el aprovechamiento de las ramas que se caen como consecuencia de la poda anual, que se lleva a cabo cada mes de octubre. Se busca que sea posible obtener un aceite esencial de estas ramas, para evitar que sean desperdicio. Aprovecharlas para que se obtenga un aceite esencial, por medio de la destilación de este material. De esta forma aprovechar lo que en otro caso sería desperdicio, y la comercialización del aceite en los puntos de venta de la empresa.

Este producto final, un aceite con un aroma tan apreciado. Muy aceptado y añorado por las personas gracias a las emociones que despierta. Se busca principalmente aprovechar lo que se consideraba un desperdicio, y con esto, generar más utilidades para la empresa.

La fuente principal de ingresos de esta empresa es la venta de árboles de Navidad al menudeo. Este modelo de negocios es rentable principalmente porque la empresa se ocupa de toda la cadena de suministro; dentro de la que se encuentra también el proceso de obtención del aceite esencial *Douglas Fir*.

La competencia para la empresa y su actividad principal (la venta de árboles de Navidad) son tiendas de autoservicio como las tiendas de Home Depot, Walmart, Sams, Costco, entre otras. Además es necesario incluir a los menores competidores como los comerciantes ambulantes, quienes

compran a los importadores o productores nacionales al mayoreo el producto para después revenderlo y obtener ganancias. Aun así es necesario comentar que un alto porcentaje de los comerciantes de este tipo compran gran cantidad de su inventario en Forestal Galland.

La competencia indirecta, para el producto derivado del desperdicio, son los comercializadores y productores de la ciudad de Puebla que venden aceites esenciales y productos relacionados de fabricación y marca propia. Aunque en realidad no existe una competencia directa, puesto que es la primera vez que se obtiene una esencia de esta especie en el mercado actual. Además que esto se suma al bajo precio que sería posible ofrecerle al consumidor. Y con estos dos puntos concretamos nuestra ventaja competitiva

Nuestro modelo de negocios es más rentable que el de la competencia, esto es debido a que nosotros no comercializamos árboles de Navidad importados. Por otro lado hablando de la esencia de olor a árbol de Navidad sus costos son muy bajos, puesto que el material que utilizaremos era un desperdicio de la actividad principal de la empresa. Y el proceso de transformar estas ramas en aceite esencial implica una inversión mínima de capital. Sólo habría que invertir en el proceso, no en el material. Ésta es una gran ventaja ya que existen pocos productores de esta especie de árbol en el mundo.

Nuestro mercado es , principalmente, las familias con hijos menores de edad, sobre todo pequeños, que es cuando los niños tienen la edad suficiente para entender qué es la navidad, seguir creyendo en el espíritu de la natividad, recordar sensaciones de navidades pasadas y poder

esperar con ansias el festejo del próximo año. Sin embargo existen todo tipo de edades interesadas en el producto, desde los estratos socioeconómicos A hasta C. El tamaño del mercado existente actualmente es de 7,000 clientes; el objetivo esperado dentro de 10 años es de al menos 20,000.