

**Instituto de negocios e innovación**



## **Recuerdos Tlaolli**

**Grado: 1ro de preparatoria**

**Materia: Cultura emprendedora y ventas**

**Docente: Aispuro Ruiz Glendy Guadalupe**

**Alumnos: Jorge Iván Montiel López.**

**Antonio Edu Ibarra Acosta.**

**Waldo Jesús María Gómez Reyes.**

**Guasave Sinaloa México a martes 08 de febrero de 2023**



## **1. Empresa**

### **1.1 Giro**

Recuerdos Tlaolli es una empresa Guasavense la cual provee de recuerdos y souvenirs relacionados con la cultura de Guasave para promover el turismo en la región, enfocado en dar a conocer nuestros productos a turistas.

### **1.2 Misión**

Distribuir alrededor de Guasave souvenirs para turistas y ayudar a promover el turismo en la región, así de esta manera las personas puedan llevarse un recuerdo de la Ciudad.

### **1.3 Visión**

Ser la primera empresa reconocida en la ciudad de Guasave, la cual ofrezca souvenirs a los turistas que visiten la región

#### **1.4 Valores:**

- Respeto a la diversidad
- Honesto
- Tolerantes
- Empáticos
- Íntegros
- Trabajo en equipo

### **2. OBJETIVOS EMPRESARIALES Y DEL PROYECTO**

#### **2.1 Empresariales**

Nuestro objetivo es lograr convertirnos en una empresa reconocida entre los turistas que visiten la Ciudad de Guasave, que los empleados se sientan conformes con nuestros resultados y que los clientes se sientan felices con la calidad de los souvenirs.

#### **2.2 Del Proyecto**

- Ser la marca de souvenirs más reconocida de Guasave.
- Tener varios puntos de venta en lugares de interés de la ciudad.

### **3**

El segmento del mercado va dirigido a todos los turistas que visiten Guasave, es excelente para todas aquellas personas que estén de visita por la ciudad y quieran llevarse un recuerdo de ella o bien regalar a sus seres queridos y/o amigos.

#### **4.1 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA**

Nuestro producto es un artículo de buena calidad, para ser un souvenir de recuerdos. Nos hemos puesto la meta de llevarlo a todo el mercado de Guasave.

#### **4.2 OBJETIVOS**

El objetivo de nuestro producto es que la gente se lleve un bonito recuerdo cuando visite su lugar de origen o cuando conozca la ciudad de Guasave, ¡y qué mejor que con un pequeño recuerdo de la localidad!

Otro de nuestros objetivos es estar posicionados como marca reconocida en souvenirs, en el municipio de Guasave.

#### **4.3 MERCADO META**

Todo los turistas o personas que se regresen a su ciudad de origen, y que deseen tener un pequeño recuerdo de la ciudad de Guasave.

### **5. PRODUCTO**

#### **5.1 SELECCIÓN DEL PRODUCTO**

Recuerdos Tlaolli va iniciar su curso de ventas con la producción de llaveros y plumas con las letras personalizadas de Guasave.

#### **5.2 SLOGAN**

***ENTREGALES  
AMOR DESDE  
GUASAVE***

#### **5.3 ELABORACION DE DISEÑO: LOGOTIPO, ETIQUETA, ENVASE, EMBALAJE.**

## **Logotipo**



## **Etiqueta**

### **Envase y empaque**

Los llaveros de Guasave estarán empaquetados individualmente en bolsas de plásticos, y las plumas serán colocadas en empaques que contengan 4 de estas de diferentes colores.

### **Embalaje**

Los productos elaborados de pondrán y transportaran en cajas con una capacidad máxima de hasta 50 empaques cada una.

## **5.4 COMPETENCIA**

La idea de esta empresa surgió al ver como en Guasave no existe como tal alguien que distribuya recuerdos de la ciudad por lo que no se tiene contemplado tener competencia por la originalidad de nuestros productos.

## **6.PLAN ESTRATEGICO DE MERCADOTECNIA.**

### **6.1 MATRIZ FODA.**

#### **Fortalezas**

- Zonas turísticas.
- Originalidad del producto.
- No hay una empresa parecida en la ciudad.
- El turismo está creciendo en la zona.

#### **Oportunidades**

- Variedades de souvenirs.
- Mercado meta Turistas.
- Aprovechar fechas como semana santa.

#### **Debilidades**

- Cantidad de turistas. (poco arribo de turistas)
- No encontrar proveedores.
- Que la gente no encontrara nuestra marca.

#### **Amenazas**

- Empresas multinacionales.
- Los cambios económicos pueden afectar los ingresos de los turistas y su disposición a gastar en recuerdos.
- Una pandemia.
- La violencia en las zonas turísticas.

## **7.PRECIO**

### **7.1 PRECIO POR UNIDAD, UNIDADES A EXPORTAR Y GANANCIAS ESPERADAS**

| Materiales          | Unidad  | Imprenta       | TOTAL     | \$ x Unidad | Ganancias esperadas |
|---------------------|---------|----------------|-----------|-------------|---------------------|
| Llaveros            | \$5.4   | \$17 x 30 PZAS | \$179     | \$20        | \$600               |
| Unidades a exportar | 30 PZAS |                | \$6 x PZA |             | 335%                |
|                     |         |                |           |             |                     |

## **9. PLAZA**

### **9.1 CANAL DE DISTRIBUCION**

Canal directo, ya que es del distribuidor al consumidor.

### **9.2 TIPO DE DISTRIBUCION**

Canal Terrestre, automóvil utilitario, se venderán y distribuirán los productos en lugares turísticos de Guasave en un stand móvil o bien, vendiéndoselos a otros negocios turísticos.

### **9.3 PUNTO DE VENTA**

Los puntos de venta son directamente en los lugares turísticos de Guasave y muy concurridos de la ciudad.

## **10. PROMOCIÓN**

### **10.1 ESTRETEGIA DE ENTRADA**

El producto será vendido en los puntos turísticos de la ciudad de Guasave, dando a conocer nuestros souvenirs mediante algunas promociones como el 2x1.

### **10.2 DISEÑOS**

La promoción del producto será mediante publicaciones distintas por redes sociales y físicamente se dará a conocer al público por nuestra calidad precio del producto y que será algo compacto y fácil de llevar.

Recuerdo Tlaollí hará publicidad mediante el medio mas recurrido de hoy en día, las cuales son las redes sociales, estaremos dándonos a conocer por ahí mediante dinámicas o encuestas para hacer la ciudad de Guasave mas atractiva a la vista de los turistas y se quieran llevar un suvenir de la ciudad y tengan ganas de venir mas seguido a la ciudad y comprar cada vez que vengan un pequeño recuerdo para sus familiares.

### **10.3 MEDIOS**

La publicidad de nuestro producto se dará a conocer por medio de las redes sociales, folletos y trípticos.