

## ÍNDICE

<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>1.1 GIRO .....</b>	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>1.2 MISIÓN .....</b>	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>1.3 VISIÓN.....</b>	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>1.4 VALORES:.....</b>	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>2. OBEJETIVOS EMPRESARIALES Y DEL PROYECTO.....</b>	<b>4</b>
<b>2.1 EMPRESARIALES .....</b>	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>2.2 DEL PROYECTO .....</b>	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>3. MERCADO .....</b>	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>4. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS .....</b>	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>4.1 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA.....</b>	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>4.2 OBJETIVOS.....</b>	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>4.3 MERCADO META .....</b>	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>5. PRODUCTO.....</b>	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>5.1 SELECCIÓN DEL PRODUCTO.....</b>	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>5.2 SLOGAN.....</b>	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>5.3 ELABORACIÓN DE DISEÑO: LOGOTIPO, ETIQUETA, ENVASE, EMBALAJE .....</b>	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>5.4 COMPETENCIA.....</b>	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>6. PLAN ESTRATÉGICO DE MERCADOTECNIA .....</b>	<b>9.</b>
<b>6.1 MATRIZ FODA .....</b>	<b>9.</b>
<b>7. PRECIO.....</b>	<b>10¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>7.1 PRECIO POR UNIDAD, UNIDADES A EXPORTAR Y GANANCIAS ESPERADAS.....</b>	<b>10¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>8. PLAZA .....</b>	<b>10¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>8.1 CANAL DE DISTRIBUCIÓN.....</b>	<b>11¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>8.2 TIPO DE DISTRIBUCIÓN.....</b>	<b>11¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>8.3 PUNTO DE VENTA .....</b>	<b>11¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>9. TRANSPORTE Y FLETES.....</b>	<b>11¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>9.1 TRANSPORTE .....</b>	<b>11¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>9.2 RUTA .....</b>	<b>12¡Error! Marcador no definido.</b>

<b>10. PROMOCIÓN</b>	.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>	12
<b>10.1 ESTRATEGIAS DE ENTRADA</b>	.....	<b>12</b>	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>10.2 DISEÑOS</b>	.....	<b>13</b>	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>10.3 MEDIOS</b>	.....	<b>13</b>	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>11. PLAN DE INVERSIÓN</b>	.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>	
<b>11.1 INSTALACIONES</b>	.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>	
<b>11.2 MAQUINARIA Y EQUIPO</b>	.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>	
<b>11.3 RECURSO HUMANO</b>	.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>	
<b>12. MAPA DEL LUGAR DE ORIGEN, MAPA DEL LUGAR DE DESTINO</b>	.....	<b>¡Error!</b>	
		<b>Marcador no definido.</b>	
<b>12.1 FOTOGRAFÍAS DEL PROCESO DE ELABORACIÓN DEL PRODUCTO</b>	.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>	
<b>12.2 CROQUIS DE LAS INSTALACIONES DE LA EMPRESA</b>	.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>	
<b>13. CONCLUSIÓN</b>	.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>	

## **INTRODUCCIÓN**

En este trabajo de investigación se muestra una descripción detallada de la empresa, su misión, objetivos, valores etc. buscando presentar nuestra empresa Off Diet.

Off Diet es una empresa 100% Guasavense que busca brindar los mejores postres (principalmente brownies), elaborados con ingrediente de excelente calidad y con el mejor precio. Con la intención de regalarle momentos felices a las personas y satisfacer a los clientes.

## **1. EMPRESA**

### **1.1 GIRO**

Off Diet Es una empresa 100% Guasavense que brinda los mejores postres, elaborados con ingredientes de excelente calidad y mejor precio.

### **1.2 MISION**

Ser la mejor empresa de postres, ofreciendo productos de mejor calidad y precio.

### **1.3 VISION**

Ser de los mejores negocios de postres de nuestro municipio en un futuro y brindar un momento agradable a las personas.

### **1.4 VALORES**

- Honestidad
- Equidad de genero
- Igualdad
- Trabajo en equipo
- Respeto
- Confianza

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

### **2.1 EMPRESARIALES**

Nuestro objetivo es llegar a tener resultados notables dentro del mercado de nuestro municipio y escuela, buscando que los clientes se sientan satisfechos con el producto y busquen seguir consumiendo y recomiendan nuestros postres.

## **2.2 DEL PROYECTO**

- Convertirnos en uno de los mejores postres de Guasave
- Tener una gran cantidad de ventas y ganancias
- Ampliar nuestra variedad de productos
- Superar a la competencia
- Mejorar la calidad de los productos

## **3. MERCADO**

Nuestros productos van dirigidos 100% a la población de nuestro municipio y son aptos para casi todo público sin importar la edad (menos para las personas que no puedan consumir azúcar). Esta empresa busca vender en toda la ciudad de Guasave, y estar a disposición del cliente recibiendo pedidos.

## **4. INVESTIGACIÓN DE MERCADO**

Investigar y comprender las preferencias de las personas, sus gustos y opiniones buscando mejorar el producto y que los clientes estén satisfechos. Ver los antecedentes de errores y mejorarlos.

### **4.1 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA**

Buscar tener una gran variedad de productos, con el mejor sabor y de buena calidad, teniendo la meta de mejorarlo cada vez. Procurando aumentar la cantidad de clientes y ventas.

### **4.2 OBJETIVOS**

Nuestro objetivo es garantizarles momentos agradables a las personas al brindarles productos de buena calidad y sabor.

### **4.3 MERCADO META**

Nuestro producto va dirigido al público en general (menos a personas que no pueden consumir azúcar).

## **5.PRODUCTO**

### **5.1 SELECCIÓN DEL PRODUCTO**

OFF DIET son deliciosos postres que se venderán en bolsitas transparentes de celofán individuales o cajas de plástico con 4 brownies cada una y cada envase contendrá el logo de nuestro producto

### **5.2 SLOGAN**

No dejes para mañana el brownie que puedes comer hoy

### **5.3 ELABORACIÓN DE DISEÑO: LOGOTIPO, ETIQUETA, ENVASE, EMBALAJE**

#### **Logotipo**



## **Etiqueta**



• **6871707236**  
📍 **Guasave, Sinaloa**

## **Envase y empaque**

Nuestros postres se empacarán en bolsas transparentes de celofán o cajas de plástico dependiendo de la cantidad de producto del pedido



## Embalaje

Los productos que se elaborarán se pondrán en cajitas de madera (canastas de 50x35 cm) o plástico que puedan volver a utilizarse.



## **5.4 COMPETENCIA**

Nuestra competencia son los negocios locales de postres como cafeterías por ejemplo café leal, el sorbo, maison the, etc. Así que buscaremos ir mejorando nuestro producto y en un futuro tener una gran variedad y aumentar las ganancias

## **6. PLAN ESTRATÉGICO DE MERCADOTECNIA**

### **6.1 MATRIZ FODA**

#### **FODA**

**FORTALEZAS:** Calidad, compromiso, sabor, precio accesible y un buen lugar social.

**OPORTUNIDADES:** Convenios colaborativos con otras empresas, tener un producto popular y experiencias laborales.

**DEBILIDADES:** Precio, No tener campo de venta y falta de tiempo.

**AMENAZAS:** No tener proveedores, amenaza de plagio, competencias, no tener suficiente clientela y no tener un lugar fijo para vender.

## 7. PRECIO

### 7.1 PRECIO POR UNIDAD y GANANCIAS ESPERADAS

Brownies De Cheescake		Precio por Brownie	Precio por tanda (16 PZA)	Precio de venta del producto
	Materia	Harina de brownies	\$9.5	\$152
		Azúcar	\$0.125	\$2
		Queso philadelphia	\$2.375	\$38
		Huevos	\$0.75	\$12
		Extracto de vainilla	\$0.125	\$2
		Agua	\$0.015	\$.25
	Envase/ Logística	Etiquetas	\$1.2	\$19.2
		Bolsitas	\$0.6	\$9.6
		Aceite	\$0.062	\$1
<b>TOTAL</b>			\$14.75	\$236.05
				\$25

## **8. PLAZA**

### **LUGAR DE UBICACIÓN GEOGRÁFICA DEL LUGAR**

La plaza seria el domicilio del consumidor y/o el Instituto de Negocios e Innovación ubicado en Blvd. Central, Guasave, Sinaloa, México.



### **8.1 CANAL DE DISTRIBUCIÓN**

Canal directo, las mismas personas que los producen los entregan personalmente a los consumidores.

### **8.2 TIPO DE DISTRIBUCIÓN**

Se distribuirán de manera terrestre ya que el consumidor iría directamente al punto de venta ya sea caminando o en automóvil e igualmente si en algún caso es entrega a domicilio seria en automóvil.

### **8.3 PUNTO DE VENTA**

Los puntos de venta serían en el Instituto de Negocios e Innovación o directamente al domicilio del consumidor dentro del municipio de Guasave, estado de Sinaloa, México.



## 9. TRANSPORTE Y FLETES

### 9.1 TRANSPORTE

El trasporte seria de manera terrestre en automóvil utilitario y/o directamente caminando.



### 9.2 RUTA

La ruta sería directamente a al domicilio donde se entregaría el producto y el Instituto de Negocios e Innovación.



## **10. PROMOCIÓN**

### **10.1 ESTRATEGIAS DE ENTRADA**

El producto será presentado dentro de Guasave dándolo a conocer dentro del el Instituto de Negocios e Innovación y tiendas locales como estrategia de entrada



### **10.2 DISEÑOS**

Se promocionarán a través de redes sociales como Instagram, Facebook, Tik Tok, entre otras redes. También se utilizarán posters y anuncios en el Instituto de Negocios e Innovación, al igual que dar degustaciones al público.



### **10.3 MEDIOS**

La publicidad de nuestro producto será por medio de redes sociales, anuncios, posters y degustaciones.