



Instituto de Negocios e Innovación

GRADO: 1 de preparatoria

MATERIA: CULTURA EMPRENDEDORA Y VENTAS.

NOMBRE DEL PROYECTO:

Clay Art

ESTUDIANTES:

- Yaretzi Elizabeth Gonzalez Olivas
- Jose Antonio Sarmiento Romo
- Edgar Yurem Martinez Hernandez

MAESTRA: AISPURO RUÍZ GLENDY GUADALUPE.

GUASAVE, SINALOA A.....

# ÍNDICE

## INTRODUCCIÓN

### 1. EMPRESA

#### 1.1 GIRO

#### 1.2 MISIÓN

#### 1.3 VISIÓN

#### 1.5 VALORES:

### 2. OBJETIVOS EMPRESARIALES Y DEL PROYECTO

#### 2.1 EMPRESARIALES

#### 2.2 DEL PROYECTO

#### 3.1 MERCADO

### 4. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

#### 4.1 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

#### 4.2 OBJETIVOS

#### 4.3 MERCADO META

### 5. PRODUCTO

#### 1. SELECCIÓN DEL PRODUCTO

#### 2. SLOGAN

5.3 ELABORACIÓN DE DISEÑO: LOGOTIPO, ETIQUETA, ENVASE, EMBALAJE  
(JUSTIFICAR)

#### 5.4 Competencia

### 6. PLAN ESTRÁTÉGICO DE MERCADOTECNIA

#### 6.1 MATRIZ FODA

#### 7. PRECIO

7.1 PRECIO POR UNIDAD, UNIDADES A EXPORTAR Y GANANCIAS ESPERADAS

#### 9. PLAZA

#### 9.1 CANAL DE DISTRIBUCIÓN

#### 9.2 TIPO DE DISTRIBUCIÓN

#### 9.3 PUNTO DE VENTA

### 10. TRANSPORTE Y FLETES

#### 10.1 TRANSPORTE

#### 10.2 RUTA

### 11. PROMOCIÓN

#### 11.1 ESTRATEGIAS DE ENTRADA

#### 11.2 DISEÑOS

#### 11.3 MEDIOS

### 12. PLAN DE INVERSIÓN

#### 12.1 INSTALACIONES

#### 12.2 MAQUINARIA Y EQUIPO

#### 12.3 RECURSO HUMANO

#### 12.4 SOLICITUD DE APOYOS GUBERNAMENTALES

### 13. MAPA DEL LUGAR DE ORIGEN, MAPA DEL LUGAR DE DESTINO

#### 13.1 FOTOGRAFÍAS DEL PROCESO DE ELABORACIÓN DEL PRODUCTO

#### 13.2 CROQUIS DE LAS INSTALACIONES DE LA EMPRESA

### 14. CONCLUSIÓN

## INTRODUCCIÓN

### 1.EMPRESA

#### 1. GIRO

Clay Art, es una empresa 100% Guasavense que brindará artefactos hechos a mano y con imaginación, elaborados con arcilla de la mejor calidad y al mejor precio.

#### 1.2 MISIÓN

Ofrecer a la ciudadanía productos estéticos, los cuales tendrán utilidad tanto en una habitación, como en una cocina.

#### 1.3 VISIÓN

Ser una empresa que traiga de vuelta el arte de las artesanías, en una versión más moderna y ser la número uno en ventas.

#### 1.5 VALORES:

- Honestidad con las personas
- Respeto a los clientes y compañeros
- Equidad de género
- Inspirar confianza
- Ser tolerantes con las personas
- Comprometernos con el trabajo
- Trabajar en equipo
- Respetar ideas

## 2. Objetivos empresariales y del proyecto

### 2.1 Objetivos empresariales:

Nuestro objetivo es lograr convertirnos en una empresa con gran impacto en el mercado guasavense, y que nuestros empleados se sientan inspirados y orgullosos con los logros empresariales y que consumidores se sientan satisfechos con el producto que manejamos.

### 2.2 Objetivos del proyecto:

- Tener las mejores artesanas personalizadas de la Región.
- Ofrecer un excelente servicio al cliente.
- Mantener los valores fundamentales de la empresa.

## 3. MERCADO

El segmento del mercado al que va dirigido ClayART al 100% de la población guasavense, ya que es ideal para todas aquellas personas que les guste consumir productos artesanales sin importar el rango de edad. Esta empresa operara a través de las redes sociales y un local dentro de la ciudad, así que es muy importante mantener una buena comunicación y relación con los clientes.

## 4. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Conocer lo que las personas prefieren al comprar una artesanía personalizada. Por ejemplo tazas de personajes, de diseño, artesanías decorativas, etc.

### 4.1 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

Nuestro producto es de calidad, por consiguiente, queremos vender tanto en la región de Guasave como a los usuarios de las redes sociales.

### 4.2 OBJETIVOS

Nuestro objetivo es ofrecer productos elaborados con materiales de calidad a las personas que expresan sus gustos e ideas mediante objetos.

Posicionarnos como una marca reconocida, principalmente en la ciudad de Guasave en la elaboración de artesanías creadas con arcilla.

### 4.3 MERCADO META

Entre adolescentes hasta adultos tenemos previsto en nuestro mercado ya que son las personas que les atrae los productos diseñados.

## 5. SELECCIÓN DEL PRODUCTO

Estas artesanías serán elaboradas con arcilla DAS de alta calidad y diseñada con pinturas RATEL

### 5.2 SLOGAN



5.3 ELABORACIÓN DE DISEÑO: LOGOTIPO, ETIQUETA, ENVASE, EMBALAJE  
(JUSTIFICAR)

Logotipo



## Etiqueta



### ENVASE Y EMPAQUE

El producto se estará empacado en cajas de cartón que contendrán fibras de plástico para evitar un tipo de accidente con este y eran biodegradables para que sean amigables con el medio ambiente. Teniendo una buena presentación del producto y protección a la vez.

### EMBALAJE

Los productos que se elaborarán se pondrán en cajas de mayor proporción.

### 5.4 Competencia

Nuestra competencia son las marcas de productos a base de cerámica no artesanales (elaborados con maquina) y empresas mundialmente reconocidas (SHEIN, Amazon y Mercado libre). Así que buscamos destacar en nuestra calidad para poder competir como una nueva marca implementada en Guasave que no busca solo quedarse en un lugar si no alcanzar a un público-compradores

- 6. PLAN ESTRATÉGICO DE MERCADOTECNIA
- 6.1 MATRIZ FODA
- Fortalezas:
  - Precio accesible
  - Elaborado con materiales de calidad
  - Uso de redes sociales.
  - Ofrecemos calidad.
  - Fácil acceso al producto.
- Oportunidades:
  - Producto popular
  - Variedad de diseños.
- Debilidades:
  - Ser producto nuevo
  - Poca experiencia en el mercado.
- Amenazas:
  - Variedad de competencia.
- 
- 7. PRECIO
  - 7.1 PRECIO POR UNIDAD, UNIDADES A EXPORTAR Y GANANCIAS ESPERADAS
    - 
    - 
    - 
    - 457.40
    -
- 9. PLAZA
  - 9.1 CANAL DE DISTRIBUCIÓN
    - Canal directo, ya que es del productor al consumidor.
  - 9.2 TIPO DE DISTRIBUCIÓN
    - Canal terrestre, ya que haremos las entregas mediante paquetería(Estafeta, DHL) , porque serán entregas a domicilio.
  - 9.3 PUNTO DE VENTA
    - Los puntos de venta son directamente al domicilio de los clientes.
  -
- 10. TRANSPORTE Y FLETES
  - 10.1 TRANSPORTE
    - El transporte del producto será mediante vía terrestre mediante camiones de paquetería y por automóviles.
  - 10.2 RUTA
    - Se utilizará como transporte los camiones de la paquetería o automóvil en el cual se llevarán los productos directamente al domicilio de la persona o al punto de venta.
  - 
  -

## 11.2 DISEÑOS

La promoción del producto será mediante una exposición por redes sociales y mediante folletos.

ClayArt hará publicidad mediante el medio más recurrido hoy en día, las cuales son las redes sociales, estaremos más activas por ahí, respondiendo preguntas o dudas que tengan nuestros clientes, además estaremos posteando nuestras promociones y Giveaways que tendremos. También estaremos dándonos a conocer por medio de la radio, volantes y carteles de publicidad por la ciudad, logrando así penetrar más rápidamente en la comunidad. Al personal, se les proporcionara un uniforme y accesorios de trabajo, con los datos del negocio, con el fin de tener una mejor presentación además de servir como publicidad.

## 11.3 MEDIOS

La publicidad de nuestro producto se dará por medio de redes sociales.