

[LOGOTIPO Y NOMBRE DE PREPARATORIA]

**GRADO Y GRUPO.**

**MATERIA: CULTURA EMPRENDEDORA Y VENTAS.**

**NOMBRE DEL PROYECTO:**

**ESTUDIANTES:**

**MAESTRA: AISPURO RUÍZ GLENDY GUADALUPE.**

**FECHA: GUASAVE, SINALOA A.....**

## ÍNDICE

<b>INTRODUCCIÓN</b>	3
<b>1. EMPRESA</b>	4
<b>1.1 GIRO</b>	4
<b>1.2 MISIÓN</b>	4
<b>1.3 VISIÓN</b>	5
<b>1.5 VALORES:</b>	5
<b>2. OBJETIVOS EMPRESARIALES Y DEL PROYECTO</b>	5
<b>2.1 EMPRESARIALES</b>	5
<b>2.2 DEL PROYECTO</b>	5
<b>3. PAISES A EXPORTAR</b>	6
<b>3.1 MERCADO</b>	5
<b>4. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS</b>	5
<b>4.1 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA</b>	5
<b>4.2 OBJETIVOS</b>	5
<b>4.3 MERCADO META</b>	5
<b>5. PRODUCTO</b>	5
<b>5.1 SELECCIÓN DEL PRODUCTO</b>	6
<b>5.2 SLOGAN</b>	6
<b>5.3 ELABORACIÓN DE DISEÑO: LOGOTIPO, ETIQUETA, ENVASE, EMBALAJE</b>	6
<b>5.4 COMPETENCIA</b>	7
<b>6. PLAN ESTRÁTÉGICO DE MERCADOTECNIA</b>	7
<b>6.1 MATRIZ FODA</b>	7
<b>7. PRECIO</b>	7
<b>7.1 PRECIO POR UNIDAD, UNIDADES A EXPORTAR Y GANANCIAS ESPERADAS</b>	7
<b>8. PLAZA</b>	8
<b>8.1 CANAL DE DISTRIBUCIÓN</b>	8
<b>8.2 TIPO DE DISTRIBUCIÓN</b>	8
<b>8.3 PUNTO DE VENTA</b>	8
<b>9. TRANSPORTE Y FLETES</b>	8
<b>9.1 TRANSPORTE</b>	8
<b>9.2 RUTA</b>	8

<b>10. PROMOCIÓN .....</b>	8
<b>10.1 ESTRATEGIAS DE ENTRADA .....</b>	8
<b>10.2 DISEÑOS .....</b>	8
<b>10.3 MEDIOS .....</b>	9
<b>11. PLAN DE INVERSIÓN.....</b>	9
<b>11.1 INSTALACIONES.....</b>	9
<b>11.2 MAQUINARIA Y EQUIPO .....</b>	9
<b>11.3 RECURSO HUMANO.....</b>	9
<b>12. MAPA DEL LUGAR DE ORIGEN, MAPA DEL LUGAR DE DESTINO .....</b>	12
<b>12.1 FOTOGRAFÍAS DEL PROCESO DE ELABORACIÓN DEL PRODUCTO .</b>	9
<b>12.2 CROQUIS DE LAS INSTALACIONES DE LA EMPRESA .....</b>	10
<b>13. CONCLUSIÓN .....</b>	12

## **INTRODUCCIÓN**

El presente trabajo de investigación muestra el transcurso de un procedimiento de elaboración, desde la descripción detallada de la empresa, su estructura, valores y forma de actuar, así como la elección del producto que en este caso es Paletas “El Jeringas” marca original.

Paletas “El Jeringas”, es una empresa 100% Guasavense que ofrece deliciosas paletas y nieves de sabores variados y a accesible precio. Además, ofrece el mejor

servicio de la ciudad ya que nos interesa que su experiencia de consumo sea agradable para que disfruten día con día.



## 1. EMPRESA

### 1.1 GIRO

Paletas “El Jeringas” busca mejorar la experiencia que tiene la comunidad sobre las paletas y snacks helados al igual que al mismo tiempo ofrecer un diseño estéticamente satisfactorio al cliente.

### 1.2 MISIÓN

La misión es para ayudar a las demás personas con sueños empresariales y gastronómicos a tener éxito y proporcionando puestos de trabajo que la gente le encanta.

### **1.3 VISIÓN**

inspirar a todas las personas del mundo a cumplir sus sueños

### **1.5 VALORES:**

- Espíritu de entrega; Lo que envías a la vida de otros se regresará a la tuya.
- Hazme sentir importante
- Trata a los demás como te gustaría ser tratado.
- Inspirar confianza
- Balance de prioridades

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

### **2.1 EMPRESARIALES**

Crear una empresa que mejore la calidad y sabor a las paletas helados y/o nieves que se ofrecen en Guasave, darles una estética mejorada y original que no se haya visto antes en la ciudad.

### **2.2 DEL PROYECTO**

- Mientras los retos que enfrenta nuestra comunidad evolucionan, nosotros evolucionamos para encontrarles solución. Un individuo puede ser la diferencia. Juntos, podemos cambiar el mundo.

### **3.1 MERCADO**

El segmento del mercado al que va dirigido es a todas las personas de Guasave, cualquier rango de edad. Esta empresa operara a través de las redes sociales realizando entregas personales y a domicilio dentro de la ciudad, así que es muy importante mantener una buena comunicación y relación con los clientes.

## **4. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS**

Estar al pendiente de las reseñas que recibimos, opiniones, críticas que puedan cooperar con nuestra empresa para mejorar y ofrecer aún más calidad.

Buscar una tendencia con el mercado que queramos para atraer a la nueva clientela.

### **4.1 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA**

Nuestras paletas son un producto de buena calidad por lo tanto nos hemos puesto la meta de llevar a todo el mercado de Guasave nuestro producto.

### **4.2 OBJETIVOS**

Nuestros objetivos son brindar snacks, especialmente paletas, de calidad que se pueda disfrutar al momento y con una ambientación relajante.

### **4.3 MERCADO META**

Entre niños hasta adultos tenemos previsto en nuestro mercado.

## **5. PRODUCTO**

## 5.1 SELECCIÓN DEL PRODUCTO

La fruta es la base de la mayoría de las paletas. El azúcar es necesario para endulzar las paletas y equilibrar el sabor de la fruta, se puede utilizar azúcar blanca, azúcar morena, miel o cualquier otro endulzante que se prefiera. Agua o Leche o crema si se quiere hacer paletas cremosas. Esencias o extractos. La clientela puedes añadir esencias o extractos de vainilla, almendra, limón u otras frutas de su preferencia para darle un toque extra de sabor a tus paletas.

Otros ingredientes adicionales: Dependiendo del tipo de paleta, se añade otros ingredientes como chocolate, nueces, coco rallado, etc.

## 5.2 SLOGAN

Inyéctate la frescura.

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

### Logotipo



### Etiqueta

## ENVASE Y EMPAQUE

Se puede envolver cada paleta en papel encerado o plástico para protegerla y mantenerla fresca. Este tipo de empaque es ideal para ventas al detalle.

Bolsas selladas al vender paletas en grandes cantidades.

Envases congelables. Estos envases suelen estar hechos de plástico duro y resistente, y pueden reutilizarse varias veces.

En general, el empaque ideal para paletas debe ser resistente, hermético y proteger las paletas de la humedad y los daños. Además, es importante que el empaque sea atractivo visualmente para llamar la atención de los clientes y hacer que las paletas se vean más apetecibles.

## EMBALAJE

Las cajas de cartón son una buena opción para almacenar y transportar grandes cantidades de paletas.

### 5.4 Competencia

Nuestra competencia serían nieves chente, michoacana, Dairy Queen, Nevería Los Cuates, etc.

## 6. PLAN ESTRATÉGICO DE MERCADOTECNIA

### 6.1 MATRIZ FODA

#### Fortalezas:

- Precio accesible
- Elaborado naturalmente
- Uso de redes sociales.
- Estéticamente original.
- Fácil acceso al producto.

#### Oportunidades:

- Producto popular
- Variedad de puntos de venta.

#### 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

TE DE JAZMIN 600ml				1.00			\$ 12.93
MATERIA	AGUA	LT		1.000	\$ 13.00	\$ 0.36	
	HOJAS DE JAZMIN	KG		0.013	\$ 65.00	\$ 0.85	
	AZUCAR	KG		0.200	\$ 20.00	\$ 4.00	
	LIMON	LT		0.009	\$ 25.00	\$ 0.23	
	ENVASE/LOGISTICA	BOTELLA	PZA	1.000	\$ 4.50	\$ 4.50	
		ETIQUETA	PZA	1.000	\$ 1.00	\$ 1.00	
		CAJA	PZA	1.000	\$ 2.00	\$ 2.00	

## 9. PLAZA

### 9.1 CANAL DE DISTRIBUCIÓN

Canal directo, ya que es del productor al consumidor.

### 9.2 TIPO DE DISTRIBUCIÓN

Nos gustaría introducir el producto mediante redes sociales y tener un local para vender.

### 9.3 PUNTO DE VENTA

Los puntos de venta son directamente al domicilio donde se vende y también en diferentes abarrotes de Guasave.

10.



## TRANSPORTE Y FLETES

### 10.1 TRANSPORTE

Automóvil.

### 10.2 RUTA

Se utilizará el automóvil en el cual se llevarán las paletas directamente al domicilio de la persona o al punto de venta.

## 11. PROMOCIÓN

### 11.1 ESTRATEGIAS DE ENTRADA

El producto será presentado a nuestro mercado guasavense dando a conocer un nuevo producto con diferente estética, sabores nuevos y un precio más accesible.

### 11.2 DISEÑOS

La promoción del producto será mediante una exposición por redes sociales y físicamente donde le demos a conocer al público los beneficios de este producto y las nuevas características.

### **11.3 MEDIOS**

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

## **12. PLAN DE INVERSIÓN**

### **12.1 INSTALACIONES**

El área laboral de la empresa es una casa con medidas de 8 x 7,5m donde la puerta principal se ubica al frente de la casa y al entrar por ella podemos observar en la esquina al lado derecho un baño individual de 2 x 2 m, al lado izquierdo una sala y más adelante el comedor, la cocina se encuentra al fondo de la casa al lado derecho y cuenta con un lavabo y una estufa de frente a lo que es una barra para poder mantener todos los utensilios e ingrediente al alcance a la hora de la producción del té. También, existe una puerta que conduce hacia la parte de atrás de la casa donde podemos encontrar al fondo el lavadero y aun lado 2 freezer en los cuales mantendremos el producto a una temperatura adecuada, también junto a los freezer hay unas mesas y estantes para mantener nuestros productos en stock y poder tener todo muy bien organizado.

### **12.2 MAQUINARIA Y EQUIPO**

Se utilizará celular, carro, refrigerador, estufa, laptop, ollas y todo para la elaboración del producto.

### **12.3 RECURSO HUMANO**

El reclutamiento es el proceso de identificar e interesar a candidatos capacitados para llenar las vacantes. El proceso de reclutamiento se inicia con la búsqueda del nuevo colaborador haciendo saber de esta necesidad al público en general para que aquel interesado en el puesto asista con solicitud en mano para ser sometido a evaluación. El tener bien definido el puesto que se tiene que cubrir hará más fácil la selección de la persona adecuada porque de esta forma se comenzara a buscar a aquellas que cumplan con las características que este puesto requiere, así mismo se ahorrara tiempo y se evitará tener que entrevistar a candidatos que no cumplan con los requisitos para esta posición.

Para la selección de personas se tomarán en cuenta características como conocimiento básico en la cocina, saber conducir y tener licencia vigente, saber administrar dinero, tener conocimiento de redes sociales y saber usarlas y tener conocimiento de matemáticas básicas.

### **12.4 SOLICITUD DE APOYOS GUBERNAMENTALES**

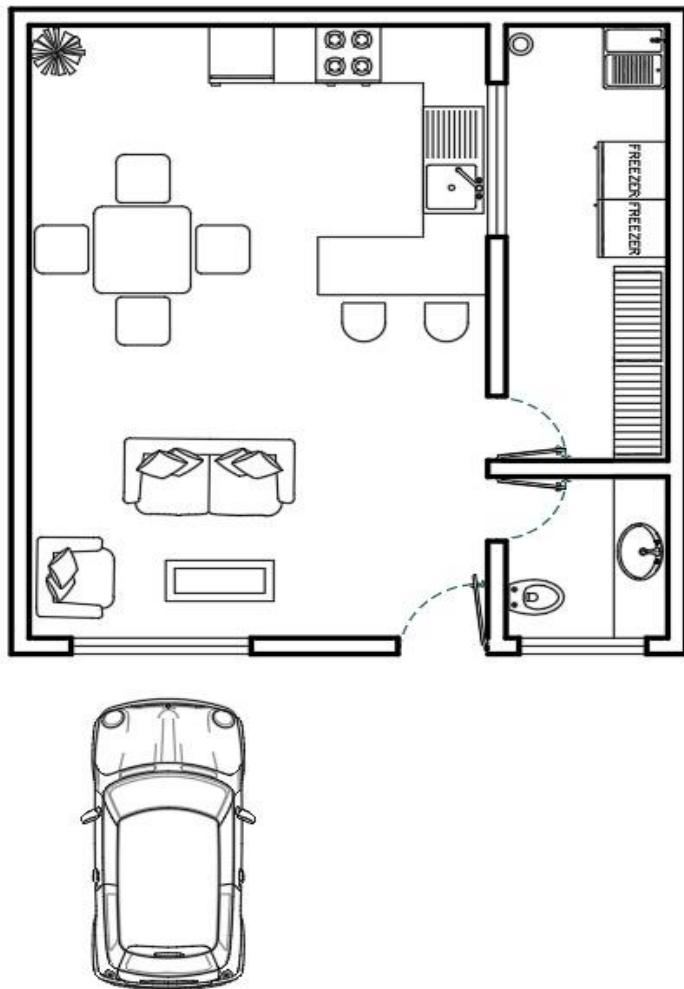
Nuestra empresa no necesita apoyos del gobierno ya que somos una empresa independiente, ya que cada uno de nuestros socios invertirá una parte.

## 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**

Como se puede apreciar Té Fresh es una empresa 100% guasavense que busca tener un té de jazmín natural con su selectiva calidad en bajo azúcares esto va hacer que sea para un público más sano sin cambiar tanto el sabor común qué hay. Se busca que este te tenga un precio económico para todos los consumidores, nosotros creamos Té Fresh para un público que busque menos azúcar para que así más público pueda cambiar su salud en una forma más sana para todo público niños jóvenes y adolescentes. Aparte que también se busca ser recicitable en la elaboración de la botella Con un plástico 100% biodegradable pues no se tiene contemplado un sano. Nos dimos cuenta que en la localidad de Guasave se encontraban muchas cantidades de té pero ninguno era un té sano Por eso decidimos crear nuestro propio té sano buscando que sea un cambio en la salud de todos en la ciudad de Guasave Sinaloa Para eso estamos planeando poner en todo Guasave por qué nuestro té se disfruta frío Y también busca ser estimulante a la vez sin tener tanta azúcar aunque sea empalagoso a la hora de tomarlo Se entregará a domicilio en Guasave en puntos que tendremos como abarrotes o si buscan algo con más cantidad se pueden llevar a domicilio al local donde se guste que lo llevemos se entregarán en el automóvil de la marca de Té Fresh.