



UNIVERSIDAD DEL SURESTE

"PASIÓN POR EDUCAR".

LICENCIATURA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS

ASIGNATURA:

TALLER DEL EMPRENDEDOR

PRESENTA

RONAL JOSMAR MARTINEZ SOLANO

BAJO LA DIRECCIÓN DE:

Mtro. JOSE ALBERTO PEREZ



VILLAHERMOSA, TABASCO, 2021

Misión:

Somos una empresa de purificación del agua. Proporcionando con calidad y eficiencia los servicios de agua potable y saneamiento, para contribuir al bienestar, la calidad de vida y el cuidado, buscando el beneficio del ser humano, distribuyendo agua con los más altos estándares de calidad en el mercado y satisfaciendo la necesidad de las personas.

Visión:

Garantizar el suministro de agua potable, generando absoluta confianza y que sea reconocida en todo el municipio de Centro manteniendo la calidad que nos caracteriza como una organización que se preocupa cada día por ofrecer siempre un magnífico servicio.

Objetivo General

Producir y vender agua purificada de excelente calidad, mediante la supervisión estricta y rigurosa en cada proceso de producción con el objetivo de mantener satisfechos a los consumidores.

Objetivo Especifico

- ✚ Crear fuentes de empleo, para mejorar la calidad de vida.**
- ✚ Ofrecer recursos de alta calidad para satisfacer las necesidades de nuestros clientes más exigentes.**
- ✚ Satisfacer la demanda de un mercado para posicionarnos como líderes de la zona.**
- ✚ Optimizar recursos para el máximo aprovechamiento de la materia prima, lo cual nos permitirá minimizar costos y brindar un mejor servicio.**

“Planta purificadora de agua.”

Purificadora de agua que ofrece productos como agua, rellenado de garrafones, limpieza y lavado del garrafón, hielo y agua gasificada. Será de fácil localización ya que podrán contactar por variedad de redes sociales, llamadas telefónicas o durante el recorrido del carrito repartidor de agua además de poder tener acceso a ella en alguna tienda cercana. A diferencia de otras purificadoras, esta planta puede lavar al momento los garrafones que el cliente lleva. Para aquellos clientes que no les guste que le den otro garrafón más que el que tienen. Tendrá un horario extendido de 6:30 de la mañana a 20:30 de la noche estarán disponibles los lavados de garrafones, y terminando ese horario quedaran a disposición los llenadores de monedas para todo tipo de clientes ya que algunos por sus horarios laborales les es difícil comprar el agua temprano, pero estará disponible 24/7 los 365 días del año.

<p>Socios clave:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Proveedor de aditivo para tratado de agua. • Proveedor de agua. • Proveedor de garrafones y envases. • Creador de logo y sello de calidad del producto. 	<p>Actividades clave:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Producción a escala. • Técnicos para solución de problemas en el equipo. • Transporte repartidor que facilite el acceso a puntos en los que a los clientes se les dificulte la llegada del producto. 	<p>Propuesta de valor:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Costos accesibles. • Costo a mayoristas. • Lavado de garrafones al momento del llenado. 	<p>Relación con clientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Precio especial a mayoristas. • Promociones a clientes frecuentes. • Crédito a locales que deseen vender nuestro producto. 	<p>Segmentos de clientes:</p> <p>Público en general incluso en zona rural de difícil acceso.</p>
<p>Estructura de costes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Compra de insumos. • Equipo e instalación del mismo. • Garrafones, etiquetas. • Revisión de calidad para obtención del sello de garantía. • Costo de renta del local. • Salario del personal a necesitar. 	<p>Recursos clave:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Personal capacitado en el tratado del agua. • Equipo especializado para lavado de garrafones. • Equipo adecuado para la realización del hielo y agua gasificada. 		<p>Canales:</p> 	
		<p>Fuente de ingresos.</p>  <ul style="list-style-type: none"> • Precios bajos y accesibles manteniendo la calidad. • Amplias opciones de recibimiento de pagos: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Efectivo. ✓ Transferencias. Cobro por tarjeta. 		

USO DE LAS 4 P`S

En los últimos años, el agua embotellada, comparada con las bebidas azucaradas y otras aguas, ha ganado participación de mercado en el mundo. El ritmo de vida agitado es uno de los factores que dificulta que las personas mantengan una alimentación saludable. Así, el agua alcalina surge como una alternativa para balancear la alimentación, debido a que el elemento alcalino es el que regula los alimentos que contienen alta dosis de grasa o son poco saludables.

PRODUCTO: El producto es el principal protagonista de cualquier campaña de marketing y todas las acciones que tomemos deben girar en torno a él y es por eso que el agua que venderemos llamada como la (LA GOTA DEL MANANTIAL) que será el consumo de agua embotellada en sus diferentes versiones, tendrá un crecimiento importante, debido principalmente a la incursión de grandes empresas transnacionales a este mercado, a la moda, a la conciencia y cultura de la población hacia lo "light", lo natural, la imagen, entre otros factores, ha traído como consecuencia un incremento excesivo de precios de las diferentes presentaciones de agua purificada.

PRECIO: El agua es indispensable para la supervivencia, por eso es demandada por las personas a diario. Cotidianamente una familia de tres personas deberá adquirir por lo menos un garrafón de agua purificada cada tres días, esto se traduce a 10 garrafones por hogar mensualmente. Es un negocio bastante rentable ya que purificar un garrafón de 20 litros de agua tiene un costo aproximado de 2,50 pesos y si ponemos un precio de 10 pesos por garrafón obtendremos una ganancia de casi 80% por garrafón.

PUNTO DE VENTA O DISTRIBUCION: Sera de fácil localización ya que podrán contactar por variedad de redes sociales, llamadas telefónicas o durante el recorrido del carrito repartidor de agua además de poder tener acceso a ella en alguna tienda cercana. Ya que para empezar este proyecto empezaremos vendiendo en la R/A barrancas y amate 3ra sección del municipio centro y sus alrededores.

PROMOCION: A diferencia de otros purificadores, esta planta puede lavar al momento los garrafones que el cliente lleva. Para aquellos clientes que no les guste que le den otro garrafón más que el que tienen. Tendrá un horario extendido de 6:30 de la mañana a 20:30 de la noche estarán disponibles los lavados de garrafones, y terminando ese horario quedaran a disposición los llenadores de monedas para todo tipo de clientes ya que algunos por sus horarios laborales les es difícil comprar el agua temprano, pero estará disponible 24/7 los 365 días del año. Se darán promociones y precios especiales a mayoristas, y se aceptarán pedidos de todo tipo en especial en hielo para eventos pudiendo obtener promoción por ciertas cantidades de producto. Además de amplias variedades de pago.

ETIQUETA

La etiqueta (o rotulo), en oportunidades, es la extensión (o impresión) que envuelve al producto en una cinta de información útil para el cliente, con la que podrá diferenciar, clasificar, describir y conocer características como el modo de empleo o fecha de elaboración/caducidad, y cumplir con las regulaciones normativas y reglamentarias de cada industria/sector.



MARCA

La marca es un nombre, un término, una señal, un símbolo o una combinación de algunos de ellos que identifica productos y servicios de una empresa y los diferencia de otros.



THE GREEN-EYED LOOK - QUE SIGNIFICA: LA MIRADA DE OJOS VERDES

Mi símbolo y marca de mi producto es único ya que es el ojo de un gato. ¿Pero porque elegi ese color y animal y no otro? La razón es porque de ese color de ojos los tenía mi padre y tenía un sobrenombre (APODO) y le decían el gato.

EMPAQUE

El empaque es la presentación comercial de un producto. Asegura que al transportar este no se dañe ni entre en contacto con el exterior para mantenerse limpio o fresco en caso de que sea un alimento. Además, el empaque logra la venta del producto, dando una buena imagen y distinción sobre otros productos similares. El empaque es la forma de presentar el producto en el punto de venta.

Como podemos ver, el empaque está más orientado al marketing y si bien, su objetivo es proteger el producto que lleva dentro, el principal objetivo es vender. Nos podremos dar cuenta que el empaque suele ser lo mismo que el envase, pero no en todos los casos.



FIJACIÓN Y POLÍTICAS DE PRECIO

En la fijación del precio, durante el diseño de la política de precios, hay que tener en cuenta que la cifra final debe producir un beneficio, pero debe ser aceptada por la demanda. Es importante ser consciente de que el precio afectará a la posición competitiva de la empresa en el mercado, pudiendo determinar el éxito o fracaso de la empresa. Al mismo tiempo, la sostenibilidad del negocio depende en gran medida de esta decisión. La política de precios ha de planificarse en base a unas metas. El establecimiento de objetivos debe llevarse a cabo en un marco estratégico, que tenga en cuenta los aspectos operativos, pero también los fines perseguidos por las iniciativas de marketing. Así, de la combinación de ambos, se puede concluir si la dirección a tomar irá encaminada hacia:

- ✚ La maximización de beneficios.
- ✚ La promoción de un producto o servicio.
- ✚ El objetivo de rentabilidad.
- ✚ El posicionamiento en un mercado.
- ✚ La conquista de un nuevo segmento.

El llenado de un garrafón de 20 litros de agua tiene un costo en materia prima aproximado de 2,50 pesos y si ponemos un precio de 10 pesos por garrafón obtendremos una ganancia de casi 80% por garrafón.