



UNIVERSIDAD DEL SURESTE



“PASIÓN POR EDUCAR”.

“PROYECTO...”

Creación e introducción de un nuevo producto al mercado gelatina de coco

“COCONUT JELLY”

PARA OBTENER EL GRADO DE: 9 CUATRIMESTRE

LICENCIATURA EN...

Administración de Empresas

Asignatura:

Taller del Emprendedor

PRESENTA

NOMBRE DEL ALUMNO

Deysi Montero Chable

BAJO LA DIRECCIÓN DE:

Mtro. José Alberto Pérez

COCONUT JELLY

UN BOCADO CELESTIAL



MISIÓN

Coconut Jelly tiene como misión satisfacer las necesidades de nuestros clientes, con el toque único, a través de un producto saludable, que sorprenderán y complacerán el paladar de nuestros consumidores.

VISIÓN

Ser reconocido en el mercado con la mejor calidad de nuestro producto, superar cada vez más las expectativas de nuestros clientes.

OBJETIVO GENERAL

Ser una empresa que elabore y comercialice postres de gelatina con un precio favorable y modificando las campañas de presentación según el sabor de la gelatina.

OBJETIVO ESPECÍFICOS

- Ofrecer el mejor servicio en calidad e higiene
- Elaborar productos de excelente calidad
- Estandarizar los procesos de la empresa para brindar un mejor servicio al cliente

ESTUDIO DEL MERCADO

1. ¿Le gusta la gelatina? (si su respuesta es sí, continúe con la encuesta. Si su respuesta es no, aquí concluye el cuestionario. Gracias por su tiempo.)

- Si
 No

2. ¿Qué tan frecuente es su consumo de gelatina?

- Una vez a la semana
 Varias veces a la semana
 Todos los días
 En ocasiones especiales

3. ¿Cuál es tu sabor o sabores favoritos, marque las opciones a considerar? (puede marcar más de una respuesta)

- Fresa
 Uva
 Tuti fruti
 Limón
 Frambuesa
 Naranja

Otro:

4. ¿ con que prefiere acompañar la gelatina? (puede marcar más de una respuesta)

- Galletas
 Gomitas
 Frutas
 Leche condensada

Otro:

5. ¿cuál de las siguientes presentaciones es de su preferencia relacionada con el tamaño?

Envase de plástico pequeño

Envase de plástico mediano

Uso de las 4 P, S

Las estrategias de estabilidad y de promoción son técnicas y medios que pueden utilizar las empresas para poder potenciar la venta y el posicionamiento de los productos de esta, así tenemos que dado esto se establecerán una serie de aspectos y consideraciones sobre la publicidad de tal forma que esta cumple con los objetivos de la empresa.

Canales publicitarios

A partir de los objetivos publicitarios trazados y tomando en cuenta las estrategias de posicionamiento, imagen y diferenciación que se han dispuestos, se tiene que la empresa utilizara los siguientes canales de publicidad y promoción para lograr las expectativas que requiere las empresas

A partir de estos medios se podrá lograr los objetivos de la empresa, así como poder implementar diversas estrategias promocionales las cuales se dirigirán a los clientes o a los vendedores estas estrategias serán:

- Precios ofertan de introducción (solo para vendedores)
- Invitaciones a eventos que de la empresa.
- Promociones especiales para nuevos asesores o nuevos clientes.

ETIQUETA

DECLARACIÓN NUTRIMENTAL

GRAMOS DE AZÚCAR,	14 g
PROTEÍNAS,	0 g
GRASAS SATURADA	2.1 g
GRASAS EN CANTIDAD MODERADA	3.8 g
AZÚCARES EN CANTIDAD ELEVADA	17.8 g
SAL EN CANTIDAD EL	290 g
FIBRA DIETÉTICA	

INGREDIENTES:

1 LATA DE CREMA DE COCO, ½ BARRA DE QUESO CREMA, 1 TAZA DE LECHE DE COCO, ½ TAZA DE AZÚCAR, ½ DE TAZA DE GRENETINA SIN SABOR, TAZA DE AGUA, 1 TAZA DE COCO RAYADO.

MARCA



EMPAQUE



FIJACIÓN Y POLÍTICAS DE PRECIOS

Precio: es la cantidad monetaria a la que los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar, un bien y servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio

Conclusión

Para que se cumplan los objetivos es necesario que se ejecuten todas las estrategias a que planteadas y que se lleven un control periódico de los logros del proyecto. Para que el producto se posicione es necesario que el cliente reciba suficientes garantías sobre la calidad del producto. Y demás servicios adicionales de tal forma que se logre la satisfacción total del cliente

