



UNIVERSIDAD DEL SURESTE

“PASIÓN POR EDUCAR”.

PARA OBTENER EL GRADO DE:
LICENCIATURA EN ENFERMERIA

Asignatura:

TALLER DE EMPRENDEDOR

PRESENTA

NOMBRE DEL ALUMNO:

Karla Cristell Pérez Hernández

BAJO LA DIRECCIÓN DE:

Mtro. Ing. José Alberto Pérez Alegría

VILLAHERMOSA, TABASCO, MAYO DE 2021.

MISION:

Nuestra misión es ofrecer un producto de calidad, para la satisfacción de nuestros clientes, a precios atractivos, e inspirar a otros a emprender.

DIAMANTE ROSA:



**UN BUEN PERFUME TE HACE SENTIR
PRESENTE, AUNQUE ESTES
AUSENTE.**

VISION:

Consolidarnos como una de las empresas líderes en la industria de la perfumería en México, será una empresa donde las ventas de productos será la más segura, con honestidad, responsabilidad y cumplimiento, proyectando un alto índice de confianza satisfactorio. Finalmente seremos un gran aporte social para la comunidad, velando por su comodidad y bolsillo y seguir innovando para una entrega de calidad en los productos.

OBJETIVO GENERAL:

- ♥ Crear fragancias femeninas con buenos estándares de calidad a bajo costo, dando oportunidad de empleo a un grupo de personas.

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- ♥ Buscar en la naturaleza nuevos ingredientes, aromas, perfumes sin dañar el medio ambiente.
- ♥ Tener un buen desarrollo a nivel empresarial y comercial
- ♥ Brindar a los empleados un medio de ingreso para donde ellos puedan progresar a nivel laboral y personalmente gracias a su empleo.

ESTUDIO DEL MERCADO:

Es importante poner en práctica los medios posibles para introducir un producto, en los criterios de selección están el juvenil, sabemos que hay una fuerte cultura de consumo y presión social ya que ven más por la belleza, por medio de una pequeña encuesta personal, el trabajo de campo puede realizarse en centros comerciales, debemos tener en cuenta que la utilización de un perfume es siempre símbolo de personalidad y buen gusto.

Cuando logremos realizar la encuesta al sector que queramos, podremos ver sus preferencias y nos ayudará de alguna manera a crear algo que esté entre los gustos del público.

La perfumería DIAMANTE ROSA cuenta con experiencia en el mercado, con grandes ganancias y busca la elaboración de perfumes de calidad, y variedad al progresar.

Se espera que sigan teniendo buena aceptación por el mercado deseado, ya que se ha trabajado con otro tipo de fragancias y esta vez se lanzará uno nuevo y esperamos que se logren ventas y aumenten, para seguir elaborando un buen producto y de precio accesible.

Hay mucha competencia en el mercado por fragancias ya reconocidas, ya que utilizan tecnología muy diferente a la que utilizaremos, pero nosotros buscamos satisfacer la necesidad del cliente, la proyección es seguir comercializando el perfume, por eso es importante realizar estrategias únicas para promocionar este producto de buena calidad, para que el cliente tenga una percepción diferente a las otras marcas.

Encuesta Perfumería:

Edad:

1.- ¿Cuántos perfumes posee actualmente?

- a) 1-2
- b) 3-4
- c) 4- más
- d) no utilizo

2.- ¿Por qué medio adquiere sus perfumes?

- a) Catálogos
- b) internet
- c) Tienda y sucursal física

d) Cualquiera de las anteriores.

3.- ¿Es fiel a una marca?

a) Si

b) no, consumo de diferentes productos

4.- Para la preferencia de su fragancia ideal debe reflejar un estilo:

a) Formal

b) informal

c) me es indiferente.

5.- En la elección de sus aromas usted se inclina por:

a) frescos

b) dulces

c) frutal

d) floral

e) cítrica

6.- Su tamaño ideal para la compra de una fragancia es:

a) 100 ml

b) 50 ml

c) 20 ml

7.- ¿Compras un perfume porque está de Moda?

a) Si

b) No

8.- ¿Cuándo una fragancia te gusta tienes en cuenta el precio?

a) Sí

b) No

9.- ¿Cómo definirías tu estilo?

a) Romántico, te gustan los estampados florales y los colores pasteles.

b) Casual, deportivo... la comodidad es tu premisa.

c) Vanguardista, amante del diseño, minimalista.

d) Clásico, elegante, actual.

10.- ¿Cómo crees que te describirían tus amigos?

a) Soñadora y femenina, la vie en rose.

b) Alegre y sociable.

c) Segura de ti misma, sofisticada y decidida.

d) Espontánea, divertida.

11.- ¿Qué colores predominan en tu armario?

- a) El blanco y las tonalidades pasteles.
- b) Es muy colorido.
- c) Las tonalidades oscuras y los colores intensos en azul, rojo, y rosa.
- d) Los marrones y colores terrosos.

12.- ¿Cuál es tu estación del año favorita?

- a) El invierno.
- b) El verano.
- c) El otoño.
- d) La primavera.

12.- ¿Compraría un perfume nuevo a salir al mercado?

- a) si me gusta el aroma si
- b) no lo compraría

LAS 4 P

DISTRIBUCIÓN, PUNTOS DE VISTA, PROMOCIÓN, PRECIO:

Debemos saber que el marketing es de vital importancia para cualquier producto que deseemos comercializar, después de haber identificado la necesidad del cliente y tener el producto se pondrá en marcha el uso de las 4 p.

Nuestro perfume "WONDER WOMAN" que tendrá una gran flexibilidad a la hora de moverse al mercado, su propuesta de valor es ofrecer un aroma a la moda que de alguna manera imita a grandes marcas de perfumes a la moda. La distribución será en su sucursal, conforme vaya ascendiendo las ventas, se harán los pedidos, el precio en el mercado es de manera considerable de \$ 530.00, ajustándose a un precio justo, el principal punto de venta de nuestro producto es en su sucursal en el local N° 17 de la plaza las Américas Villahermosa Tab. También se cuenta con servicio a un lugar conveniente por uno de los colaboradores de la empresa por un costo extra al lugar, en las tienda sucursal es donde se puede encontrar, pero se pueden buscar distribuidores, que se promocionarán por redes sociales como Facebook e instagram, también podrían realizarse pedidos a través de la cuenta oficial de Facebook con un anticipo del 50%, lo que buscamos es la satisfacción del cliente, se promoverá su venta inicial con entrega de volantes en plazas comerciales con una pequeña muestra del perfume y también cabe destacar que se promocionará la tienda en la radio para que llegue hasta el hogar.

MARCA DEL PERFUME:



ETIQUETA, EMPAQUE, FIJACION DE POLITICA DE PRECIO:

FRAGANCIA DE ROSAS

50 ml

Fragancia líquida
típicamente hecha
de aceites
esenciales extraídos
de flores y especias



WONDER
WOMAN
Diamante Rosa

Ingredientes: alcohol
etílico, cumarina,
benzoato de bencilo,
agua destilada, aceite
de rosas, extracto rosa

Todos los derechos reservados

EMPRESA FR

Instrucciones de uso:

Aplique en cuello, y muñecas.

Ingredientes:

Alcohol etílico, cumarina,
benzoato de bencilo, agua
destilada, aceite de rosas No. 1/C.I
42090, extracto rosa.

Precauciones:

Este producto es inflamable, no se
aplique cerca de los ojos o piel
irritada. No se deje alcance de los
niños.

Hecho en México por:

Gladis Pérez López

Rfc: LOOG850418GW3

Calle Ignacio López Rayón, No°
123. Col. Toluca, Estado de
México.



Para **@DIAMANTE ROSA. S.A**
de C.V

Col. Parque industrial Toluca
2000, C.P 50200.Toluca, Estado de
México.

Reg. Guatemala PT.000

Reg. Tabasco

Reg. Honduras

Reg. Costa rica.

www.diamanterosa.com

F348

Lote No°

El producto es de una gran y excelente calidad el precio es de \$ 530.00, comparado con los precios de la competencia, con límites legales.

- ♥ El precio del producto debe de estar en un punto de equilibrio, para lograr la utilidad meta que está buscando la empresa, no puede ser excesivo por que el cliente no lo va adquirir.
- ♥ No puede tener tampoco un precio abajo del costo de inversión porque eso sería perdida para la empresa, (como es gastos de trasportación, promociones, descuentos, pago de comisiones, promoción por adquirir un volumen alto del producto, etc.)
- ♥ El precio se determina de acuerdo al consumidor que va dirigido.
- ♥ Se tiene que tomar en cuenta cuales son las metas de ganancias totales que se quiere adquirir con el producto y cuanto se va a invertir.
- ♥ Para la fijación del precio se tomará en cuenta si hay competencia en el producto porque esto va a determinar también el precio a fijar y la demanda del consumidor.
- ♥ Se considerará para la fijación de precio la inflación, tasa de interés, recesión o auge.
- ♥ La compañía puede asignar un precio temporal de promoción por debajo de sus ganancias por un tiempo determinado para entrar al mercado buscando llamar la atención del consumidor.
- ♥ La compañía puede establecer un precio de acuerdo a la ubicación geográfica de cada lugar y el valor del salario mínimo, de acuerdo al desarrollo económico e industrial del lugar.
- ♥ Un producto puede introducirse al mercado con un precio ya sea bajo, medio o superior a la de la competencia, el cual no será fijo, pues puede variar de acuerdo a la demanda del consumidor los costos, la competencia y lugar geográfico.