

WDS

Título: Producto (gel deportivo)

Nombre de las alumnas:

- Jenifer Elizabeth Velasco Hidalgo
- Montserrat Hernández Regalado
- Alejandra Pérez Gómez

Nombre del profesor: Daniela Monserrat Méndez Guillen

Materia: Mercadotecnia nutricional

Grado: 8° Cuatrimestre.

Parcial: 4.

Grupo: LNU17EMC0121- A

Comitán de Domínguez Chiapas, a 2 de abril de 2024

VIVEFLEX

The background features a series of parallel diagonal stripes. From top-left to bottom-right, the stripes are dark blue, teal, and light grey. The stripes are set against a white background and are positioned such that they create a sense of depth and movement.

índice	
VIVEFLEX	2
Objetivos	4
Misión:	5
Visión:	5
Valores:	5
Logotipo y marca de la empresa.....	7
Eslogan:	8
Nombre del producto:.....	9
Utilidad del producto:.....	10
Publico a quien va dirigido:	11
Ingredientes:	12
Calculo de precios.....	13
Etiqueta	14
Puntos de venta: (croquis)	15
Organigrama de la empresa	16
Encuestas	17
Graficas.....	19
Población femenina	19
Población masculina.....	21
Conclusiones	23
Conclusion general.....	25
Fotografías del producto	26
Observaciones	27

Objetivos:

- ❖ Aliviar el dolor muscular
- ❖ Aliviar inflamación causada por lesiones
- ❖ Acelera la recuperación muscular
- ❖ Ayuda a la relajación muscular

Misión:

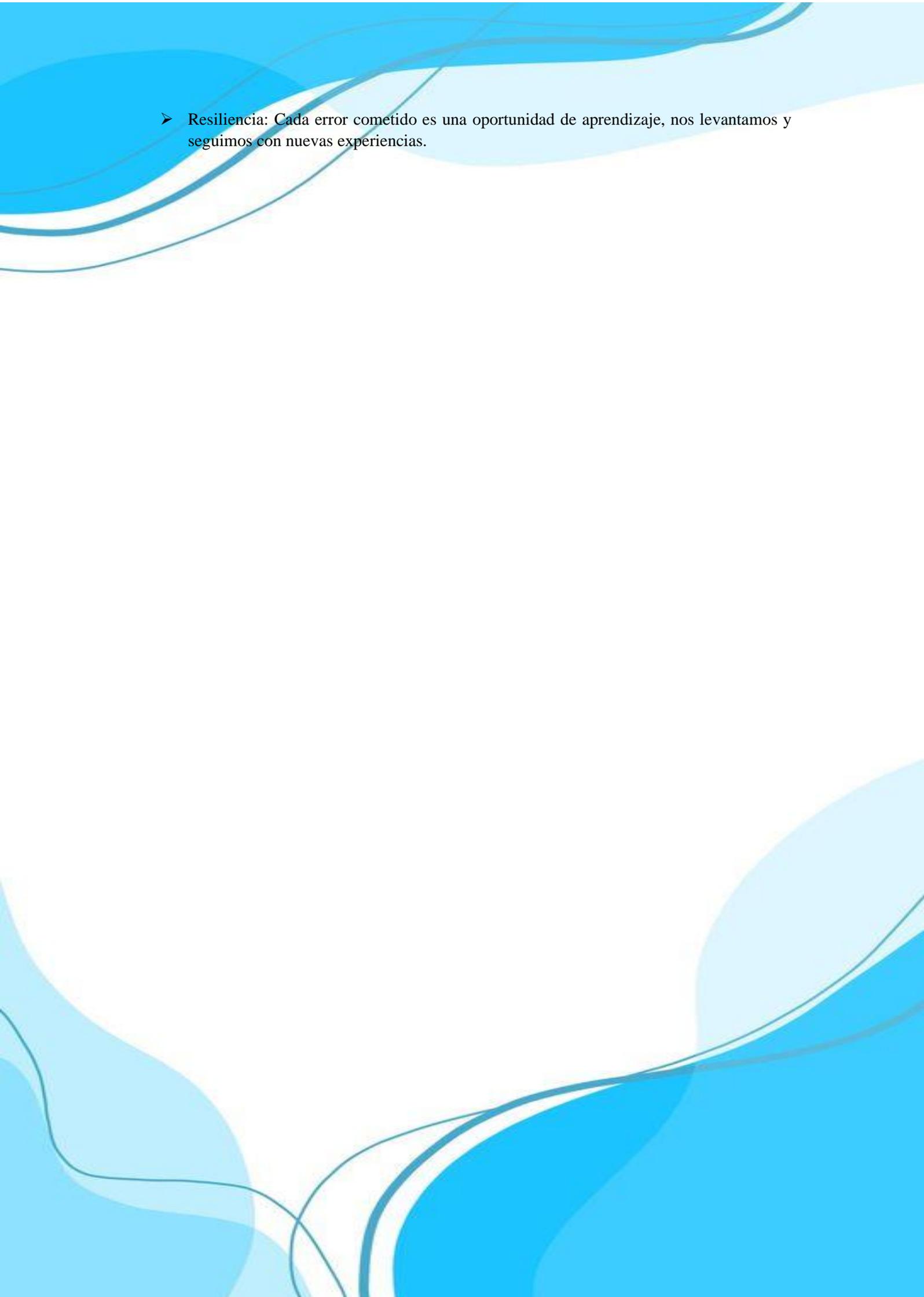
Colaborar en todo momento con el bienestar de las personas poniendo a su alcance el producto y con gran calidad para el dolor muscular

Visión:

Brindar un producto de calidad que ayude a mejorar o aliviar el dolor muscular de las personas.

Valores:

- Calidad: Comprometidos con la calidad lo que además significa insistir en los procesos hasta que el producto o servicio obtenido sea el mejor posible, sin conformarnos con menos.
- Búsqueda de la excelencia: Superarnos día a día sin caer en la autocomplacencia.
- Cercanía con el cliente: Desde el trato inicial hasta la gestión de sus incidencias.
- Confidencialidad: Total confidencialidad con los clientes y con las fórmulas que se les ofrecen, así como con la discreción de ser fabricantes de su marca.
- Orientados al cliente: Se escucha al cliente, sus necesidades, requerimientos.
- Vanguardia: Estamos junto con las tendencias más actuales.
- Versatilidad y Proactividad: Son actitudes, formas de ver y de hacer las cosas, con iniciativa y perseverancia.
- Dinámica: En constante movimiento, con el foco en la coordinación, nunca conformes con lo que se tiene, siempre buscando mejorar y ser eficaces en la adaptación a los cambios.
- Diligencia: Capacidad para ponernos manos a la obra sin dejar pasar el tiempo.
- Igualdad: Independientemente del cargo, del sexo, o de cualquier otra condición, el trato a los trabajadores y otros colaboradores debe ser siempre el mejor, e igual para todos.
- Profesionalización y formación: Compromiso de inversión en el principal recurso de la empresa -sus trabajadores- en su capacitación y profesionalización.
- Compromiso: Con nosotros mismos, con la empresa, con los clientes, con los procesos y con todo el equipo.

- 
- **Resiliencia:** Cada error cometido es una oportunidad de aprendizaje, nos levantamos y seguimos con nuevas experiencias.

Logotipo y marca de la empresa

Marca de la empresa: VEMOPH

Logotipo:



Eslogan:

“Vive sin dolor”

Nombre del producto:

“VIVE FLEX”

Utilidad del producto:

Alcohol etílico: Desinfectante y antiséptico que se usa para limpiar y prevenir infecciones en heridas

Aspirina: El ácido acetilsalicílico, debido a su acción antiinflamatoria, sirve para aliviar el dolor de intensidad leve a moderada

Diclofenaco: es un antiinflamatorio que actúa reduciendo la cantidad de sustancias inflamatorias en el organismo, siendo recomendado para el tratamiento de situaciones como reumatismo, artritis, gota y espondilitis.

Paracetamol: conocido como acetaminofén, es un fármaco con propiedades analgésicas (que combate el dolor) y antipiréticas (que combate la fiebre)

Rocainol: Rocainol es un ungüento indicado como analgésico, antiinflamatorio, y rubefaciente tópico, auxiliar para el alivio de malestares como: Dolores reumáticos, Dolor de espalda, Traumatismos, Contusiones, Esguinces Trastornos musculares, Torceduras

Alcanfor: Analgésico tópico en caso de lesiones por golpes, alivia dolores en las articulaciones

Cloruro de etilo: se conoce como un refrigerante y anestésico de la piel, y se ha convertido en un tratamiento para el alivio del dolor del dolor muscular.

Glicerina: es un compuesto natural con propiedades hidratantes, emolientes, lubricantes y humectantes, por lo que se utiliza para hidratar la piel

Gel para cabello: es un producto para controlar el cabello de una persona y mantenerlo estéticamente bien

Gel antibacterial: El gel hidroalcohólico es un producto utilizado para detener la propagación de gérmenes.

Publico a quien va dirigido:

Este producto va dirigido para el publico en general que sufra de alguna molestia o dolor muscular, nos enfocamos en ayudar a mejorar de dolor que estas personas sufren, asi mismo para deportistas ya que son el grupo de poblacion mayormente afectado debido al deporte practicado.

Ingredientes:

- Alcohol etílico
- Aspirina
- Diclofenaco
- Paracetamol
- Rocainol
- Alcanfor
- Cloruro de etilo
- Glicerina
- Gel para cabello
- Gel antibacterial

Calculo de precios

Pastillas \$50

Rocainol \$54

Gel de cabello \$30

Gel antibacterial \$20

Alcohol \$77

Glicerina \$25

Alcanfor \$38

Empaque \$15

Total: \$309

Precio 1 L: \$386.25

Precio 250ml: \$96

Etiqueta

Ingredientes

1/2 litro de Alcohol etílico, 50mg ácido acetilsalicílico, 100mg de diclofenaco, 500mg p-Acetilaminofenol, 45gr rocaínol, alcanfor, 100 ml cloruro de etilo, glicerina, gel para cabello, gel antibacterial

Pomada de efecto relajante y refrescante para articulaciones y lesiones deportivas.

100% DEPORTIVA



Puntos de venta: (croquis)



Comitán de Domínguez



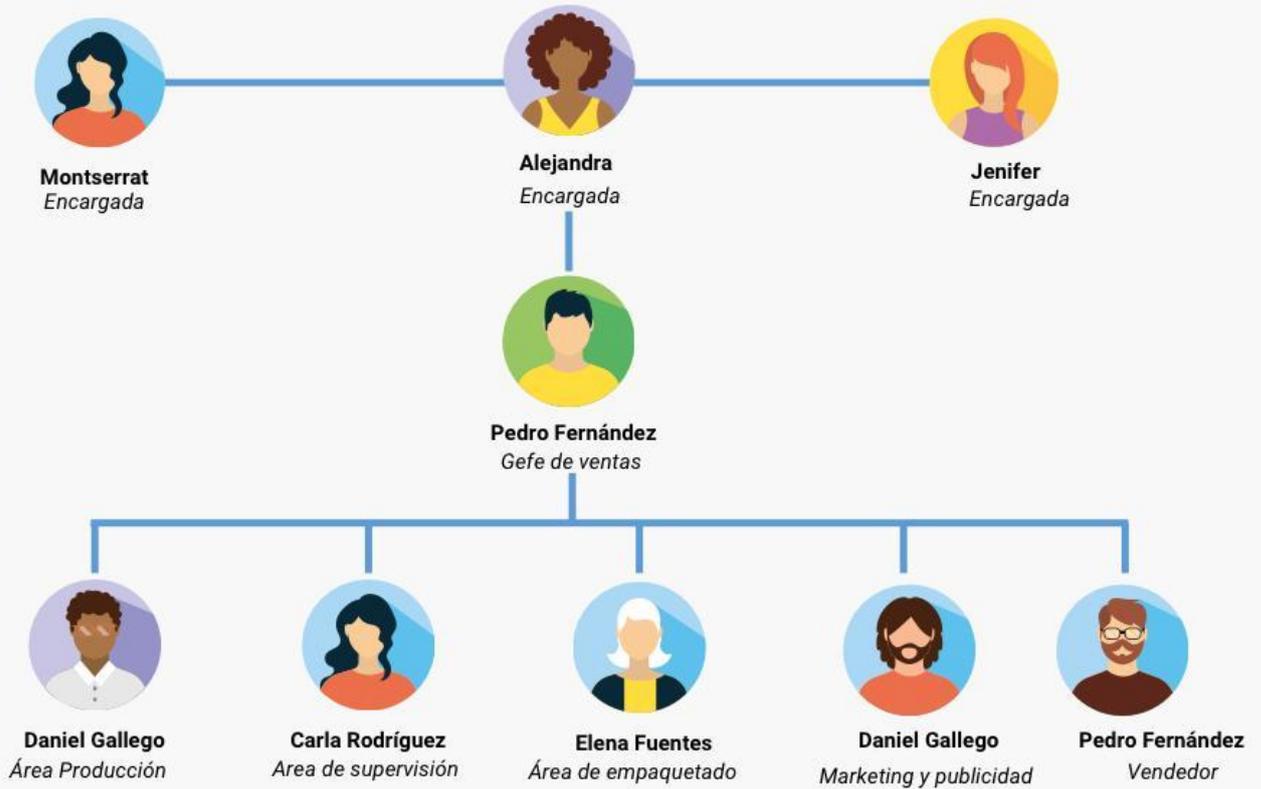
Comitán de Domínguez



Comitán de Domínguez

Organigrama de la empresa

ORGANIGRAMA



Encuestas

1. ¿Qué edad tienes?

A)19

B)20

C)22

2.. Genero:

A) Masculino

B) Femenino

3. ¿Realizas actividad física?

Si

No

4. ¿Presentas algún dolor muscular?

Si

No

5. ¿Has probado alguna pomada para dolor muscular?

Si

No

6. ¿Las pomadas utilizadas realmente te alivian el dolor?

Si

No

Muy poco

7. ¿Qué prefieres aplicar al momento de sentir algún tipo de dolor?

A) tomar analgésicos

B) aplicar alguna pomada muscular

C) Nada

8. ¿Qué consideras que tenga más eficacia, una pomada o un medicamento?

A) medicamento

B) pomada

9. ¿Qué tan frecuente utilizas una pomada deportiva?

A) siempre

B) frecuentemente

C) en ocasiones

D) nunca

10. ¿Se te facilita el uso de una pomada?

A) si

B) no

11. ¿cuánto pagarías por una pomada deportiva?

A) \$50-100

B) \$150-200

C) \$250-300

12. ¿Consideras que una pomada es un buen tratamiento?

A) si

B) no

13. ¿En qué presentación te gustaría adquirirla?

A) Frasco de vidrio

B) Frasco de plástico

14. ¿Por qué medios suele comprar una pomada deportiva?

A) Farmacia

B) vía web

C) Tiendas

15. ¿De qué tamaño le gustaría que fuera la pomada?

A) 100gr

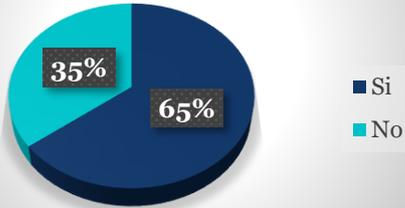
B) 200gr

C) 250gr

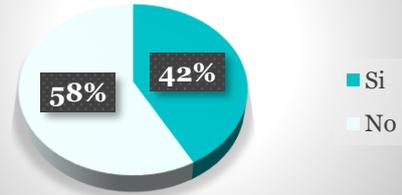
Graficas

Población femenina

¿Realizas actividad física?



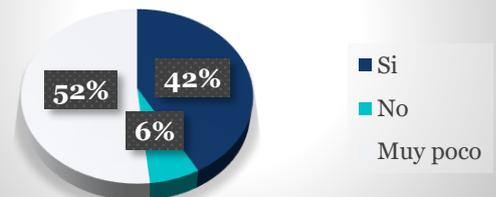
¿Presentas algún dolor muscular?



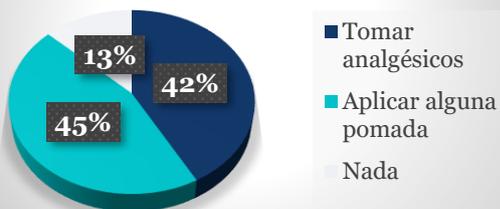
¿Has probado alguna pomada para dolor muscular?



¿Las pomadas utilizadas realmente te alivian el dolor?



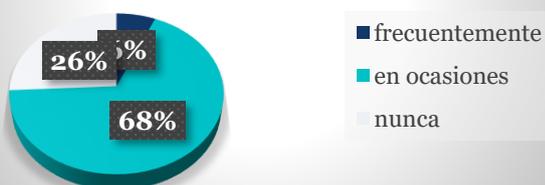
¿Qué prefieres aplicar al momento de sentir algún tipo de dolor?



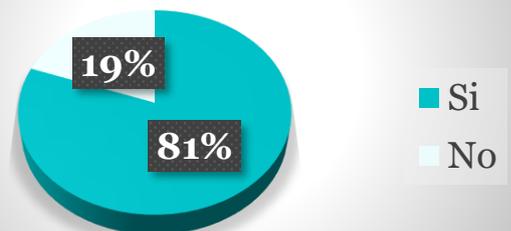
¿Qué consideras que tenga más eficacia, un gel o un medicamento?



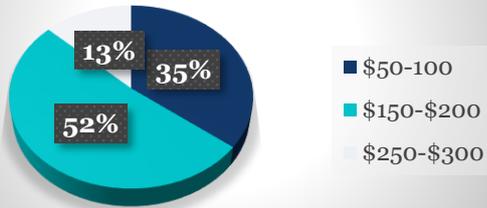
¿Qué tan frecuente utilizas un gel deportiva?



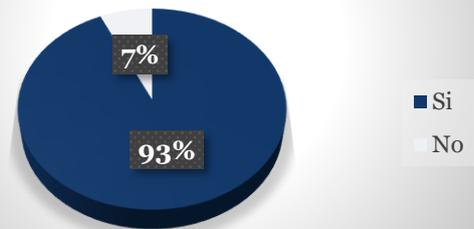
¿Se te facilita el uso de un gel?



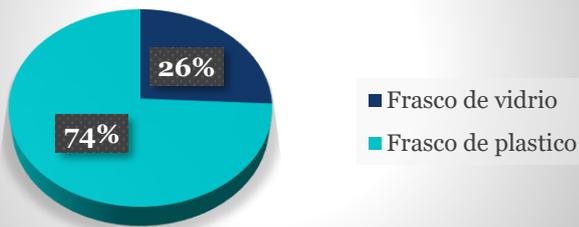
¿cuánto pagarías por un gel deportivo?



¿Consideras que un gel es un buen tratamiento?



¿En qué presentación te gustaría adquirirla?



¿Por qué medios suele comprar un gel deportivo?

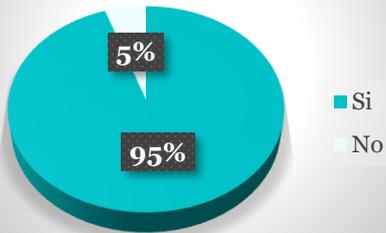


¿De qué tamaño le gustaría que fuera el gel?

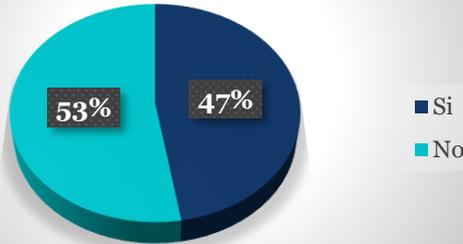


Población masculina

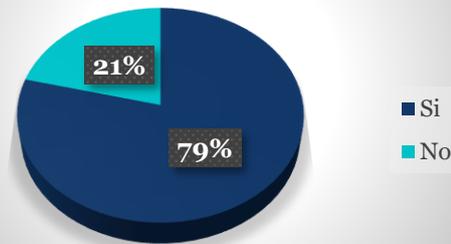
¿Realizas actividad física?



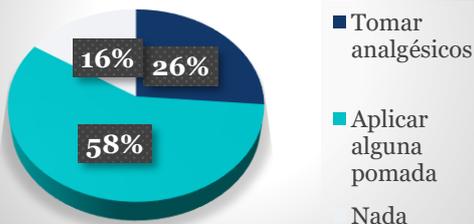
¿Presentas algún dolor muscular?



¿Has probado algun gel para dolor muscular?



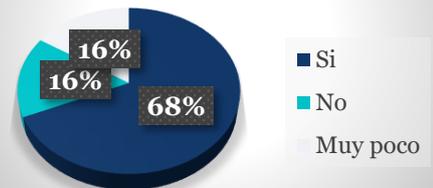
¿Qué prefieres aplicar al momento de sentir algún tipo de dolor?



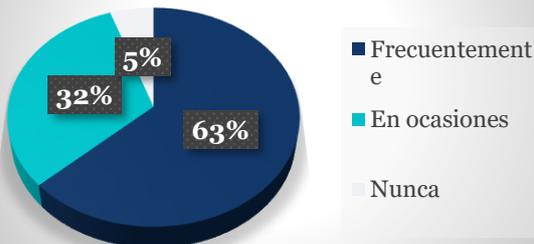
¿Qué consideras que tenga más eficacia, un gel o un medicamento?



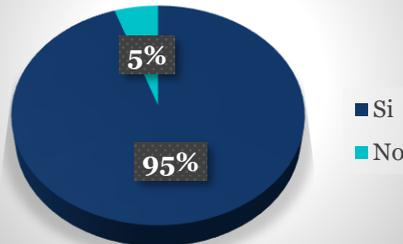
¿Los geles que utilizadas realmente te alivian el dolor?



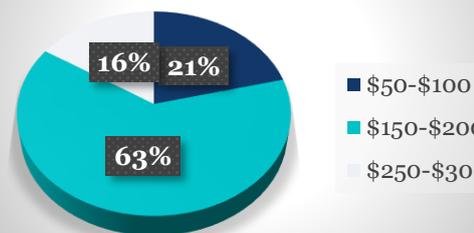
¿Qué tan frecuente utilizas un gel deportivo?



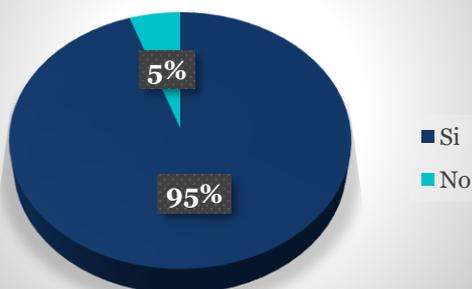
¿Se te facilita el uso de un gel?



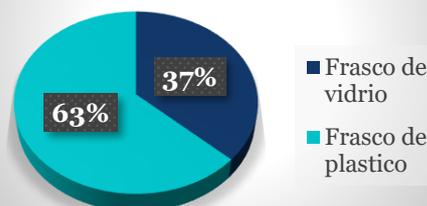
¿cuánto pagarías por un gel deportivo?



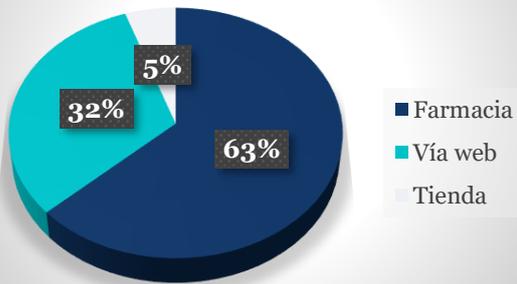
¿Consideras que un gel es un buen tratamiento?



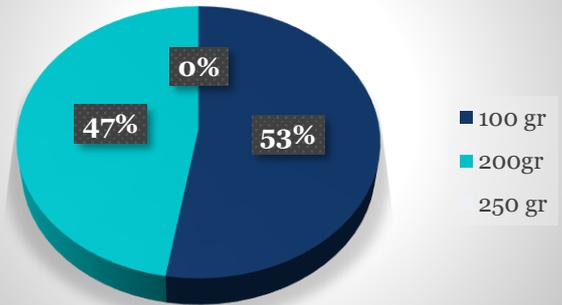
¿En qué presentación te gustaría adquirirla?



¿Por qué medios suele comprar un gel deportiv?



¿De qué tamaño le gustaría que fuera el gel?



Conclusiones

¿Realizas actividad física?

De toda nuestra población femenina el 35% no realiza actividad física y el 65% si realiza.

La población masculina el 5% no realiza actividad física y el 95% sí.

¿Presentas algún dolor muscular?

En la población femenina el 58% refirió que no y el 42% sí.

La población masculina 54% refirió que no y 47% sí.

¿Has probado alguna pomada para dolor muscular?

En la población femenina refiere que el 26 % no ha probado ninguna y el 74% sí.

En la población masculina un 21% dijo que no y 79% refirió que sí.

¿Las pomadas utilizadas realmente te alivian el dolor?

El 52% en la población femenina refirió que muy poco, el 6% refirió que no y el 42% que sí.

En la población masculina el 16% refiere que muy poco, el 16% refiere que no y el 68% que sí.

¿Qué prefieres aplicar al momento de sentir algún tipo de dolor?

El 13% de la población femenina refiere que nada, el 45% prefiere aplicar un gel y el 42% decide tomar analgésicos.

El 16% de la población masculina prefiere no aplicar nada, el 58% prefiere aplicar un gel y el 26% se le hace más fácil tomar analgésicos.

¿Qué consideras que tenga más eficacia, un gel o un medicamento?

El 81% de la población femenina prefiere tomar medicamentos y el 19% aplicar pomadas.

El 68% de la población masculina refiere que tienen más eficacia los medicamentos y el 32% aplicar un gel.

¿Qué tan frecuente utilizas un gel deportivo?

El 26% de la población femenina refiere que nunca ha utilizado gel deportivo, el 68% en ocasiones y el 6% las utiliza frecuentemente.

El 5% de la población masculina refiere que nunca ha utilizado un gel deportivo, el 32% en ocasiones y el 63% la utiliza frecuentemente.

¿Se te facilita el uso de un gel?

El 97% de la población femenina refiere que si es más fácil de utilizar y el 3% refiere que no.

En la población masculina el 95% refiere que si se les facilita y el 5% que no.

¿Cuánto pagarías por un gel deportivo?

El 13% de la población femenina refiere que pagarían entre \$250 -\$300 pesos, el 35% refiere que pagarían entre \$50 - \$100 pesos y el otro 52% pagaría entre \$150 - \$200 pesos

El 16% de la población masculina pagaría entre \$250 -\$300 pesos, el 21% pagarían entre \$50 - \$100 pesos y el 63% pagaría entre \$150 - \$200 pesos.

¿Consideras que un gel es un buen tratamiento?

El 5% de la población femenina y masculina refieren que no es un buen tratamiento y el 95% refiere que sí.

¿En qué presentación te gustaría adquirirla?

El 26% de la población femenina lo prefiere en frasco de vidrio y el 74% en frasco de plástico.

El 37% de la población masculina prefiere el frasco de vidrio y el 63% el frasco de plástico.

¿Por qué medios suele comprar un gel deportivo?

El 3% de la población femenina prefiere comprar por vía web, el 26% prefiere ir a una tienda y al 71% se le hace más fácil en una farmacia.

El 5% de la población prefiere comprar en tiendas, el 32% por vía web y el 63% en farmacias.

¿De qué tamaño le gustaría que fuera la pomada?

En la población femenina el 65% prefiere la presentación de 250 ml y el 35% la presentación de 100 ml.

El 47% de la población masculina prefiere la presentación de 200 ml y el 53% la presentación de 100 ml.

Conclusion general

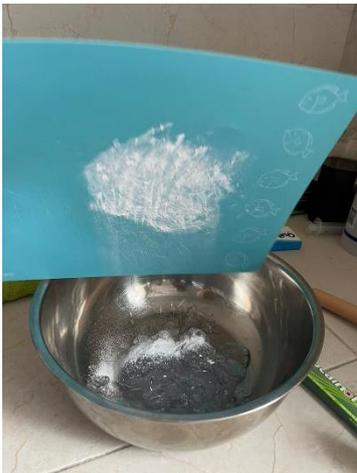
Para la elaboración de este gel se aplicaron los conocimientos y procedimientos necesarios para brindar un producto de calidad.

Decidimos hacer este producto ya que en esta época la mayor parte de la población ha puesto interés en realizar ejercicio y pensamos que sería una buena opción, por lo tanto, también en las encuestas que se realizaron la mayor parte de la población mostró interés en querer probar el producto, les agrada más la presentación de plástico y están dispuestos a pagar arriba de \$200 por ella, pero aun así el costo que se decidió dejar fue de \$96 un envase de 250 ml, el cual entra en el rango de precio que la población sugirió.

La finalización de este proyecto nos dejó mucho aprendizaje, en el que cada apartado que realizamos logramos estructurarlo. El gel que nosotros realizamos y que lleva como nombre "viveflex" fue con el objetivo que la población tuviera un gel accesible para cualquier dolor muscular, dándole una textura, olor y presentación adecuada al cliente para llamar su atención e interés por nuestro producto.

Viveflex la marca que pretendemos que tenga un gran aporte a la población y su producción de venta sea exitosa, gracias al estudio de mercado que le impartimos a lo largo de este proyecto.

Fotografias del producto



Observaciones

- Producto que con poca cantidad cubre totalmente un área
- Producto copioso
- Sensación de Frescura
- Olor agradable
- Efectivo para disminuir el dolor muscular
- Efecto Frio-Calor
- Es de fácil absorción
- Hidratación instantánea

