*Empresa*



Integrantes:

* Itzel Montserrat Mendoza Zuno
* Tamara De La Torre Piña
* Carlos Emiliano Íñiguez Espinoza
* María José Martínez Sías
* Laura Sofía Salas Castañeda
* Montserrat Morales Rodriguez

**Misión:** Somos una organización con la finalidad de satisfacer el paladar de los clientes difíciles y hacerles degustar la fusión de nuestros tés.

Pretendemos producir una alternativa a la bebida actual, realizando así una innovación orgánica, saludable e hidratante. Nuestra empresa se dirige comercialmente a clientes de todas las edades con gustos peculiares.

**Visión:** Queremos llevar nuestra empresa a la cima del éxito, ampliando nuestro mercado a nivel mundial, queremos ser reconocidos por nuestra calidad, servicio y sabor, una empresa socialmente aclamada.

**Valores:** Nuestro negocio es de menudeo, se fundó mediante la idea de producir una bebida orgánica y saludable para el bienestar de los clientes.

**Historia:** Inició como un proyecto emprendedor en nuestra clase de empresa, con la finalidad de crear un producto innovador que satisfaga el paladar del cliente, así desarrollamos nuestro producto (té) con la meta de ser el mejor proyecto emprendedor.

**Objetivo:**

Nuestro objetivo es dar a conocer nuestra empresa, la cual se enfoca en el bienestar y salud de los demás dando a conocer nuestros productos orgánicos que no contienen ningún químico.

**Innovación:**

Nuestra innovación consiste en tomar algo ya existente y darle el toque de nuestra empresa, fusionando así diversos sabores en el té, principalmente que no existan, para poder realizarlos.

**Mercado:**

Nuestro producto va dirigido a la mayor parte del público, pues creemos que se comienza a consumir a partir de los 12 años hasta la edad madura.

**Análisis FODA**

|  |
| --- |
| Análisis FODA |
| Fortalezas * Nuevos sabores (fusiones).
* Productos de calidad.
* Precios accesibles.
 |  | Oportunidades* Alta demanda.
* Inversionistas que apoyen el negocio.
* Precio bajo comparado con la competencia.
 |
| Debilidades * Falta de organización.
* Ubicación no muy adecuada.
* Promociones
 |  | Amenazas* Competencia de otro negocio
* Publicidad de otro comercio
* Promociones de la competencia
 |
| Estrategia F/OOfrecer nuevos sabores con el fin de satisfacer la alta demanda. Así se conseguirán más clientes. |  | Estrategia F/AOfrecer productos de calidad para poder competir con el otro comercio. |
| Estrategia D/OTener una mejor organización dentro de la empresa, para poder hacer que inversionistas apoyen el negocio. |  | Estrategia D/ATener una mejor ubicación y promociones para que el cliente se sienta cómodo y satisfecho. |

**Segmentación de mercado**

* **Geográfica:** El negocio se ubicara en México, en el municipio de Tlajomulco de Zúñiga en el estado de Jalisco, en la Universidad Lamar.
* **Demográfica:** La edad para nuestro producto es a partir de los 12 años, para hombres y mujeres (en especial para mujeres), su estado civil puede ser cualquiera al igual que sus estudios.
* **Psicografía:** Su personalidad debe ser amable con la empresa, amigable y respetuoso. Su estilo de vida debe ser saludable, pues nuestros productos son naturales y orgánicos. Sus valores: respeto, amabilidad, paciencia, etc. Su clase social a partir de media baja.
* **Basada en el Comportamiento**: Beber el té, su beneficio es hidratar, busca el beneficio personal. Lo puede usar diariamente e incluso varias veces al día. El consumidor debe ser saludable.

**Tipos de mercado**

Punto de vista geográfico

* Mercado local. Se desarrolla en una tienda establecida dentro de un área, en Tlajomulco Zúñiga calle ramal de la tijera no. 1768

Tipo de cliente

* Mercado del consumidor: nuestro producto es para uso personal pues los tés son individuales, para que el cliente lo disfrute.

Al igual que nuestro servicio, atenderemos uno por uno.

Competencia establecida

* Mercado de competencia perfecta. Nuestra empresa en esta pues nos encargamos de vender producto y el consumidor los compra. Mercado.

Tipo de producto

* Mercado de productos: somos una organización que venderá tés y bolsas relajantes (productos tangibles)
* Mercado de servicios: nuestra organización el servicio de atención a nuestros clientes, así como los beneficios del té.
* Mercado de ideas. La empresa tiene como idea la mejora de los sabores así como la innovación de los mismos, la nueva presentación para el producto.
* Mercado de lugares. Somos una empresa que desea adquirir un local para nuestro proyecto, la venta del mismo y que se companga por una sociedad saludable.

**Diseño de la labor de producción y servicio**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Factor relevante | Nueva Galicia |  | Centro | La Rioja | La Calma |
| Mercado | **5** |  | **3** | **5** | **4** |
| Seguridad | **5** |  | **1** | **5** | **3** |
| Competencia | **5** |  | **5** | **4** | **3** |
| Transportes | **4** |  | **5** | **5** | **4** |
| Renta | **4** |  | **3** | **5** | **3** |
| Impuestos | **3** |  | **4** | **4** | **3** |
| Costos laborales | **3** |  | **2** | **3** | **3** |
| Costos de instalación |  **4**  |  | **3** | **4** | **3** |
| Total | **33** |  | **26** | **35** | **26** |

**Método de localización de la planta y otras instalaciones físicas**

En ésta zona las personas que asisten a ella tienen un nivel económico estable y son capaces de comprar nuestro producto; la seguridad es muy buena para los clientes como para el negocio. La competencia en la zona es alta, pues hay establecimientos de buena calidad y de productos similares a los nuestros. Considerando el transporte, la zona es la buena opción para los clientes, pues es accesible. La renta del local o establecimiento donde nuestro negocio va a florecer, va a ser elevada, debido a que hay gran demanda en el lugar, los impuestos al igual que la renta serán elevados, aunque depende de los negocios de alrededor.

Los costos laborales para nuestros subordinados van a ser en promedio, comprándolo con los demás negocios.

Los costos de instalación serán elevados al igual que la renta.

**Determinación del tamaño del negocio e instalaciones físicas**

La extensión del lugar donde estaremos establecidos medirá 5m de ancho por 6m de largo teniendo como superficie total 30m cuadrados.

El lugar tendrá una terraza, que será el área para fumar, será segmentada en una cocina, un baño, las mesas, área para lectores y una pequeña barra.

El establecimiento contará con los servicios de luz, agua potable y drenaje.

Como se muestra en el siguiente plano:

**Descripción del producto o servicio**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Atributo |  | Producto o servicio |
| Características |  | Ofreceremos al consumidor té en variedad de sabores; contará con 450ml. Y estará presentado en un frasco de vidrio, con una etiqueta, listones de colores y popotes. |
| Beneficio básico |  | Hidratar y satisfacer el paladar del cliente. |
| Beneficio complementario |  | Sirve como diurético natural y sin calorías. |
| Presentación |  | El producto se presentará en un frasco de vidrio, con un popote, etiqueta de la marca y listón decolores atractivo. |
| Características físicas |  | Frasco de vidrio, té, listón, etiqueta y popote. |
| Servicio de preventa |  | Daremos degustaciones de los diferentes sabores de nuestro té. |
| Plazos de entrega |  | Será aproximadamente de entre 2 a 4 min, como máximo en atender al cliente, lo cual dependerá de la cantidad de clientes en espera. |
| Garantías y mantenimiento |  | Las garantías se aplicarán si suceden algunos de los siguientes errores: 1) producto en mal estado. 2) falta de higiene. 3) equivocación de sabor por parte de la empresa.Las opciones de garantía serán: a) cambio de producto. B) cupón de descuento o producto gratis.Para evitar estos errores tendremos el suficiente cuidado para evitarlos y atención ante el cliente. |

**Suministros e insumos**

Suministros: El establecimiento contará con suministros de agua, luz, drenaje y aire acondicionado así como calefacción.

Insumos: La materia prima será; envases de vidrio, popotes, agua purificada, plantas u hojas para las infusiones, así como las etiquetas y listones que servirán de adorno.

**Proveedores de suministros e insumos**

Suministros: SIAPA (agua potable)

 CFE (luz)

 SIAPA (drenaje)

 Empresa particular (aire acondicionado y calefacción)

Insumos: Frascos de vidrio (Wal-Mart)

 Popotes (Candy town)

 Agua purificada (filtro para purificar agua)

 Hojas y plantas (mercado)

 Etiquetas (imprenta)

**Tecnología**

* Caja automática
* Terminal
* Televisiones
* Bocinas
* Aire acondicionado
* Computadora
* Filtro purificador
* Puerta automática
* Cafetera
* Luz led
* Internet
* Tabletas
* Librería virtual
* Cámaras de seguridad
* Alarmas

**Organigrama**

**Análisis de puesto**

Directora: personalidad líder, dedicada, responsable, paciente, tener iniciativa, generar ideas, respetuosa, tener la mente abierta para nuevas ideas, buena presentación y proactiva.

Gerente de ventas: personalidad líder, gentil, amable, respetuosa, neutro, organizada, responsable, dedicada, buena presentación y proactiva.

Producción: responsable, respetuoso, organizado, líder, buena presentación y proactivo.

Gerente de compras: amigable, personalidad líder, que sepa negociar, respetuoso, responsable, buena memoria, buena presentación, proactiva, saber administrar y eficaz.

Recursos humanos: actitud, responsable, amigable, buena presentación, paciente, que sepa tomar buenas decisiones y proactiva.

Publicidad: amable, creativa, buenas ideas, responsable, respetuosa, buena presentación, dedicada y proactiva.

**Descripción del puesto**

Directora: pone el orden dentro de la empresa, exige a los empleados cumplir con su trabajo, asigna deberes y sabe administrar.

Gerente de ventas: controla el personal a cargo, posee precios para sus productos, dirige las acciones relacionadas con las ventas de la empresa, prepara planes, presupuestos, calcula la demanda y pronostica las ventas y selecciona a los empleados vendedores.

Producción: hace que los productos sean eficientes, planifica el tiempo de los empleados, cuida y da mantenimiento a la maquinaria y herramientas para la producción.

Gerente de compras: es el encargado de realizar las compras necesarias para la producción de la empresa, debe saber comprar y buscar los mejores precios así como una buena calidad de los productos o materia prima.

Recursos humanos: es la encomendada para dirigir al personal de la empresa, debe dar órdenes al personal, administrarlo y contratarlo.

Publicidad: supervisa las operaciones de publicidad, dirigiendo las funciones creativas, planifica y ejecuta programas de publicidad, dirige la difusión de volantes para el conocimiento efectivo de la empresa.

**Sueldos**

* Directora
* Gerente de ventas
* Producción
* Gerente de compras
* Recursos humanos
* Publicidad

**Salarios**

* Vendedor
* Vendedora
* Operadores
* Meseros
* Volanteros

**Precios de producción**

Envases $13.50 c/u

Azúcar $0.30 c/sobre

Agua $0.70 1/2 litro

Hojas $1.00

Etiquetas $0.40 c/u

Popote $0.80 c/u

**Total:** $16.7

**Costos administrativos**

Luz $0.27 al realizar un té

Salarios $1.07 por 3 min.

**Total:** $1.34

**Costo de venta**

$16.7 + $1.34 = $18.04 + ganancia = $28.00

**Cartel publicitario**

****

