



Instituto de Negocios E Innovación

2do semestre de preparatoria

MATERIA: CULTURA EMPRENDEDORA Y VENTAS.

NOMBRE DEL PROYECTO: CHELANNPi

**ESTUDIANTES: Elizondo Meza Chantal, López Chávez
Cielo Beatriz , Pájaro Villegas Hannah Citlallitl y Félix
León Pilar**

MAESTRA: AISPURO RUÍZ GLENDY GUADALUPE.

FECHA: GUASAVE, SINALOA A 8 de febrero de 2023

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	3
1. EMPRESA.....	3
1. GIRO	3
1.3 VISIÓN	3
2. OBJETIVOS EMPRESARIALES Y DEL PROYECTO.....	4
2.1 EMPRESARIALES	4
2.2 DEL PROYECTO	4
3.1 MERCADO	4
4. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	4
4.1 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA.....	4
4.2 OBJETIVOS.....	4
4.3 MERCADO META	4
5. PRODUCTO	5
1. SELECCIÓN DEL PRODUCTO	5
2. SLOGAN	5
5.3 ELABORACIÓN DE DISEÑO: LOGOTIPO, ETIQUETA, ENVASE, EMBALAJE (JUSTIFICAR)	5
5.4 Competencia	5
6. PLAN ESTRATÉGICO DE MERCADOTECNIA	6
6.1 MATRIZ FODA	6
7. PRECIO.....	6
7.1 PRECIO POR UNIDAD, UNIDADES A EXPORTAR Y GANANCIAS ESPERADAS	6
9. PLAZA	7
9.1 CANAL DE DISTRIBUCIÓN	7
9.2 TIPO DE DISTRIBUCIÓN	7
10. PROMOCIÓN	7
10.1 ESTRATEGIAS DE ENTRADA.....	7
10.2 DISEÑOS	7
10.3 MEDIOS	7

INTRODUCCIÓN

1. EMPRESA

1.1 GIRO

CHELANNPi, es una empresa 100% Guasavense que brindará el servicio de apoyar a la gente con el diseño de presentaciones en Canva y Power Point.

1.2 MISIÓN

Ayudar a la gente con el diseño de sus presentaciones.

1.3 VISIÓN

Ser los diseñadores expertos de presentaciones en tiempo récord, para el 2025.

1.5 VALORES:

- Honestidad con las personas
- Respeto a los clientes y compañeros
- Equidad de género
- Inspirar confianza
- Ser tolerantes con las personas
- Comprometernos con el trabajo
- Trabajar en equipo
- Ayudar a la gente

2. OBJETIVOS EMPRESARIALES Y DEL PROYECTO

2.1 EMPRESARIALES

Nuestro objetivo es lograr convertirnos en una empresa con gran auge en el mercado guasavense y sinaloense, que nuestros clientes se sientan satisfechos con el servicio.

2.2 DEL PROYECTO

- Convertirnos en un servicio reconocido en el mercado de Guasave.
- Abrir el servicio para todo el país en 2024.

3. PAÍS A EXPORTAR

Se iniciará de manera local, y para el futuro, se planea expandir a todo el país.

3.1 MERCADO

Este servicio está especializado en analfabetas digitales. Esta empresa operará a través de las redes sociales y medios de comunicación tradicionales, así que es muy importante mantener una buena comunicación y relación con los clientes.

4. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

4.1 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

Nuestro té es un producto de buena calidad por lo tanto nos hemos puesto la meta de llevar a todo el mercado de Guasave nuestro producto.

4.2 OBJETIVOS

Nuestros objetivos son brindar una bebida de calidad que se pueda disfrutar fría y que sea una bebida de carácter “estimulante suave”.

4.3 MERCADO META

Entre niños hasta adultos tenemos previsto en nuestro mercado ya que son las personas que toman té en comida o bebidas dulces, tenemos más dirigido en ellos.

5. PRODUCTO

1. SELECCIÓN DEL PRODUCTO

Se hará una pagina de Instagram donde la gente se podrá comunicar por DM (direct message) y hablará un número de whatsapp Bussines donde habrá comunicación más personal, se harán posts de Instagram enseñando nuestro servicio y el precio será de acuerdo al trabajo.

2. SLOGAN



5.3 ELABORACIÓN DE DISEÑO: LOGOTIPO, ETIQUETA, ENVASE, EMBALAJE (JUSTIFICAR)

Logotipo



5.4 Competencia

En las escuelas la gente que se ofrecen o cobra a sus compañeros a hacer sus trabajos es nuestra competencia, o cuentas de Instagram ya existentes.

6. PLAN ESTRATÉGICO DE MERCADOTECNIA

6.1 MATRIZ FODA

Fortalezas:

- Precio accesible.
- Nos adaptamos a ti.
- Uso de redes sociales.
- Ofrecemos calidad.
- Fácil acceso al producto.
- Ayudamos si los necesitas.

Oportunidades:

- Servicio popular
- Servicio digital y/o presencial.

Debilidades:

- Poco reconocimiento.
- Poca experiencia en el mercado.
- Nuevos en el mercado.

Amenazas:

- Variedad de competencia.
- Falta de tiempo

7. PRECIO

7.1 PRECIO POR UNIDAD, UNIDADES A EXPORTAR Y GANANCIAS ESPERADAS

	Internet	Mensual	\$400			
	Emplead@	Por hoja de presentación	\$3			

	Luz	Mensual	\$200			
	Plan telefónico	Mensual	\$200			
	Chip	Compra única	\$100			

Se calculó que se ocupan \$1,200 mensuales para mantener este negocio, \$40 diarios.

9. PLAZA

9.1 CANAL DE DISTRIBUCIÓN

Canal virtual, ya que es una presentación digital .

9.2 TIPO DE DISTRIBUCIÓN

De manera virtual, ya que le enviaremos la presentación a través de aplicaciones.

9.3 PUNTO DE VENTA

El punto de venta es de manera virtual, ya que nuestro producto es digital, se hará a través de aplicaciones.

10. PROMOCIÓN

10.1 ESTRATEGIAS DE ENTRADA

El producto será presentado a alumnos guasavenses, dando a conocer un servicio a precio accesible.

10.2 DISEÑOS

La promoción del producto será mediante una exposición por redes sociales y físicamente, donde le demos a conocer los servicios y paquetes de promoción con los que contamos.

Se hará publicidad mediante las redes sociales, el medio más utilizado en este tiempo, estaremos más activas por ahí, publicando nuestro servicio, paquetes, sorteos, respondiendo mensajes. También estaremos dándonos a conocer por medio de volantes, folletos, carteles de publicidad por la ciudad, anuncios digitales, logrando así penetrar más rápidamente en la comunidad. A los integrantes, se les proporcionara tarjetas de presentación, con los datos del negocio, con el fin de tener más prospectos, además de servir como publicidad.

10.3 MEDIOS

La publicidad de nuestro producto se dará por medio de redes sociales, carteles, folletos, tripticos, volantes, tarjetas de presentación.