ANÁLISIS DEL MERCADO

INTEGRANTES

CASTILLO NICOL TATIANA

NEIZA LAURA VALENTINA

VALBUENA NICOLE DAYANA

DOCENTE

MONICA VARGAS

ASIGNATURA

EMPRENDIMIENTO

PERIODO 2

GRADO

1101

I.T.L.O

2024

A. Aplique los conceptos aprendidos en la descripción de su producto, elabore una ficha donde

coloque todas las características de su producto.

RTA = Ficha Técnica de Producto = Nombre del Producto: Producto Flower Espic

Destinado para: Consumo directo por cualquier tipo de persona, excepto personas diabéticas.

Tamaño: Mediano, porción personal.

Empaque: Media naranja.

Diseño del Empaque: Girasol.

Embalaje: Bolsa ecológica.

Descripción: El Producto de gelatinas 3D es una idea innovadora y saludable ofrecida por la empresa Flower Espic la cual ofrece diseños de girasol y es realizada con una salsa de durazno y mango con una base de gelatina de espinaca y limón lo cual lo hace llamativo para los consumidores. Está destinado para ser consumido directamente por cualquier tipo de persona, a excepción de aquellas con diabetes, su tamaño mediano lo convierte en una porción personal, con un embalaje ecológico que refleja el compromiso de la empresa con la sostenibilidad y amigabilidad con el medio ambiente.

FORTALEZAS:

\* Productos de alta calidad

\* Personal altamente calificado

\* Innovación en productos y procesos

DEBILIDADES:

\* Dependencia de un solo proveedor

\* Limitada presencia en el comercio electrónico

\* Competencia fuerte en precios

B. Perfil del consumidor o clientela del producto.

RTA = Edades = Adultos y jóvenes entre (16-45) años. También en mujeres mayores entre (48 o más) interesadas en artes florales y repostería.

Ingresos = Personas con ingresos medios y altos ya que nuestro producto puede considerarse como un producto premium.

Necesidades de nuestros clientes = Acabar con la monotonía de los eventos especiales como cumpleaños, fiestas temáticas, bodas entre otros. Esto llevando algo nuevo e innovador.

Regalos = Un detalle especial y diferente como por ejemplo el día de la madre y otros.

C. Elabore la matriz de competencia de su producto.

RTA =

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| EMPRESA/  PRODUCTOS | COMPETENCIA DIRECTA/  INDIRECTA | FORTALEZAS | DEBILIDADES | PRECIOS | PRESENTACION | ADQUISICIÓN |
| FLOWER ESPIC | INDIRECTA | Productos de alta calidad personal altamente calificado, innovación en productos y procesos | Dependencia de un solo proveedor, limitada presencia en el comercio electrónico, competencia fuerte en precios | $8.000 a  $20.000 | 300g | Redes sociales, tiendas online |
| Jelly Gourmet | DIRECTA | Variedad de sabores exóticos, diseños innovadores | Precios altos, no disponibles en todas las ciudades | $15.000 a  $45.000 | 1-3kg | Tienda online, redes sociales, eventos de cocina |
| Delicia Gel | INDIRECTA | Buen precio, fácil acceso en supermercados | Menos enfoque en la estética artística, menos variedad de sabores | $5.000  a  $20.000 | 500g-2kg | Supermercados, tiendas de convivencia |
| Postres Deli | INDIRECTA | Amplia gama de postres, buena gama, buena relación calidad-precio | Menos enfoque en diseño, no especializada en gelatinas artísticas | $3.000  a  $15.000 | 500g-1.5kg | Supermercados, tiendas online |