

Natural del Bosque

Lugar: Centro TIC' S

Intecap, zona 5

Catedrático: William Castillo

Carrera: Técnico en Diseño Web

“Proyecto Final”

Plan de Negocios.

Nombre: Juan Diego Mejía Contreras.

Guatemala, 2015.

Índice

Introducción	3
Resumen Ejecutivo	4
Natural del Bosque	5
Producto: Té de Pino	6
1) Descripción del Negocio	7
2) Productos y Servicios	9
3) Descripción del Sector	11
4) Estrategia de Comercialización	14
5) Gestión Personal	16
6) Protección y Normativas	17
7) Plan de puesta en Marcha	17
8) Riesgos	18
9) Información económica y financiera	18
10) Información Adicional	23
Conclusiones	40

Introducción

En el siguiente contenido se da a conocer el proyecto final el cual consiste en crear una empresa e innovar un producto, en este trabajo se describirá la empresa y el producto que se innovara dando a conocer cuál es su propósito en un posible mercado.

Resumen Ejecutivo.

Natural del Bosque, será una empresa dedicada a la fabricación y venta de bebidas, comidas 100% Naturales en la Ciudad de Guatemala y en futuro iniciará la comercialización en otros lugares del país.

La empresa será creadora, innovadora en sus todas sus formas de productos y desarrollo de los mismos. Se proyectara a extender el negocio a todo el país en su segunda fase en el Mercado.

Los productos de la empresa serán nuevos para las personas que prefieren lo natural a lo artificial, por lo cual la empresa manejará la misma manera de comercialización de productos de otras empresas con productos similares a los nuestros, con el sentido de entrar en el mercado competitivo.

Para atender la demanda proyectada, se innovara en la forma de producción de los productos los cuales serán manuales y mecánicos, lo cual facilitara la eficiencia en el trabajo.

Las principales ventajas competitivas de la empresa son:

- Innovar en la creación de un nuevo producto para el mercado.
(Té de Pino, Té Frio de Pino, Anacates)
- Contar con un centro de abastecimiento propio del producto.
- Se contará con un personal calificado y eficiente.
- Curiosidad de las personas por nuestros productos.

El salto que pretende dar nuestra empresa es alcanzar el mercado nacional, más allá del área geográfica de su desempeño actual. Este mercado presenta un significativo crecimiento, en de las bebidas de naturales (Té) consumidas por la población tanto de mayores recursos y menores recursos.

Todos estos sectores consumen los productos importados, con una gran interrogación si estos productos serán 100% naturales como dice sus empaques.

La estrategia de comercialización será implementar los métodos de las empresas de experiencia, prestigio y amplia trayectoria en el mercado objetivo, para facilitar el ingreso de nuestro producto, en el convencimiento de la calidad, precio y servicio al cliente se convertirán luego en los factores de éxito de nuestra actividad.

Natural del Bosque

Misión

Nuestra Misión es ser una empresa innovadora, eficiente, y socialmente responsable, elaborando y comercializando productos alimenticios derivados de la Naturaleza; para satisfacer las necesidades de los mercados entregando productos naturales, que cumplen con los estándares de calidad, conservando el medio ambiente y fomentando la salud de nuestros consumidores.

Visión

Convertirnos en una organización líder en la comercialización de productos de la más alta calidad, mediante la aplicación de técnicas innovadoras para competir exitosamente en los mercados y lograr la fidelidad de nuestros clientes.

Política de Calidad

Estamos comprometidos en suministrar a nuestros clientes productos alimenticios, que cumplan con las características de calidad establecidas para cada uno de ellos, entregándoles en los tiempos acordados y con precios competitivos; promoviendo la salud de los consumidores



Producto: Té de Pino

El té es una bebida que todos nosotros conocemos y la solemos tomar.

A pesar de todo existen muchas variedades de té en las que no reparamos, ya que no son muy conocidas o no nos llaman la atención, pero no por ello son menos beneficiosas para la salud.

Una de las infusiones que nunca tenemos en cuenta es la de agujas de pino, las agujas del pino (sus hojas) es algo que tenemos a nuestro alcance durante todo el año, y nos aportan infinidad de nutrientes para el organismo.

Entre sus cualidades destacan las altas dosis de vitamina c que nos servirán para conseguir buenas defensas, ya que como sabemos la vitamina c es un potente antioxidante que nos ayuda a proteger las células de los ataques que llegan del exterior. Esto es lo que más destaca, ya que contiene más del doble de vitamina c que cualquier cítrico.

Objetivo General:

Dar a conocer el Té de Pino, como una bebida refrescante y que beneficiara el organismo de la persona que lo consuma.

Objetivo Específico:

- Informar sobre los beneficios del té y sus características.
- Innovar en la preparación de la bebida para que esta no sea tradicional y común con las demás.
- Causar efecto de consumo en la persona, para que rompa con el hábito de consumir siempre la misma bebida, (té verde, té de limón, té de manzanilla, otros).

Justificación:

El té de pino se utiliza para fortalecer el cuerpo, ya que sus agujas (hojas) son extremadamente ricas en vitamina c (también conocida como la vitamina de las defensas orgánicas, por lo tanto sus propiedades son muchas.)

El pino es medicina natural que se utiliza para inhalaciones contra las enfermedades respiratorias como la tos, pero también tratar el reumatismo y enfermedades de la piel.

Como bebida innovara con su sabor, ya que será algo nuevo que las personas que lo consumirán, no solo les quitara la sed, sino también los consumidores tendrán grandes beneficios para su salud.

1) Descripción del Negocio

Historia del Negocio:

Natural del Bosque, con su producto principal **té de pino**; nace como una forma diferente de ver el árbol de pino, todos sabemos o hemos visto un pino la mayoría de personas sabe que sirve para la industria maderable, pero no todas las personas sabe de los beneficios que este árbol con sus hojas (agujas) tiene para las salud de todas las personas que lo consumen como un té.

En Inglaterra país Europeo el té es una bebida diaria, y los personajes ingleses de televisión en supervivencia a menudo improvisan con la preparación de diferentes tipos de té, la idea surge viendo uno de estos programas en el año 2012, nació en mi conocer el sabor del Té de Pino, e investigando pude obtener más información sobre sus características, así que tiempo después lo prepare siendo este un proceso muy largo.

- Buscar un árbol de pino joven.
- Cortar sus hojas
- Lavarlas
- Volverlas a cortar
- Hervir agua
- Colocar las hojas
- Esperar a que se cree la infusión
- Y disfrutar del té.

En este momento se da la idea de comercializar el producto, dándoles a las personas que quieren comprobar los beneficios del té, o simplemente saber cuál es su sabor, el ahorro de mucho tiempo ya que con tan solo abrir un sobrecito con el producto las personas disfrutarán del té.

Natural del Bosque, les dará a las personas que viven en lugares en donde no hay este tipo de árboles o a las personas que no tienen tiempo en sus hogares para prepararse este producto en forma casera, la opción de comprar el producto y de una forma segura consumir el producto.

Objetivo General y Formas de Alcanzarlo.

Objetivo General:

- Dar a conocer el Té de Pino, como una bebida refrescante y que beneficiara el organismo de la persona que lo consuma.

Formas de Alcanzarlo:

- El objetivo de la empresa será mejorar continuamente en la calidad y eficiencia de producción a fin de lograr un producto competitivo expandiéndose en el mercado de una manera competitiva.
- Se incrementara dependiendo de la demanda el nivel de producción al fin de disminuir los costos, siempre manteniendo y mejorando el servicio al cliente.
- Afianzarse en imagen como empresa y marca de los productos.

Objetivos.

- Los objetivos de la empresa, sin duda serán dar a conocer los beneficios del Té de Pino, en toda la Ciudad de Guatemala, lo cual se logrará con publicidad en Redes Sociales.
- Se creara el interés de los consumidores mediante este nuevo producto innovador, el cual será nuevo en el mercado.
- Causar efecto de consumo en la persona, para que rompa con el hábito de consumir siempre la misma bebida, (té verde, té de limón, té de manzanilla, otros).
- Llamar la atención de otros mercados fuera de la capital.

Localización y Recursos.

- La empresa estará localizada en un sector de zona 16 de esta capital, un lugar estratégico para dar a conocer los productos y la marca.
- El terreno es propio y la materia prima (los árboles de pino) ya se encuentran en la propiedad no en la cantidad deseada, pero con el crecimiento de la empresa se ira poblando el sitio.
- En el lugar se construirá la bodega en donde se llevará a cabo la elaboración manual mecánica de todos los productos de la empresa, la cual será de fácil construcción.

2) Productos y Servicios

Descripción de los Productos.

Los productos de la empresa venderá serán 100% naturales, algunos no tradicionales y otros muy tradicionales para el mercado en Guatemala.

Los productos que la empresa Natural del Bosque comercializará en sus principios será:

- Té de Pino

La empresa tendrá dos lanzamientos después del producto de Té de Pino, estos serán:

- Té Frio de Pino
- Anacates

La marca más conocida de la empresa será “Té de Pino” quién será la identificadora de la empresa, y producto principal.

La Calidad de los Productos:

- La calidad con que se elaborarán todos los producto serán 100% naturales, se utilizaran las hojas de los Pinos para la fabricación del Té y el Té Frio, y la tierra húmeda que está en las raíces de los encinos para la producción de los Anacates.
- Todos los productos vendrán del bosque ubicado en las instalaciones de producción de la empresa, con lo cual se garantiza la calidad ya que no se contara con la importación de productos de otros lugares.

Con la mecanización del proceso de producción de los productos de la empresa, se logrará una mayor producción con lo cual se tendrán precios más accesibles hacia las personas, con una mayor competición en el mercado.

Características destacables de los Productos.

Nuestros clientes adquirirán los productos de Natural del Bosque por su:

- Naturalidad
- Identidad
- Calidad
- Diferenciación
- Sabor

Las personas que quieren optar por un nuevo sabor de bebida y consumir algo diferente en el mercado, esos clientes serán los principales en consumir los productos.

En base al esmero en la selección de las materias primas, y al cuidado en el proceso de fabricación, la empresa logrará productos únicos en el mercado aun precio competitivo.

Se cuidara el aspecto de distribución a fin de contestar de forma inmediata todo pedido o reclamo, de tal modo de mostrar una imagen de responsabilidad y seriedad en nuestro trabajo.

Producción.

El proceso de fabricación y producción de Natural del Bosque con todos sus productos será en un principio manual con un gran porcentaje mecanizado.

Este factor será fundamental no solo para obtener los productos de buena calidad sino para definir la composición de las materias primas y con ello la eficacia de la producción.

La empresa tendrá empleados capacitados que seguirán a pie de letra la forma correcta de procesar los productos.

Los procesos estarán integrados y mecanizados por lo que se requerirá de un equipamiento moderno, al igual que personal altamente capacitado, no solo para entender y dirigir el proceso, sino para operar los equipos de producción.

Futuros Productos y Servicios.

La fabricación de los productos de Natural del Bosque, en el principio será una forma básica de producción con ingredientes sencillos y listos para el consumo.

Posteriormente se estarán innovando nuevos sabores y mezclas con otros ingredientes, para dar un toque diferente en el mercado, variando su sabor, textura y nueva calidad, todo esto con fines de lograr nuevos gustos avanzando con la incorporación en nuevos mercados que asegure una calidad estable de la empresa.

El producto que desarrollara la empresa en el principio será Té de Pino, siguiendo con la producción vendrá el producto derivado del Té de Pino, el cual será el Té Frio de Pino, posteriormente a eso se desarrollara la comercialización de los Hongos llamados Anacates, muy popular en los mercados del país, tradicionalmente disfrutados en época de invierno.

Ventajas competitivas en la producción de productos y servicios.

En la actualidad, las ventajas de nuestra empresa pueden resumirse en las siguientes:

- Nombre de la Empresa “Natural del Bosque”
- Calidad de los productos
- Innovación de los productos
- Competición con las demás marcas en el mercado
- Atención urgente de quejas y pedidos del cliente.

Localización adecuada, lo que influye en el abastecimiento (costo de materia prima), y la transportación de nuestros productos.

Nuestra estructura organizativa será eficiente, con un personal altamente capacitado y una constante actualización en la fabricación de los productos de la empresa.

3) Descripción del Sector.

Estudios de Mercado.

Considerando las posibilidades de venta en nuestra producción se han hecho cifras posibles, en base a los precios de la competencia en el país:

- En el sentido, disponemos de posibles datos en el alto consumo de té en las personas de la ciudad.
- La tendencia de las personas que consumen té es muy variado ya que muchas de esas personas no tienen un consumo a diario.
- En el caso de Té de Pino, este producto ofrecerá a las personas una bebida 100% natural con 5 veces más vitamina c que cualquier otra fruta cítrica, además es un gran producto para aliviar y prevenir los resfriados en la persona que lo consume.

Por estas razones, es evidente el consumo de té por las personas que quieren llevar una vida saludable, por lo cual el producto Té de Pino será una nueva opción en bebidas saludables para los consumidores, los cuales quieren disfrutar de una bebida diferente con todos los beneficios para su salud.

Los árboles de pino abundan en todo el país, pero en la capital estos árboles se encuentran muy reducidos por la construcción y deforestación, para nuestra empresa tener un sitio en donde sembraremos y veremos crecer la materia prima

con lo que haremos nuestra producción es de suma importancia por lo cual podemos garantizar la calidad 100% natural, para nuestros consumidores.

En el mercado de Guatemala, el pino es un árbol maderable, nuestra empresa innovara con este árbol, creando uno del té más consumido del país.

Tamaño del Sector

En el país existen varias empresas que comercializan té y bebidas relacionadas con este producto, casi todas estas empresas son internacionales con procesos industriales. La demanda de estas empresas se encuentra concentrada en el área de la capital siendo de principal consumo el producto de Té Verde.

Al momento de salir un nuevo producto al mercado en la zona central se crea gran expectativa por lo cual Natural del Bosque entraría en el mercado dando a los consumidores un nuevo producto y sabor.

En el caso de las marcas, es solo una empresas quien domina casi todo el mercado de té, está empresa tiene varios productos de té pero ninguno se acerca a nuestro producto, el mercado demanda principalmente bebidas ya preparadas.

La empresa no competirá con las empresas de mayor prestigio y recorrido en el mercado nacional ya que Natural del Bosque no tiene ningún producto similar en materia prima al de las demás empresas, todos los productos de la empresa serán naturales, innovadores y de una calidad garantizada para los consumidores.

Segmentos de los productos o servicios.

En el sector de las bebidas de té es de considerar los diferentes tipos de té que existen actualmente, aunque ninguno de ellos es té de pino el cual es un producto innovador en el mercado actual, la empresa se orientara principalmente a la calidad con que se elabora el producto, el cual solo contiene:

- Hojas (aguas) de Pino
- Polvo de canela
- Preservante

Segmentos de Mercado.

Actualmente, el mercado se compone de tres segmentos bien diferenciados: los Supermercados, los distribuidores mayoristas y pequeños comercios.

La empresa proveerá de forma directa a los supermercados y a los distribuidores, sin dejar de lado a los comercios tradicionales, la ampliación de nuestra producción será destinada a los clientes regulares que consumen nuestros productos.

Los pequeños negocios serán gran parte de nuestra producción ya que es en esos lugares en donde las personas buscan más los productos similares a los nuestros, ya que en esos lugares las personas buscan los precios más económicos.

Proceso y criterio de compras de los clientes.

Nuestros productos en el criterio de compra del segmento elegido se basará en la calidad y precio, los productos serán productos de calidad superior, natural, y con un sabor totalmente diferente a lo acostumbrado, con una materia prima de primer nivel, con un empaque (caja) atractiva y sencilla.

Descripción de los participantes del sector

Natural del Bosque comercializará productos únicos en el mercado, nuestra competencia será indirecta ya que vendaran el mismo tipo de producto pero con distintas materias primas, estaremos en el mismo lugar que la competencia pero esta tendrá los mismos productos y el nuestro será diferente e innovador.

- Té Liptón
- Herbalife
- Té Chino

Son los más populares en el mercado nacional, aunque hay muchas más marcas las cuales venden los mismos productos que los ya antes mencionados, creando un mercado saturado de muchas opciones aunque con los mismos productos y sabores.

Tendencias claves en el sector.

La tendencia clave en nuestra actividad es la diferenciación de los productos de Natural del Bosque, cantidad y de calidad superior. Nuestra empresa define su estrategia en la producción de té de primera calidad, obteniéndola de productos naturales. Como se indicó antes, la tendencia de la población de poder adquisitivo medio o alto es a consumir productos naturales.

La tecnología influirá positivamente en el proceso de producción aumentando la homogeneidad del producto y llevando un control preciso de los componentes del mismo, de tal forma de propender al ahorro de materias primas claves en la composición de costos.

Visión del Sector.

Nuestra empresa tendrá tres productos uno de los cuales será el principal (Té de Pino). La empresa tiene productos cuyo consumo se incrementara con el paso del

tiempo, dado que es un producto nuevo en el mercado y que las personas lo consumirán por ser diferente y nunca antes visto a nivel empresarial.

Se preverán modificaciones dependiendo de las demandas en el mercado de mayor precio, en épocas de crecimiento y constante competencia, los precios se mantendrán para manejar los precios bajos.

Por tal motivo, el propósito de la empresa es abordar también los mercados fuera de la capital ya que es el futuro de la empresa es llegar a cada rincón del país.

4) Estrategia de Comercialización

Mercado Objetivo.

El mercado objetivo para Natural del Bosque, será dar a conocer los beneficios de los productos que comercializara mediante la publicidad, posteriormente se llevaran los productos a los supermercados locales, tiendas, distribuidores y mayoristas, en el área de la ciudad.

La aceptación de los productos por medio de las personas podría ser favorable ya que estos productos serian nuevos en el mercado, y vendrían a renovar un mercado con los mismos productos durante mucho tiempo.

Descripción de los Competidores Principales.

Las empresas que serán la competencia, dominan el área de té y es muy difícil que cualquier otra empresa entre en el mercado con los mismos productos y ganen popularidad en las personas que consumen té, por lo cual Natural del Bosque ha innovado en el té de pino, siendo este único en el mercado el cual no competirá con ningún otro producto de las marcas, Lipton, Herbalife y Té Chino.

Los productos que Natural del Bosque colocara en el mercado serán nuevos, únicos e innovadores por lo cual, la competencia no será directa sino que será indirecta.

Análisis de la Posición Competitiva.

Los competidores de Natural del Bosque en el área nacional, las ventajas competitivas se basarán en lo nuevo que será el producto de lanzamiento (Té de Pino):

- Innovación en el mercado.
- Calidad de Productos y Servicios
- Innovación en la producción de los productos
- innovación en la preparación de los productos

- Publicidad Informativa de los beneficios de nuevos productos
- Beneficios para la salud de los productos
- Primera vez los productos de la empresa en el mercado
- Materia prima de primera calidad
- Materia prima propia de la empresa
- Capacidad de producción masiva
- innovación de ingredientes para los productos.

Estrategia de Precios.

La política de precios de la empresa será la misma siguiendo los precios de la competencia de las empresas de mayor recorrido del país.

La empresa dará varias opciones de precios para aquellos clientes quienes regularmente o constantemente compran los productos, para ellos habrá una serie de descuentos, promociones y descuentos.

La empresa Natural del Bosque, premiara a los clientes por su fidelidad con los productos y su aceptación hacia la empresa, los costos más bajos serán para los mayoristas y para todas las personas que consumen el té de pino para mantener una vida saludable.

Estrategia de Distribución.

La empresa contara con medios de distribución para satisfacer las demandas del mercado.

Nuestro principal medio de distribución será la publicidad la cual será por medio de las redes sociales.

Estrategia de Promoción.

Para la empresa la promoción de los productos a comercializar será primordial para dar a conocer sus beneficios con lo cual se tiene completado una serie de campañas que distingan los productos de la competencia, a través de medios de comunicación audiovisuales y gráficos.

Se tiene previsto varias actividades publicitarias con tal de dar conocer el sabor del producto:

- Muestras gratis de los productos.
- Muestras de degustación de los productos

Estas muestras se darán en centros comerciales y supermercados en donde se encuentren nuestros productos a la venta.

La empresa contará con una revista mensual para dar a conocer los beneficios de los productos para la salud de los consumidores, además de páginas en redes sociales en donde se harán promociones y descuentos de productos.

Espacio de tiempo cortó en radio y televisión, además de espacio en periódicos dando a conocer la empresa.

5) Gestión Personal

Estructura de la Organización.

La empresa contará con varias divisiones en personal, el de materia prima, el de procesamiento, producción, comercialización y administración:

- En el área de Mantenimiento, materia prima y procesamiento, se contará con un personal de 6 personas las cuáles serán las encargadas también de la producción de los productos de la empresa.
- En área de comercialización se contará con 4 personas las cuáles serán las encargadas también de la administración de la empresa.

La empresa será pequeña en personal ya que se tiene definido la manera de cómo esta actuara en producción y administración.

También se contará con 2 operarios quienes responderán los teléfono y las redes sociales mediante los cuales se harán los pedidos y responderán todas las consultas que las personas tengan sobre los productos.

Los socios y altos funcionarios de la empresa nos ocuparemos de los máximos niveles de daciones de la empresa.

Personal de Gerencia.

Las personas que integrarán la gerencia serán personas capacitadas y con alguna experiencia dentro del área de bebidas naturales, las cuales deben de seguir la forma de trabajar de los altos directivos.

Personal.

Estimamos que, en una primera etapa, necesitaremos personal calificado para el manejo del nuevo equipamiento, el que será provisto por el fabricante del equipo en

forma transitoria, y para transferir conocimientos al personal local. De esa manera podremos contar con mano de obra nacional en cantidad suficiente.

El personal de la empresa en el área de mantenimiento, materias primas, y procesamiento de los productos deberán recibir una capacitación la cual se en base a la preparación de los productos.

Métodos de Producción.

La producción se ha estudiado considerando la normativa laboral y las distintas alternativas de cantidad de personal y método de trabajo: por turnos, equipos, en jornada extendida, etc. Los costos que se incorporan en el rubro personal son los resultantes de la alternativa que contribuye en mayor medida al resultado económico del emprendimiento.

6) Protección y Normativas

Protección a la Propiedad Intelectual.

La empresa Natural del Bosque es la creadora de Té de Pino y Té frío de Pino, por lo cual patentara los productos elaborados, como idea original y nuevos productos en el mercado nacional.

Cuestiones normativas.

La empresa para estar en el mercado necesita la aprobación de salud alimentaria, para todos los productos vigentes en el país.

Regulación de Alimentos del Ministerio de Salud de Guatemala.

7) Plan de Puesta en Marcha

Implementación.

La actividad contenida en este Plan se inicia con la adquisición del equipamiento para mecanizar la producción. Hemos elaborado un cronograma de actividades y tiempos donde se expresan todas las actividades a desarrollar que finalizan con la puesta en marcha y en régimen del equipamiento, y que se agrupan en las proyecciones financieras bajo el nombre de gastos pre operativo.

8) Riesgos

Riesgos en el Mercado.

Los riesgos que la empresa analiza será la licencia de comercialización de los productos por medio del Ministerio de Salud, los cuales tendrán un largo proceso ya que los productos serán nuevos y por primera vez vistos.

Por otro lado el riesgo ya estando en el mercado sería la aceptación de las personas para su consumo por ser la primera vez que sabe o escuchan de los nuevos productos de la empresa.

Otros Riesgos.

El mayor riesgo que la empresa ha identificado serán las nuevas empresas que se deriven de la nuestra las cuales buscaran copiar nuestro modelo en productos y sobre todo sacar productos similares a los nuestros, por lo cual la empresa deberá de estar preparada a lidiar con inteligencia con este tipo de riesgos de plagio en el mercado.

9) Información Económica Financiera

La empresa tendrá varios recursos en terrenos, ubicaciones, materia prima y personal por lo cual no tendrá mucho gasto en ese sentido, la empresa posee ya:

- Sitio de trabajo propio, terreno.
- Ubicación en un lugar comercial y popular de la ciudad capital.
- La empresa tiene toda la materia prima en los terrenos, arboles de pino (para el té) encinos y tierra buena (para los anacates), por lo cual no tendrá que incurrir en gastos de importación de materia prima para la producción y comercialización de los productos en el mercado.

Gastos de la Empresa en ingredientes y empaquetado para el Té de Pino, serán los siguientes:

- Hojas de té de pino no se gastará ya que la empresa posee esa materia prima.
- Sobres de Té, se comprarán online a través de una empresa que vende al por mayor por lo cual el precio será muy accesible:
 - 1000 unidades de bolsas de té en papel filtro por el precio de Q200.00

AliOfertas España Superventas Protección del comprador Ayuda Móvil Enviar a EUR Go to Global Site (English)

AliExpress Estoy buscando... Todas las categorías Cesta Lista de Deseos Identificate Regístrate Mi AliExpress

Inicio



Caliente venta! ahora descuento! 1000 unids/lote calor sellado bolsa té 60 X 80 mm bolsa té vacía, papel de filtro, bolsa filtro limpio

Ver nombre original del producto en inglés

★★★★★ 93.8% clientes contentos con este artículo (35 votos) | 33 vendidos

Precio: € 10,89 / lote
1000 unidades / lote, € 0,02 / unidad
Precio al por mayor: ▼

Envío: € 9,32 a Guatemala vía China Post Registered Air Mail
Tiempo de entrega: 15-60 días (Se envía en 10 días hábiles)

Cantidad: 1 lote (98672 lotes available)

Precio total: € 20,21

Comprar ahora Añadir a la cesta

Añadir a mi Lista de Deseos (90 veces añadido)

Mejor Valorado

Vendido por
Yireen Group
China (Mainland) (Zhejiang)

418
98.9% Valoraciones positivas
Valoraciones detalladas del vendedor ▼

Visitar tienda

Añadir a Mis tiendas favoritas
(51 veces añadido)

- Costo de ingredientes de Canela en polvo, el ingrediente que le dará un mejor sabor al té:
 - Canela en Polvo, 1 kilo por Q150.00



- Perseverante natural para alargar la vida del té a un año promedio de duración y no pierda su calidad:
 - Sorbato de Potasio, 1 kilogramo Q220.00



POTASIO SORBATO, CONSERVANTE DE ORIGEN NATURAL, UTILIZADO EN COSMÉTICA NATURAL

POTASIO SORBATO: Conservante de origen natural, inocuo, aceptado por la Cosmética Natural y Ecológica. Inhibe el crecimiento de Hongos y Levaduras. Ampliamente utilizado en Alimentación.

INCI: Potassium Sorbate, E 202

PESO :

- 100 gr. 4,00 €
- 1 Kg. 22,00 €
- 250 gr. 8,01 €

CANTIDAD

1

4,00 € CON IVA **COMPRAR AHORA**

- Las cajas serán compradas on-line con una empresa que trabaja por mayor y esta misma empresa ara el diseño de las misma:
 - Cada caja al por mayor costará menos de Q0.2

Caja postal blanca RAJAPOST

Referencias

RAJAPOST



Realice sus envíos postales con nuestras cajas blancas

Envíe sus productos a un coste económico gracias a las cajas postales Rajapost. Su excelente calidad, resistencia y rigidez, garantizan el acondicionamiento y la protección eficaz de sus productos en todo tipo de envíos por correos o mensajería.

Excelente presentación: el color blanco del cartón y la cobertura de papel kraft realiza la presentación de sus productos. Práctica: montaje fácil y cierre rápido gracias a la lengüeta.

Recomendada para la venta online.

25 formatos disponibles. Paquete de 50 cajas. Se entrega en plano.

[» Más información](#)

Desde **0,23 € sin IVA**

[» VER TODOS LOS PRECIOS](#)



902 090 085 Quiénes somos | Envío y transporte | Formas de pago | Devoluciones y cambios | Área cliente

cajade carton.es Tu 4º departamento de embalajes

Buscar

Sin productos

CAMIS DE CARTÓN | PÁNELES MEDIANOS | CAMIS A MEDIDA | PLÁSTICO BUBBLER | CINTAS ADHESIVAS | FILM ESTIRABLE | CARTÓN CORRUGADO | CINTAS ADHESIVAS | OUTLET

SOBRES ALICORNADO | SOLAS CINTA | SOLAS / FOLIO PAPER | SOLAS / FOLIO PAPER | SOLAS / FOLIO PAPER | SOLAS / FOLIO PAPER | SOLAS / FOLIO PAPER | SOLAS / FOLIO PAPER

TRANSPORTE GRATUITO A PARTIR DE 50€ + IVA | ¿NUESTRA CALIDAD? LLAMAMOS NOSOTROS | TODA LA INFORMACIÓN PARA LA COMPRA ON LINE | QUÉNTASE SOMOS | PROMOCIONES GENERALES ACTIVAS

Cajas a medida
Solicitud de información y presupuesto para la fabricación de cajas de cartón de solapas o tipo B

Todos los datos solicitados son necesarios e indispensables para poder realizar presupuesto ajustado a sus necesidades. Si desea cualquier aclaración o información adicional, solicite que un técnico comercial le llame por teléfono. Click Aquí, o envíe solicitud a personalizacion@cajade carton.es

Empresa:
Responsable:
Ciudad envío:
Correo electrónico:
Teléfono de contacto:

Medidas interiores
Largo: mm
Ancho: mm
Alto: mm



La empresa comprará al por mayor mes por mes dependiendo de la demanda en el mercado, el empaquetado del producto será sencillo y humilde por lo cual la empresa no recurrirá a gastar una gran cantidad de dinero para la presentación del producto, la empresa hará un diseño sencillo pero muy llamativo que haga dar a conocer el producto y los beneficios de la marca.

Presupuestos

Cuadro de Posibles Resultados Proyectados.

Ventas	Q 500,000.00
Menos	
Costo de Mercadería Vendida	Q 250,000.00
Unidad Bruta	Q 250,000.00
Menos	
Gastos de Administración	Q 100,000.00
Gastos de Comercialización	Q 50,000.00
Gastos Financieros	Q 50,000.00
Más/Menos	
Otros ingresos o gastos	Q 0.00
Resultado Neto	Q 50,000.00

Costos de Producción mensual.

Materia Prima	Cantidad	Precio
Pino	indefinida	indefinido
Canela	1 kilo	Q150.00
Bolsitas de Té	1000 unidades	Q200.00
Cajas de Té	1000 unidades	Q200.00
Sorbato de Potasio	1 kilogramo	Q220.00
Total Aproximado		Q770.00

Nota: la empresa tiene toda la materia prima en lo que se refiere a las **agujas de té de pino**, por lo cual no gastará en costos en la materia prima principal, de los productos te de pino, te frio de pino y anacates.

Mano de Obra aproximada de la empresa Natural del Bosque mensual

Cantidad	Cargos	Salario Total
6	mantenimiento y materia prima	Q2, 500.00
4	Comercialización y Administración	Q3, 500.00
2	Operarios	Q2, 500.00
	Total	Q34, 000.00
	Otros Beneficios	Q10, 000.00
	Cargas Sociales	Q10, 000.00
	Gastos Adicionales	Q10, 000.00
	Total Aproximado de gastos del mes	Q64, 000.00

Nota: Posible plantilla de mano de obra de la empresa.

Posibles gastos de la empresa mensuales orientada a un solo producto (Té de Pino).

Matriz de Costos

Días año	365	0.075
Días no trabajados	52	0.020
Días netos de trabajo	313	0.020
Feriados de pago	6	
Aguinaldo	0.08	0.250

Nota: posibles costos de matriz

Costo Común de Fabricación (año calendario)

Tasa predeterminada aplicable primer año	Q50, 000.00
Total de gastos estimados primer año	Q30, 000.00
Contiene	Q20, 000.00
Personal de dirección y supervisión	Q10, 000.00

Nota: posibles costos de fabricación **Q100, 000.00**

Gastos de Administración. (Año calendario)

Sueldos de Administración por mes	Q100, 000.00
-----------------------------------	---------------------

Nota: posibles sueldos de solo personal de administrativo, mas comisiones y otros beneficios por lo cual los gastos aumentarán.

Gastos de Comercialización (Año calendario)

Comisiones	Q20, 000.00
Sueldos y honorarios	Q20, 000.00
Suministros ventas	Q20, 000.00
Total	Q60, 000.00

Nota: Posibles gastos de comercialización durante un año calendario, es posible que los gastos aumenten.

10) Información Adicional

Información importante de la Empresa en el modo de preparación y marketing de la Empresa.

Elaboración de bolsitas de té manual mecanizada.

El objetivo de la presente guía es mostrar los pasos para la elaboración de té o infusiones de hierbas. Los productos importados normal mente vienen en cajas a todo color y pueden contener 10 o 20 bolsitas, de uno o dos gramos cada una; también vienen selladas con plástico Las empresas grandes también colocan otra bolsa a todo color a cada bolsita.

Materiales y equipos

A nivel comercial las empresas utilizan maquinaria industrial con un costo mínimo de 14,000 mil US Dólares; lo cual no es viable a nivel de microempresas, tanto por la alta inversión como por la poca capacidad de mercadeo. Debido a lo anterior, se presenta ésta guía como una alternativa viable para la elaboración de bolsitas de té se necesitan:

Rollo de papel filtro, es muy importante que sea del que se puede sellar con calor, de lo contrario no podrá cerrarse con selladora de impulso. El utilizado en esta guía tiene un ancho de 14 centímetros. Éste material no se encuentra en Centroamérica por lo que es necesario importarlo de países más industrializados.

- Selladora de impulso.
- Hilos de cáñamo de 20 centímetros cada uno, que no sean muy delgados porque no quedan bien sellados junto a la bolsita.
- Un molino manual o eléctrico.
- Báscula capaz de medir un gramo.
- Bolsas de alta densidad, bolsa auto sostenible o una caja troquelada a todo color.
- Etiqueta de papel o de cartón para cada hilo.

- Un pedazo de cartón de 3.5 centímetros de ancho por 5 centímetros de alto.
- Hierbas aromática o medicinal seca.



Elaboración de bolsitas de té molido

El primer paso es moler el material a ser empacado en las bolsitas. Esto puede hacerse en forma manual o con la ayuda de un molino de café eléctrico de bajo costo

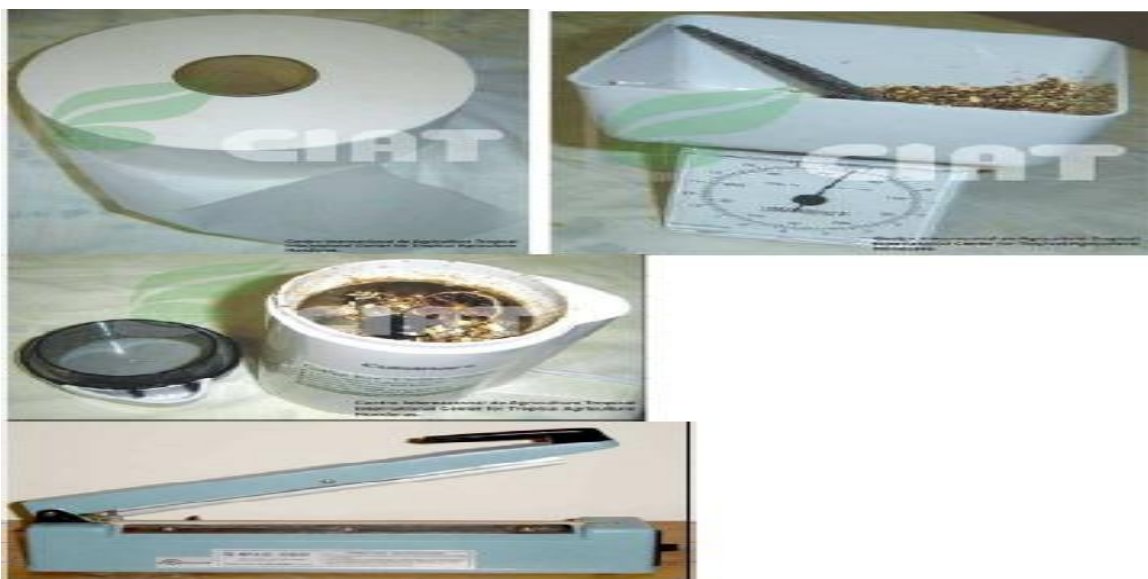
; el molido es importante porque si se empacan hojas enteras, será más difícil darle sabor a una taza de agua caliente.

Elaboración de bolsitas

El primer paso es cortar un pedazo de papel de un metro de largo, luego se dobla a la mitad de tal forma que ambas orillas queden exactamente iguales. Para hacer las bolsitas es importante hacer los sellos laterales de las bolsitas y posteriormente se pasa al corte de cada una de ellas.

Es imposible tener bolsitas del mismo tamaño y uniformidad, pero para que queden similares se recomienda usar un pedazo de cartón (3.5 cm. ancho y 5 cm. de alto) para medir las distancias entre sellados.

Primero se hace el sellado de la punta, con la ayuda del cartón, se hace el segundo sellado, el tercer, cuarto y quinto sellado se hace con una separación de unos tres milímetros; luego se coloca el cartón (usar como referencia el último sellado) y se sigue el mismo procedimiento anterior.



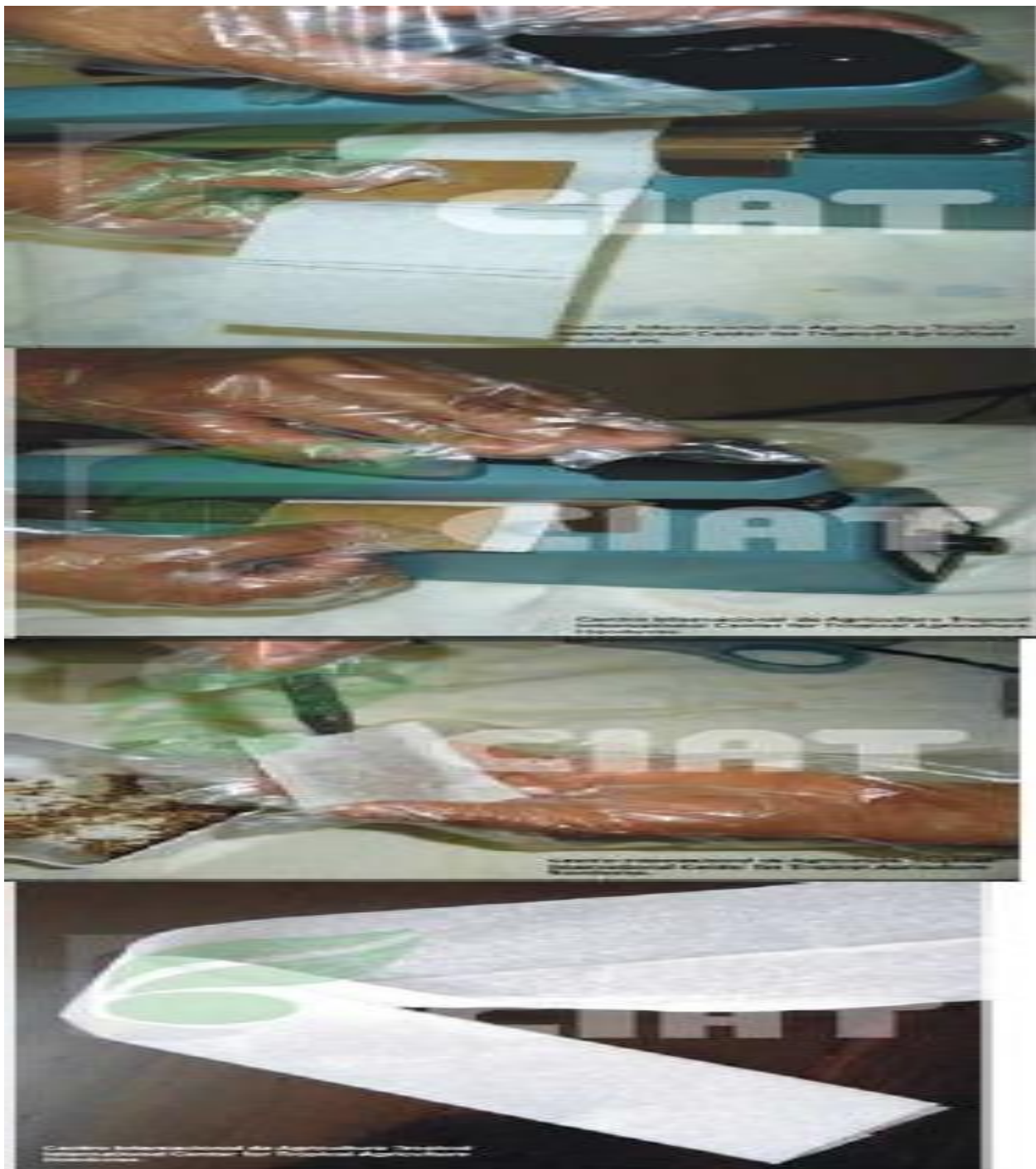
Hacer una fuerte presión al momento de sellar para darle mayor seguridad al mismo. El sellado es muy importante, se recomienda colocar la temperatura más alta para lograr un sellado hermético.

Llenado de las bolsitas

Dependiendo del producto, las bolsitas se pueden llenar con uno o dos gramos de material molido. Es importante asegurarse que el peso es correcto y éste es un factor crítico porque es difícil encontrar una báscula que pese un gramo.

Sellado de las bolsitas

Una vez que las bolsitas tienen el peso adecuado, se introduce la punta del hilo de cáñamo dentro la bolsita y se procede a sellarla (se recomienda doble sellado). Si se usa un hilo muy delgado, se corre el riesgo que el mismo se desprenda al colocarse el agua caliente y esto puede disminuir las ventas del producto, porque los consumidores no podrán retirar la bolsita o amarrarla a la oreja de la taza.



Las pruebas indican que las bolsitas resisten calentamientos de 2 minutos sin romperse. Si el sellado es adecuado, los hilos quedan bien adheridos a la bolsita. Como todo producto producido nacionalmente, es necesaria la legalización de la empresa y del producto para poder venderse en supermercados (licencia sanitaria, registro sanitario, marca registrada, etc.)

Empaque

Algunas empresas optan por dejar los hilos sin ninguna etiqueta; pero a pequeña escala se pueden imprimir etiquetas en papel autoadhesivo (se encuentran en las librerías) en impresora a color; este papel tiene la ventaja que no necesita pegamento y quedan a todo color. Las empresas comerciales utilizan cartoncillos a color troquelados, que sujetan el hilo fácilmente. La mayoría de empresas comerciales utilizan las cajas troqueladas a todo color para empacar las bolsitas de té (sellada con una capa externa de polipropileno o con plástico termoencogible); otras usan bolsas plásticas de polietileno de alta densidad y otras solo empacan en polietileno los paquetes de té.



Plan de Marketing.

Natural del Bosque, DAFO de la Empresa:			
Debilidades	Amenazas	Fortalezas	Oportunidades
Desconociendo del producto por parte de los consumidores.	Inexistencia de competencia directa (no se sabe cómo reaccionara el mercado).	Idea de Negocio Innovadora.	Tendencia hacia un estilo de vida más saludable.
Necesidad de Capital para invertir.	Ingreso de nuevos competidores.	Ser los primeros en ofrecer el producto en el mercado.	Inexistencia de competencia directa.
Insertar un concepto de negocio totalmente nuevo en el mercado.	Pérdida del poder adquisitivo de los consumidores, lo que lleva a consumir principalmente productos de primera necesidad.	Producto 100% natural.	Las maquinarias necesarias no se ven afectadas por las trabas a las importaciones, consiguiéndose fácilmente en el país.
Pocos servicios ofrecidos.	Elevadas costos en los precios de la canasta básica.	Ubicación estratégica del área de la materia prima.	Aumento del turismo en el sector, captando de esta manera a los extranjeros que ya conocen el producto.
El producto principal es totalmente nuevo en el mercado.	Continuo aumento de costos (salarios, materia prima, servicios, etc.)	Productos y servicios de Calidad.	Tiempos cortos para comer y regresar al trabajo u corrido, lo que aumenta la demanda de productos de comida rápida y saludable.
Un solo producto en primer lanzamiento.	Inestabilidad económica del país y crisis financiera mundial.	Precios Competitivos.	Oportunidades de Financiamiento.
Producto lanzado al mercado como novedad "como reaccionaran los consumidores."	La sociedad guatemalteca es muy tradicional y conservadora.	Control de los procesos para asegurar la calidad.	Amplia cantidad y calidad de proveedores.
	Cambio constante en los gustos y exigencias de los consumidores.	Innovación en ingredientes y sabor del producto.	Crecimiento en el mercado por innovar en nuevos productos.

Política de Producto y Servicio:

Política de Calidad de la Empresa:

Es política de Natural del Bosque, satisfacer las necesidades de los clientes mediante la elaboración y comercialización de bebidas de té y café a precios competitivos y rentables, proporcionando capacitación y entrenamiento a todo el personal, manteniendo las instalaciones físicas en condiciones adecuadas de funcionamiento y atendiendo ampliamente las necesidades y sugerencias del cliente, al igual que liderando las iniciativas de mejora continua que agreguen valor procedente de los colaboradores y del entorno.

Objetivos de Calidad

- Dar satisfacción al cliente proporcionando productos que cumplen con los requisitos establecidos.
- Entregar al cliente lo acordado de manera completa
- Entregar al cliente en el tiempo acordado.
- Atender al cliente brindándole un trato integral.
- Establecer con el cliente condiciones de negociación.

Política de Marketing de la Empresa:

1. **Fase de introducción o lanzamiento:** el producto empieza a distribuirse con la ventaja de que hay pocos competidores y el inconveniente de que es desconocido. Las ventas crecen lentamente y los beneficios son prácticamente inexistentes.

En esta etapa se requiere un esfuerzo importante en forma de inversiones en publicidad.

2. **Fase de crecimiento:** a medida que el producto va siendo más conocido, las ventas crecen, lo que atrae a la competencia y su oferta aumenta. La empresa realiza esfuerzos para que los productos se diferencien de la competencia y consigan más ventas. El consumo del producto se generaliza.

La etapa se caracteriza por:

- Un crecimiento de la demanda y de los beneficios a ritmo creciente.
- La aparición de imitadores atraídos por las oportunidades de negocio.
- Medianas inversiones en publicidad y promoción.
- Una tendencia a la reducción de precios gracias a la disminución de costes.
- Una ampliación de la gama de productos por mayor diferenciación de productos.

La empresa intentará que la marca sea:

- Fácil de recordar y pronunciar.
- Agradable visual y fonéticamente.
- Suggerente para el público potencialmente consumidor.
- Portador de valores positivos, concretos y reconocibles.
- Adaptable y flexible ante la evolución de la empresa y sus productos.

En relación al uso de la marca, la empresa puede optar por diferentes estrategias, las principales son:

Política de Precios:

Fijación de un sólo precio

- Esta política consistirá en ofrecer a los clientes el mismo precio por el mismo producto en circunstancias similares.
 - La mayoría de los consumidores están acostumbrados a pagar el precio establecido, el cual aparecerá marcado en la mercancía.

La política de *fijación de un solo precio*, facilitara la rapidez con que se pueda realizar cada transacción, ayudara a simplificar diversos registros de contabilidad (inventarios), se reducirá el personal de ventas y se hará posible una estrategia de mayor consumo de los productos por medio de los clientes.

- (Esta estrategia está enfocada a solo los clientes que consumen el producto de vez en cuando, los clientes frecuentes tendrán otras políticas de precios.)
- ❖ Esta política hará que el cliente confié en el vendedor lo que beneficiara a la Empresa, sobre todo por razones administrativas para conservar la preferencia del público. Con esta política se facilitara fijar los precios.

Fijación de precios múltiples

- ✓ La empresa Natural del Bosque, tratara de incrementar el volumen de ventas en unidades.
 - Esta estrategia de precios concede a los consumidores un descuento por hacer compras en volumen, es decir, ofrece un precio reducido si los consumidores están dispuestos a comprar varias unidades al precio de unidades múltiples.

- ✓ En esencia la Empresa dará los precios de unidades múltiples que constituirán una forma de fijar los precios psicológicos, ya que muchos han sido condicionados a esperar un precio más barato si compran en cantidad.

Precios por paquete

- ✓ Para Bartolomé CIA. LTDA, los precios por paquete son una variedad de la fijación de los precios múltiples.
 - Esta política de precios consistirá en vender los productos como un paquete. El paquete de precios puede ser identificado en términos de:
- ✓ Producto más producto;
- ✓ Producto más mercadería;
- ✓ Mercadería más productos,
- ✓ Mercadería más Mercadería.
 - Otra forma que la empresa manejara los paquetes será por medio de los precios cautivos, práctica que consiste en capturar a los clientes vendiéndoles primero el producto a un precio reducido, y luego vendiendo el paquete a un precio mayor.

Política de Servicio y Atención al cliente:

1. Es deber de todos los funcionarios y colaboradores de Natural del Bosque, brindar un servicio de manera adecuada; con calidez y respeto hacia nuestros clientes y comerciantes, atendiendo sus expectativas desde su percepción, escuchando con esmero, comprendiendo y mostrando interés por sus necesidades, y realizando un acompañamiento permanente en la gestión de sus requerimientos.
2. Es responsabilidad del proceso y de la Gestión Comercial de la Empresa Natural del Bosque la administración de las relaciones con nuestros consumidores, y que estas sean satisfactorias para ellos y rentables para la empresa. Dichas relaciones se establecen bajo los criterios de Identificación, diferenciación, interacción y personalización.

3. El área Comercial y de Atención al Cliente, enfocaremos esfuerzos en brindar la más amplia información de todos los productos y servicios de la empresa, de manera integral y con una excelente atención.

4. Todo el personal deberá prestar su atención basándose en los siguientes principios:

a. Confiabilidad y responsabilidad en la apropiación y el uso de la información Institucional de la empresa y su línea de productos.

b. Oportunidad, exactitud en el suministro de la información requerida por los clientes y comerciantes de los servicios de la empresa.

c. Valoración, respeto, actitud equitativa y personalizada con todos los clientes.

5. Es responsabilidad de todos los funcionarios y colaboradores de Natural del Bosque, velar por la veracidad, integridad, seguridad, confidencialidad y disponibilidad de nuestros productos y que la información sea elaborada, generada, operada, modificada, almacenada, conservada, transportada, accedida, divulgada o destruida, de acuerdo con las normas y reglamentos establecidos.

6. Es responsabilidad de todos los funcionarios y colaboradores de Natural del Bosque y más aún de aquellos a los que sus funciones les exija estar de cara al cliente:

a. Recibir, diligenciar y canalizar correctamente las quejas, reclamos, sugerencias y felicitaciones que los clientes y usuarios emitan a cerca de todo tópico concerniente a Bartolomé y su línea de productos.

b. Atender con igualdad de condiciones, sin preferencias y discriminación en el trato y concesiones, a todos los clientes y colaboradores que soliciten información de la Empresa, sin importar su raza, sexo, edad, religión, condición socioeconómica, política o académica.

c. Brindar atención preferencial si se trata de adultos mayores, mujeres embarazadas, personas con discapacidad y personas acompañadas de infantes.

d. Cumplir con los estándares y protocolos de atención dispuestos por Natural del Bosque.

7. Es responsabilidad de la Empresa Natural del Bosque, y sus productos Té de Pino, Té Frio de Pino, Anacates, administrar el proceso de Medición de la Satisfacción del Cliente, y la información de las Quejas/Reclamos, peticiones, felicitaciones y sugerencias, haciendo seguimiento a su tratamiento y respuesta.

8. Velar siempre por la calidad de los productos de la Empresa, siendo la principal responsabilidad de los funcionarios y colaboradores de Bartolomé CIA. LTDA, estar siempre dispuestos a la vanguardia en innovación de los productos para la mayor satisfacción, seguridad, de nuestros clientes, quienes son los más importante para nuestro negocio.

Política de Promociones y descuentos:

Promociones

-Nuestra primera promoción de entrada al mercado seria, en la compra de nuestra presentación de Caja de Té de Pino (con producto de 20 unidades) te regalamos un sobrecito de Té de Pino de 3.3gramos.

-En la compra de más de 2 cajas en cualquiera de nuestras presentaciones de Té de Pino te regalaremos una taza con nuestro logotipo conmemorativo por el lanzamiento del nuevo producto.

-Hicimos un convenio con la marca "Galletas X" en "Supermercado X" y en la compra de una de caja de nuestro producto de regalaremos, una caja de galletas (3 unidades), para que puedas disfrutar de una deliciosa galleta X y una taza con nuestro saludable Té de Pino.

-Al igual logramos un convenio más, con la tienda naturista "tienda naturista X" y tendrán la promoción de que en la compra cualquier caja de té con 20 sobres más Q10.00 te llevaras un frasco de miel de 355gr.

Descuentos

-Para nuestros clientes frecuentes a mayoreo y menudeo les entregaremos una tarjeta de cliente consentido en donde en cada compra se les ara un descuento.

-En la venta de nuestro producto a mayoreo, será más barato que si se compra el producto a menudeo, por lo cual tendrá ventajas comprar a mayoreo y tendrá sus descuentos.

-Se venderán cupones de descuento, ofreciéndolos en las tiendas donde se comercialice nuestro producto y tiendas de autoservicio, en las que los descuentos serán:

- 2x1 en cualquier presentación.
- 25% de descuento en cualquier presentación.
- 1 cupón de producto gratis en la compra de dos o más de nuestra línea de productos.

-En las tiendas donde se comercialice nuestro producto tendremos ofertas permanentes todos los martes de la semana con un 10% de descuento en la

compra de nuestra presentación de caja de Té de Pino (20 unidades) y cada 2 meses un 25%.

Desarrollo de la Estrategia:

- Campaña de publicidad y de Relaciones Públicas
 - ❖ Canales espaciales: Redes Sociales, comprar espacios para anunciar los productos.
 - ❖ Canales temporales: Revista y Prensa, publicitar la marca para que sea reconocida en el mercado.

Las relaciones públicas

- ❖ Nuestra publicidad estará enfocada en tratar de vender la marca.

Medios masivos y selectivos:

- medios impresos: periódicos, revistas, correo directo
- medios electrónicos: informática (multimedia)
- medios de exhibición: carteles, trifoliales, afiches.

Plan de Medios:

1. Periódicos

- Publicar constantemente información sobre los productos y su desarrollo, como también las nuevas políticas de la empresa.
- Atención a los periodistas, brindándole periódicamente informaciones que se deben de comunicar a los diferentes públicos.
- Insertar anuncios pequeños publicitarios en los periódicos informativos y comerciales que circulan por el país.
- Organizar visitas y dar conferencias de prensa para dichos periodistas periódicamente.

2. Revistas

- Sacar mensualmente la revista de la empresa dando a conocer los beneficios de nuestros productos.
- Insertar anuncios publicitarios en revistas relacionadas con la naturaleza y bienestar del ser humano.

II. Audiovisual

1. Radio

- Coordinación con los medios de radio para designar un periodista que atienda las informaciones a publicar.
- Atención a los periodistas con la empresa brindándole periódicamente informaciones que se deben de comunicar a los diferentes públicos.
- Mensajes cortos en radios de manera mensual.

2. Televisión

- Organizar visitas al centro y conferencias de prensa con dichos periodistas.
- Realizar coberturas de TV, Programas, Reportajes, Menciones y Entrevistas.

3. Video

- Video de imagen corporativa
- Realizar spots publicitarios.
- Realizar videos de lanzamiento de nuevos productos

Otros soportes publicitarios:

- Valla publicitaria.
- Cartel lumínico.
- Juego de vallas publicitarias.
- Señalización interior y exterior de todas las oficinas e instalaciones de la Empresa.
- Pintar la Empresa con los colores corporativos.
- Anuncios pintados o rotulados en autoadhesivos en los diversos medios de transporte.

Promoción de ventas:

1. Exhibición en el punto de venta

2. Presentaciones de venta
3. Exhibiciones comerciales

Otras proyecciones:

- Felicitar el año nuevo, conmemoraciones oficiales, cumpleaños, etc.
- Invitaciones al centro, stand o exposiciones.
- Incluir material impreso en la agenda de comercialización.

Publicidad y Promoción (medios):

El objetivo de la Empresa Natural del Bosque, en sus promociones de los productos existentes, será:

- Aumentar las Ventas
- Atraer Clientes
- Mejorar el reconocimiento de los Productos
- Mejorar la Identidad de la Marca.
- ✓ La promoción de los productos beneficiará a la empresa mediante la generación de demanda por parte de los consumidores.
- ✓ Beneficiará a los consumidores al proporcionar la información necesaria sobre la disponibilidad del producto y sus usos.

Actividades

Las actividades de la Empresa en Promoción de ventas incluirán campañas publicitarias:

- Presentaciones de productos
- Campañas libres en donde se darán muestras gratis de productos
- Seminarios sobre temas relacionados sobre los beneficios del té en la salud humana
- Venta de puerta en puerta
- Campañas de correo directo
- Campaña masiva en Redes Sociales

La amplitud de las actividades de la empresa en su promoción de ventas no se verá limitada por la creatividad.

Estrategias de empuje

La estrategia en promociones de empuje para la Empresa será llevada en base a la demanda en el mercado.

La estrategia de empuje estará diseñada para comercializar los productos a intermediarios:

- Mayoristas
- Minoristas

Para proporcionar espacio en los estantes para el producto y para publicidad, la campaña implicara generalmente:

- Ofrecer descuentos
- Pruebas gratuitas
- Garantías de calidad
- Otros medios de personación

La empresa ofrecerá los productos a los revendedores en consignación para reducir riesgo para el distribuidor.

Estrategias de atracción

Para la empresa la atracción responderá a la demanda ya que se dirigirán al usuario final.

La estrategia de atracción incluirá:

- Muestras gratuitas
- Eventos públicos promocionales
- Venta en puerta en puerta
- Reparta en puntos de venta estratégicos
- Campañas de mercadeo en Internet

Plan de Acciones de Marketing:

Fases del plan de marketing:

Descripción De La Situación

La empresa se encuentra en el punto de partida de todo plan de marketing, se ha de describir tanto la situación actual externa como interna.

En la descripción de la situación actual externa se describen aquellos factores que son externos y por tanto incontrolables por la empresa pero que afectan directamente a su desarrollo. En este punto hemos de describir:

- **Entorno general:** información relacionada con datos económicos, sociales, tecnológicos, políticos, culturales, medioambientales.
- **Entorno sectorial:** grado de dificultad de entrada de nuevos competidores, análisis de proveedores clave, obtener información detallada sobre gustos intereses de los clientes.
- **Entorno competitivo:** hemos de realizar un estudio detallado sobre nuestros principales competidores.
- **Mercado:** en este apartado hemos de incluir información sobre la evolución y tendencia de nuestro mercado (productos, segmentos, precios).

En la descripción de la situación actual interna hemos de detallar información relevante sobre: producción, finanzas, marketing, clientes y recursos humanos de nuestra empresa.

Análisis De La Situación

El objetivo de la etapa del análisis de la situación es dar a conocer la situación actual en la que se encuentra la empresa, para eso la empresa utilizara la herramienta DAFO.

En donde se encuentra especificando la información detallando las situaciones que vive la empresa en su lanzamiento.

Fijación De Objetivos

Una vez analizada la situación, ya se está en disposición de establecer los objetivos de la Empresa Natural del Bosque una forma realista.

Para fijar correctamente los objetivos en nuestro plan de marketing, tenemos que seguir lo siguiente:

- Los objetivos tienen que ser adecuados y coherentes, de nada sirve fijar unos objetivos inalcanzables, lo único que podemos conseguir con ello es la desmotivación.
- Los objetivos tienen que estar definidos claramente para que no puedan inducir a ninguna clase de error.
- Definidos de una forma concreta. Objetivos específicos por unidades de negocio, zonas geográficas, productos, etc.
- Es necesario marcar plazos para su consecución, esto ayudara a motivar su cumplimiento.

Para la empresa es prioridad aumentar la notoriedad de marca siendo creadores e innovadores en el mercado.



Conclusión

En el siguiente contenido se describió el proyecto final el cual consistía en la creación de una empresa y la innovación de un producto, en el contenido se dio a conocer la forma y la guía de como esta se manejaría.