



DESARROLLO DE MARCA Y ESTRATEGIA COMERCIAL PARA "GALLETAS MARCE"



ITESO, Universidad Jesuita de Guadalajara

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Desarrollar la identidad corporativa del negocio.
2. Realizar una Investigación del mercado.
3. Diagnosticar el producto.
4. Analizar el sector y las capacidades de la empresa.
5. Realizar el branding de la marca.
6. Diseño de etiquetas.
7. Desarrollar un Plan Financiero.
8. Definir estrategias de promoción y ventas.
9. Definir estrategias de comercialización.
10. Crear Contenido Publicitario.



MERCADOTECNIA

DIAGNÓSTICO

- 4 P's.
- FODA
- Benchmarking.



IDENTIDAD CORPORATIVA

- Paleta de colores.
- Tipografía.
- Logotipo.
- Etiqueta/tarjeta.
- Tono de Comunicación.
- Aplicaciones.

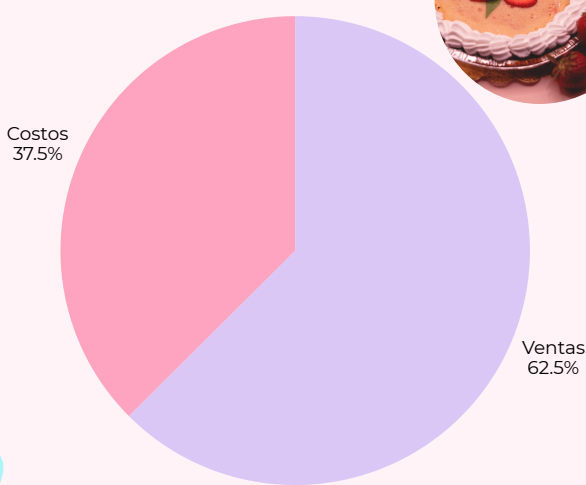


CREACIÓN

- Manual de WhatsApp Business.
- Guía para tomar fotografías.
- Catálogo de Productos.
- Contenido para WhatsApp.



FINANZAS



PUNTO DE EQUILIBRIO

105

COSTOS TOTALES

\$ 12,273

VENTAS MENSUALES

\$ 20,480



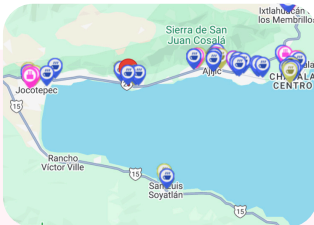
SUELDO MENSUAL

\$ 8,206

COMERCIO

PUNTOS DE VENTA

En la parte comercial, diseñamos una estrategia pensada para que, en el futuro, cuando el negocio crezca y busque expandirse, ya tenga una base sólida y un panorama claro de cómo hacerlo. Aprovechando el conocimiento previo adquirido durante el proyecto.



DISTRIBUCIÓN

El objetivo es establecer una ruta de distribución eficiente para entregar pasteles en cafeterías y pastelerías interesadas, empezando por San Juan Cosalá y, de forma escalonada, expandirse a Jocotepec y Ajiic.



Lic. Mercadotecnia y Dirección Comercial. Karen Lizbeth Robles Zepeda.

Lic. Mercadotecnia y Dirección Comercial. Ana Luisa Bolaños Eljure.

Lic. Finanzas. Diego Alejandro Gómez Espinosa.

Lic. Comercio y Negocios Globales. Erick Guillén Del Toro.

Asesora: Mtra. Abril Gómez Rodríguez