

**INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE**

**Departamento de Economía, Administración y Mercadología**

**PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL (PAP)**

**Programa de desarrollo de la gestión en las funciones  
sustantivas de las empresas**



**ITESO**

Universidad Jesuita  
de Guadalajara

**3J01 Desarrollo de Capacidades para la comercialización y ventas  
Nacionales CEDECOM**

**Investigación y propuesta de estrategias de comercialización y  
mercadotecnia para empresa de Cocoa Art ubicada en Tlajomulco de  
Zúñiga, Jalisco.**

**PRESENTAN**

Lic. en Administración de empresas y emprendimiento Karla Rubí Becerra Morales

Lic. Comercio y Negocios Globales Ricardo Aguilar Rodríguez

Lic. en Administración Financiera Emmanuel Almaraz Romero

Profesor PAP: Mtra. Carolina Gallegos Castorena

Tlaquepaque, Jalisco, Julio del 2022

# REPORTE PAP

## ÍNDICE

Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional	
Resumen	2
1. Introducción	3
2. Desarrollo	10
3. Resultados del trabajo profesional	22
4. Reflexiones del alumno o alumnos sobre sus aprendizajes, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto	45
5. Conclusiones	53
6. Bibliografía	56
7. Anexos (en caso de ser necesarios)	59

# REPORTE PAP

## Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional

Los Proyectos de Aplicación Profesional son una modalidad educativa del ITESO en la que los estudiantes aplican sus saberes y competencias socio-profesionales a través del desarrollo de un proyecto en un escenario real para plantear soluciones o resolver problemas del entorno. Se orientan a formar para la vida, a los estudiantes, en el ejercicio de una profesión socialmente pertinente.

A través del PAP los alumnos acreditan el servicio social, y la opción terminal, en tanto sus actividades contribuyan de manera significativa al escenario en el que se desarrolla el proyecto, y sus aprendizajes, reflexiones y aportes sean documentados en un reporte como el presente.

## Resumen

El proyecto PAP a presentar se lleva a cabo con la empresa Cocoa Art, la cual es dirigida por la empresaria Erika Alejandra Brito Arocha. El principal objetivo es desarrollar una estrategia de comercialización B2C (Business to Consumer) para obtener un mayor crecimiento de la empresa.

Se requiere buscar diferentes puntos de venta, investigar los costos de la empresa y precios del mercado, realizar un análisis de los costos de los envíos. Y por último diseñar el material POP.

La metodología consiste en 4 fases, la primera la búsqueda de distintos puntos de venta e investigar sus requerimientos y un numero de contacto, posteriormente la segunda fase consiste un análisis de los costos de los productos y el margen deseado por la empresaria en los 2 modelos de negocio de B2C y B2B (Business to Business), la tercera fase se investigara proveedores de paquetería y realizar unos análisis de los costos de envío que tendría Cocoa Art.

Como resultado se pretende entregar los seis puntos de ventas distintos, el precio final tanto para el consumidor final en su página web y los puntos de ventas, tres distintos escenarios de compra mínima analizando la posibilidad de absorber el costo de envío por parte de la empresaria y el cliente y las diferentes alternativas del material POP tanto para activaciones (1 propuesta) como exhibidores (2 propuestas).

## 1. Introducción

### 1.1 Antecedentes del proyecto y contexto

El presente proyecto de PAP se llevó a cabo con la empresa Cocoa Art, la cual se especializa en venta de productos de alta calidad como lo son cacao en polvo sin azúcar, así como crema de cacahuete natural, con cocoa y con miel de agave.

A continuación se presenta una introducción al tema.

Según la página oficial del Gobierno de México; En nuestro país el 70% de los mexicanos padece sobrepeso y casi una tercera parte sufre de obesidad, además, esta enfermedad se asocia principalmente con la diabetes y enfermedades cardiovasculares, pero también con trastornos óseos y musculares y algunos tipos de cáncer.

Hay varios factores que contribuyen al aumento excesivo de peso, los más comunes son:

- **Falta de actividad física**
- **Alimentación inadecuada:** exceso en el consumo de alimentos procesados y con alta cantidad de grasa, así como, alta ingesta de refrescos y alcohol.
- **Genética**
- **Estilo de vida:** el sedentarismo no ayuda a controlar el peso.

El cuidado de la alimentación juega un papel determinante para tratar la obesidad y el sobrepeso, por lo que se recomienda limitar el consumo de alimentos ricos en grasas y azúcares.

El implementar alimentos saludables a tu alimentación te permite llevar una dieta equilibrada la cual te permite cumplir con los requerimientos diarios de nutrientes que necesita tu cuerpo.

Diversos estudios han comprobado que el cacao tiene múltiples beneficios para la salud como lo son:

- Fitosteroles que reducen el colesterol “malo”
- Polifenoles: de carácter antioxidante han sido relacionados con la prevención del proceso arteriosclerótico y de la aparición de algunos tipos de cáncer.
- Antioxidantes que retardan el envejecimiento.
- Contribuye al buen funcionamiento neuromuscular por el magnesio.
- Aumenta los niveles de serotonina y de endorfina en el cerebro mejorando el humor y aumentando el placer, funciona como antídoto para la depresión; la serotonina es un neurotransmisor que produce felicidad.
- Reduce los riesgos de coágulos sanguíneos e infartos cerebrales.
- El potasio, mantiene la presión normal en el interior y exterior de las células, disminuye los efectos negativos del exceso de sodio, regula el balance de agua en el organismo, participa en el mecanismo de contracción y relajación de los músculos.
- Fuente de vitaminas (tiamina o B1 y ácido fólico).

Según la revista Men's Health la crema de cacahuete proporciona beneficios y propiedades para los músculos, por ejemplo:

- Es rica en proteínas y grasas saludables monoinsaturadas
- Es perfecta para antes de entrenar e incluso como recuperador post-entrenamiento.
- Sus grasas monoinsaturadas disminuyen el riesgo de padecer enfermedades cardiovasculares y ayudan a combatir el LDL, conocido como el colesterol malo.
- Favorece a la salud cardiovascular
- Tiene vitamina B
- Un estudio de la Facultad de Salud Pública de Harvard concluyó que el riesgo de padecer diabetes tipo 2 disminuye hasta en un 10 por ciento si se ingiere crema de cacahuete de manera periódica.

En este entorno de negocios y cuidado de la salud, la empresa escenario del presente PAP, llamada Cocoa Art es una empresa dedicada a la venta de productos a mayoreo y menudeo de cocoa en polvo sin azúcar en 3 presentaciones diferentes:

- 200 gramos
- 1 kilogramos
- 25 kilogramos

Así como la venta de crema de cacahuete en las siguientes presentaciones:

- Crema de cacahuete natural 300 gramos
- Crema de cacahuete con cacao 300 gramos
- Crema de cacahuete con miel de agave 300 gramos

## Misión

Somos una empresa 100% mexicana, comprometida con el desarrollo y crecimiento de nuestros clientes, ofreciendo productos de alta calidad y teniendo como primicia la satisfacción total de los usuarios finales.

## Visión

Ser una empresa líder en la comercialización de productos de la más alta calidad, expandiendo nuestro portafolio de marcas y así continuar con el éxito y crecimiento de nuestros clientes.

## Valores

- Liderazgo
- Integridad
- Responsabilidad
- Compromiso
- Honestidad

### 1.2 Problemática u oportunidad detectada

Debido a que Cocoa Art al principio se empezó a enfocar principalmente en el mercado Business to Business (B2B) debido a que únicamente contaba con un producto en existencia cocoa en polvo, debido a que integra un nuevo producto de crema de cacahuete en 3 sabores por lo cual es necesario desarrollar una nueva estrategia de comercialización dedicada al consumidor final o Business to Consumer (B2C) por la cual estará complementada con una estrategia de precios analizando los costos de la empresa y los costos de envío con el fin de lanzar su página web, también se diseñará un nuevo material POP para promocionar la marca en diferentes activaciones que vaya acorde a la empresa y su imagen para

de esta manera poder alcanzar al nuevo mercado del cliente final y lograr un mayor crecimiento en la empresa, un mayor margen y ganancia.

### 1.3 Objetivo general

Desarrollar una estrategia de comercialización para los productos de Cocoa Art de acuerdo al mercado meta.

### 1.4 Objetivos específicos

Desarrollar una estrategia de precios:

- Analizando los precios de los productos para la página web
- Analizando los costos de los envíos
- Analizando si es factible brindar envíos gratis
- Haciendo la propuesta del precio final

Analizar los puntos de venta:

- Buscando nuevos puntos de venta
- Investigando sobre los requerimientos para ingresar a un nuevo punto de venta.

Analizar el material POP:

- Realizar un diseño del material POP
- Realizar cotización de los materiales.

## 2. Planeación y seguimiento del proyecto.

### 2.1 Metodología

Se realizará un análisis interno de los costos que tiene Cocoa Art, al igual que una investigación de Benchmark de los precios en el mercado de otras marcas.

Se analizará el margen el cual maneja dentro de sus socios comerciales y sus ganancias.



Se analizará la posibilidad de entrar a una Ecommerce a través de su página cotizando con diversas paqueterías y empresas de logística para obtener sus costos de envío ya sea para los clientes o para Cocoa Art.

Se hará también una investigación de campo y análisis de clientes potenciales o socios comerciales donde Cocoa Art pueda ingresar logrando una mayor presencia en el mercado.

Y por último, se diseñará a través de Ilustrador el diseño del material POP para las activaciones de Cocoa Art en diferentes lugares, se buscará una propuesta de material a utilizar en el diseño desarrollado complementando con la cotización del costo de llevar a cabo dicho material.

## 2.2 Cronograma o plan de trabajo

En este apartado se mostrará mediante una gráfica de Gantt, el cronograma y orden de las actividades que se realizarán acorde a su tiempo. Las etapas planeadas para el logro de los diferentes objetivos que se desean obtener con el desarrollo del proyecto. Dentro de la gráfica contiene las distintas actividades que se realizarán para el logro de las estrategias para cada uno de los objetivos.

- Las actividades que se consideran: profesionales, técnicas, operativas.
- Recursos necesarios: humanos, materiales, económicos, tecnológicos, tiempos.
  - Computadoras
  - Investigación en fuentes primarias
  - Investigación en fuentes secundarias
  - Programas de diseño (Ilustrador)
  - Paquetería Office
- Fechas previstas: reuniones de los equipos y/o asesorías con el profesor, o bien con otras personas, durante el desarrollo del Proyecto].

## Gráfica de Gantt

Imagen #1

Cronograma de actividades		SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4	SEMANA 5	SEMANA 6	SEMANA 7	SEMANA 8
Entregables	Responsables	24-28 MAYO	31-4 JUNIO	7-11 JUNIO	14-18 JUNIO	21-25 JUNIO	28-02 JULIO	05-09 JULIO	12-16 JULIO
OBJETIVO 1: PRECIOS									
Análisis de precios	Todos								
Análisis de costo de envíos	Todos								
OBJETIVO 2: PUNTOS DE VENTA									
Análisis de puntos de venta	Todos								
Análisis de requerimientos de punto de venta	Todos								
OBJETIVO 3: MATERIAL POP									
Diseño material POP	Todos								
Cotizaciones material POP	Todos								

Fuente: Elaboración propia

### 2.3 Productos y entregables

A continuación se presentan los productos entregables que se realizarán a lo largo del transcurso del PAP, estos con el fin de alcanzar los objetivos previamente mencionados.

- ✓ Análisis y propuesta de precios
- ✓ Análisis de costo de envíos
- ✓ Análisis de requerimientos de puntos de venta
- ✓ Diseño de material POP
- ✓ Cotización de material POP
- ✓ Presentación final con los resultados de los estudios realizados y la descripción de los objetivos cubiertos.

### 3. Desarrollo

#### 3.1 Sustento teórico

**Benchmarking:** Consiste en un estudio profundizado sobre tus competidores para entender las estrategias y mejores prácticas utilizadas por ellos. Siendo así, este análisis permite que tu empresa reproduzca o adapte algunas de las acciones para atraer al público. (SalesForce,2022)

#### Tipos de Benchmarking

- El Benchmarking competitivo está enfocado en las técnicas de los competidores directos de tu empresa. Se utilizan datos oficiales divulgados como crecimiento de la empresa para entender cómo está tu empresa en comparación a otros negocios del mismo segmento.
- El Benchmarking funcional permite hacer estudios de empresas que no son de tu segmento, el objetivo de esto es analizar negocios de otros mercados para obtener ideas para favorecer tu negocio.
- El Benchmarking internacional permite prever posibles tendencias en empresas internacionales y con esto tener ventaja sobre tus competidores nacionales.
- El Benchmarking genérico consiste en analizar procesos específicos de una empresa para optimizar tus propios procesos.
- El Benchmarking interno permite analizar y comparar áreas de tu empresa para analizar la productividad y los resultados alcanzados.

**Manual de identidad corporativa:** Documento que define y recopila todos los posibles usos de una marca tanto a nivel visual como verbal. Aquellos elementos de expresión y reconocimiento de la compañía. Su objetivo es definir la correcta aplicación de los componentes que integran una marca en todo tipo de soportes. (Llasera, J. P., 2021).

Toda empresa debe contar con un manual de identidad corporativa por tres razones: Les ahorra tiempo y por tanto, recursos, Logran consistencia en sus comunicaciones y al ser consistentes mejora la imagen de cara al cliente

Elementos que contiene un manual de identidad corporativa:

- I. Logo: En este apartado, se indican todas las variantes de logotipo posibles, así como su adecuada utilización. Un logotipo bien diseñado puede adaptarse y aplicarse en cualquier plataforma sin perder su significado.
- II. Paleta de colores: Deben ser agregados con sus respectivas indicaciones de uso. Estos colores deben estar basados en un trabajo de tinta plana o tonos pastel, aunque también son válidas las tonalidades alternativas, siempre y cuando estas no afecten el mensaje de la identidad corporativa.
- III. Tipografías: Son los tipos de letra empleados en los contenidos corporativos de distintos formatos y aplicados en diferentes soportes. El estilo debe ser seleccionado de acuerdo a la imagen corporativa que se busca transmitir.

**E-commerce:** El e-commerce o comercio electrónico consiste en la compra y venta de productos a través de internet.

Existen diversos tipos de E-commerce:

- B2C (Business to Consumer): ecommerce dirigidos directamente al consumidor final por ejemplo una tienda de ropa.
- B2B (Business to Business): ecommerce donde los clientes son otras empresas, por ejemplo, tiendas de materiales de oficina.
- C2C (Consumer to Consumer): Se trata de consumidores que venden directamente a otros consumidores, usualmente se venden productos de segunda mano.

**Punto de venta:** Un punto de venta, es el lugar físico como lo son las tiendas o virtual como lo son las E-commerce en el que una empresa vende o anuncia sus productos o servicios para obtener un posible consumidor.

Un ejemplo es la marca de ropa Zara, la cual tiene varias tiendas a lo largo de la República y a la vez cuenta con su página web donde sus clientes pueden adquirir sus productos desde su navegador.

**Tienda delicatessen:** Las tiendas delicatessen son espacios donde podemos abastecernos de productos deliciosos, de alta gama, raros de encontrar debido a su originalidad, producidos en ediciones limitadas o de manera artesanal y siempre de gran calidad. (Mundisa, 2018).

**Material POP:** Es la publicidad impresa o digital colocada cerca a los productos anunciados procurando que el cliente interactúe con el producto. Estas publicidades se centran en la experiencia de los clientes en la tienda para llamar la atención sobre determinadas marcas, productos u ofertas especiales. (CityTroops, 2022)

## Tipos de materiales POP

- Gráficos: Incluyen posters, anuncios en anaqueles, floor minders, publicidad en carritos, *stoppers*, entre otros.
- Exhibidores: exhibidores de diversos materiales, islas, animaciones de góndola, cabeceras, entre otros.
- Digitales: pantallas en punto de venta, *touch-screens* y otros dispositivos digitales como *tablets*.

(Storecheck, 2022)

Algunos de los materiales pop más utilizados son los siguientes:

- Banners
- Islas
- Floor Prints
- Cenefas
- Stoppers
- Publicidad en carritos

(Storecheck, 2022)

**Estrategía de precio:** Los precios, debido a su naturaleza, pueden variar desde un mínimo hasta un máximo. Esto depende del punto en el que se encuentren en la cadena de distribución. Aparte, los precios pueden cambiar de acuerdo con la fase del ciclo de vida del producto.

Los 4 factores para determinar el precio de un producto son los siguientes:

1. El ciclo de vida del producto: Es el proceso desde su introducción hasta su salida del mercado existen dos factores que afectan el ciclo; la demanda y la duración.
2. La determinación de precios de salida muy altos o muy bajos: Los precios deben alinearse a las políticas y los objetivos financieros de tu empresa sin dejar aun lado los precios que tiene la competencia.
3. El análisis previo de tu empresa: Conocer el estado de tu posición ante la competencia así como el porcentaje de mercado que ocupa tu marca, de esta manera se puede planificar respecto a la imagen de la marca, la utilidad del servicio, la calidad y las características de tu oferta con respecto a la de tu competencia.
4. El análisis de tus competidores: Esto te permitirá entender la percepción que el público tiene de las empresas en tu giro y saber qué es lo que el consumidor está buscando.

Existen varios tipos de estrategia de precios:

- Estrategia de precios en relación con la competencia
- Estrategia de discriminación de precios
- Estrategia diferencial
- Estrategia de precios psicológicos
- Estrategia de coste incrementado
- Estrategia de precios por hora

**Logística:** Es la parte del proceso de la cadena de abastecimiento que planea, implementa y controla eficiente y efectivamente el flujo y almacenamiento de bienes, servicios e información desde el punto de origen hasta el punto de consumo, para satisfacer las necesidades del cliente. (Council of Logistics Management).

Logística puede ser llevar las cosas donde se necesita que estén, pero no es lo mismo que transporte ya que esta es mucho más amplia. ¿Cuál es la meta de la logística? Bowersox y Closs describen seis objetivos operacionales de un sistema logístico:

1. Respuesta rápida: Una compañía necesita tener la capacidad para reaccionar rápidamente a los cambios y los avances. La capacidad de proveer al cliente con lo que se necesita es la clave para asegurar futuras compras.
2. Desviaciones mínimas: El desempeño debe ser consistente, por ejemplo los tiempos de entrega.
3. Inventario mínimo: El inventario es muy caro y debe mantenerse en un mínimo.
4. Consolidación de movimientos: El costo de transporte puede reducirse si se consolidan los pequeños envíos en uno grande y con menos frecuencia.
5. Calidad: No solo los productos deben ser de la más alta calidad, los servicios de logística también deben cumplir los estándares de calidad.



**Logística de envíos:** El proceso de entrega de pedidos tiene que ver con todos los esfuerzos logísticos realizados por la empresa una vez que el cliente hace la compra del producto y solicita que este le sea enviado al domicilio o a un punto de recogida. Por lo tanto, este proceso involucra las operaciones logísticas de despacho de mercancías, transporte de mercancías, planificación de rutas y otras necesarias para garantizar que el producto llegue a su destino final, cumpliendo así con una entrega a tiempo y en las condiciones prometidas al cliente. (Dispatchtrack,2022)

Las etapas del ciclo de pedidos consta de:

1. Recepción del pedido: la empresa recibe información detallada del producto solicitado por el cliente. Se recaban datos importantes como cantidad y características del producto en cuestión.
2. Comprobación del pedido: se verifica que el pedido sea el correcto y se concreta una forma de pago.
3. Preparación del pedido: se procede al embalaje del producto y a la organización de los mismos por lotes de salida.
4. Envío y entrega del pedido: se despacha la mercancía desde el centro logístico y se distribuye a través de rutas previamente planificadas, y se hace la entrega segura en el destino final.
5. Comprobación de la entrega de pedidos: una vez hecha la entrega de mercancía, se deja constancia de esta a través de un documento, firma, foto u otras opciones.

(Dispatchtrack,2022)

Gastar en logística depende primordialmente de tres factores: Primero, el nivel de actividad económica y de comercio. Entre más compra la gente, más claro es el impacto de la necesidad de mover los bienes comprados. El segundo factor es la eficiencia. Entre más eficiente es el sistema logístico, menos costará. Finalmente, consumir menos bienes y más servicios. La revista Fortune cita que el 10% del precio de todos los bienes en Estados Unidos es atribuido a la logística.

Los 7 principales costos logísticos son:

1. Gestión de inventario y almacenamiento
2. Embalajes
3. Transporte
4. Distribución
5. Impuestos
6. Pérdidas
7. Personas

**Servicio de paquetería y mensajería:** Consiste en el porte de paquetes debidamente envueltos y rotulados o con embalaje que permite su traslado y que se presta a terceros. Los paquetes deberán estar envueltos y rotulados o con embalaje que permita su manejo, reparto y entrega desde su origen hasta su destino final. El servicio completo comprende la recolección, traslado, rastreo, reparto, seguimiento y entrega en tiempos predeterminados de paquetes de manera expedita, y se caracteriza por brindar velocidad, seguridad y especialización de los servicios, entre otras cosas. En los servicios nacionales existen cuatro clasificaciones de servicios:

1. Horario determinado del día siguiente (7:45 am, 8:30 am, 11:00 am, etc.).
2. Al día siguiente.
3. Día determinado (2 días, 4 días, etc.).
4. Reexpediciones (una vez por semana o cada quince días, según destino).

A su vez, hay dos servicios internacionales:

1. Exprés (de 1 a 3 días, según país destino).
2. Diferido (de 2 a 6 días, según país destino).

**Marketing:** Marketing es la ciencia y el arte de explorar, crear y entregar valor para satisfacer necesidades de un mercado objetivo con lucro. El Marketing identifica necesidades y deseos no realizados. Define, mide y cuantifica el tamaño del mercado identificado y el lucro potencial. (Renato Mesquita,2022)

La mezcla del marketing son las variables que influyen en las estrategias que debe de tener una empresa.

Consiste en:

- Precio
- Plaza
- Producto
- Promoción.

¿Cuáles son los objetivos del Marketing?

Los objetivos de marketing son:

1. Vender más;
2. Fidelizar clientes;
3. Aumentar la visibilidad de marcas, productos y servicios;
4. Administrar una marca;
5. Construir buenas relaciones con los consumidores y asociados;
6. Educar el mercado;
7. Enganchar a los colaboradores.

(Renato Mesquita,2022)

**Cálculo de costo promedio:** Cuando cuentas con una variedad de productos con diversos costos el cálculo de costo promedio de los productos es una herramienta útil para saber qué porcentaje de una venta diversificada está destinado al costo.

**Utilidad:** La utilidad la obtienes restando el costo de el o los productos que estás vendiendo al precio de los mismos. Dando como resultado la cantidad que estás ganando con la venta.

Existen 2 tipos de utilidad:

- **Utilidad bruta:** La utilidad bruta es el precio que tiene un producto o servicio ya descontando lo que ha costado obtenerlo o fabricarlo. La utilidad bruta tiene que aparecer en el estado de resultados de una empresa y es el reflejo de los ingresos totales menos el costo de los productos vendidos. Esta utilidad no contempla los gastos operativos ni los impuestos u obligaciones, sólo contempla los gastos variables.

- **Utilidad neta:** Se refiere a las ganancias que una empresa obtiene al realizar una venta, descontando los gastos de producción y distribución, así como los impuestos, comisiones, gastos operativos y otros servicios.

En pocas palabras, la función de estos dos indicadores siempre consistirá en determinar qué tan rentable es en la realidad, y en el día a día, un negocio o emprendimiento. Conocer los términos de utilidad bruta y la utilidad neta es de suma importancia ya que juegan un papel muy importante dentro de una empresa o negocio, pues son factores que tienen implicaciones determinantes en la toma de decisiones en cuanto a las inversiones que se hayan hecho o aquellas que se planean realizar, así como sobre el balance de las ventas realizadas, contra las ganancias obtenidas por estas.

**Margen de utilidad:** El margen de utilidad se obtiene dividiendo la utilidad anteriormente mencionada entre el monto de la transacción. Este indicador nos da a conocer cuánto porcentaje estamos ganando respecto a la venta.

**Escenarios de venta:** Se refiere a escenario de venta a la situación en la que el cliente se ve envuelto al momento de hacer la compra, pues dependiendo del monto de la transacción, este mismo puede gozar de diferentes beneficios.

**MOQ (Cantidad mínima de pedido):** La cantidad mínima de pedido o MOQ se refiere al número mínimo de unidades de un producto que un proveedor está dispuesto a vender. Se utiliza a menudo cuando nos dedicamos a la venta por Internet, ya que los proveedores suelen fijar un número mínimo de cantidades a partir del cual aceptan preparar un pedido.

La cantidad mínima de pedido es la única garantía que tienen de cubrir los costos de producción, mano de obra, envío (en el caso de estar incluido) y generar unas ganancias mínimas.

**Las materias que sirvieron como base en el proyecto fueron:**

El **Diseño gráfico** tiene como objetivo crear y transmitir mensajes a través de la imagen. Para lograr dicho objetivo se combinan texto e imágenes que refuerzan y hacen más claro un mensaje. (Anáhuac Mayab, 2022)

Las **Finanzas** es el área de la economía que estudia el funcionamiento de los mercados de dinero y capitales, las instituciones que operan en ellos, las políticas de captación de recursos, el valor del dinero en el tiempo y el coste del capital. (El Economista, 2022)

**Gestión Empresarial:** En esta materia se manejaron todas las bases para el desarrollo de una empresa.

Por ejemplo: Su misión, visión y valores.

## 3.2 Desarrollo de la propuesta de mejora y resultados

### 3.2.1 Puntos de venta




Conforme al plan de trabajo establecido dentro de las primeras dos semanas del proyecto se realizó las actividades de los análisis de los puntos de venta y los requisitos para poder ingresar a sus establecimientos, se decidió optar por 6 opciones de distintas de puntos de ventas que vayan conforme a lo que representa la marca y empresa de Cocoa Art que siendo tiendas delicity market dentro de estas seis opciones se dividió en dos puntos de ventas encargadas para cada uno de los integrantes del proyecto.

Siendo escogidos estos seis puntos de venta:

1. Delicias Beef
2. La cabaña del Angel
3. Goiti
4. La Casita
5. Nuts and Coco
6. Healthy Comfort Food Market

Posteriormente se hizo una investigación con cada una de ellas su formato, los requisitos indispensables para que una empresa como Cocoa Art pueda ingresar en su establecimiento, el medio de contacto y su enlaces para el primer paso.

Imagen #2. Registro de los puntos de venta.

<b>EMPRESAS</b>	<b>FORMATO</b>	<b>REQUISITOS INDISPENSABLES</b>	<b>MEDIO DE CONTACTO</b>	<b>ENLACES PARA EL PRIMER PASO</b>
<p>Delicias Beef</p> 	<p>Supermercado ,Carnicería</p>	<p>Llevar producto al local los días Jueves antes de las 3pm, poder facturar</p>	<p>TEL:3336423808, Calle Nueva Escocia 1494,Providencia 4ta sección</p>	<p>En el local presentar producto</p>
<p>La cabaña del Ángel</p> 	<p>Supermercado ,Carnicería, Restaurante</p>	<p>Llevar prueba para que la dueña lo vea por las mañanas, poder facturar</p>	<p>TEL:3336427732, Av.Aztecas 296,Monraz</p>	<p>En el local presentar producto</p>
<p>Goiti</p>  <p>Siempre un sabor por descubrir</p>	<p>Panaderia y tienda delicatessen</p>	<p>Muestras, negociar con el encargado de abarrotes, Registro de contribuyente y carátula de la cuenta de banco, lista de precios</p>	<p>Tel: 3336427521 Av. México 2850 Col. Terranova</p>	<p>En el local presentar el producto</p>



<p>La Casita</p> 	<p>Mercado Delicatessen</p>	<p>Muestras y negociar con el encargado de nuevos productos</p>	<p>Tel: 33 3640 1192 Av. Terranova 594 Col. Providencia</p>	<p>En el local presentar producto</p>
<p>Nuts and Coco</p> 	<p>Restaurante y mercado healthy</p>	<p>Muestras para el encargado y facturación</p>	<p>Tel: 3338032090 Av. Empresarios 371-D, Puerta de Hierro, 45160 Zapopan, Jal.</p>	<p>En el local presentar producto</p>
<p>Healthy Comfort Food Market</p> 	<p>Tienda Delicatessen</p>	<p>Acordar una cita y llevar prueba a la persona encargada</p>	<p>Tel: 3331274429 Brasilia 2810, Colomos Providencia, 44620 Guadalajara, Jal.</p>	<p>En el local presentar producto</p>

Fuente: Elaboración propia

### 3.2.2 Costos de Cocoa Art

Dentro de esas mismas dos primeras semanas del proyecto se empezaron las actividades de los análisis de los precios de los distintos productos que ofrece Cocoa Art, de acuerdo a sus costos dentro de cada uno de ellos y a través también a un estudio de benchmarking para observar los precios en los que se encuentran los distintos productos en el mercado a través de diferentes marcas y de esta manera obtener un precio final que sea con un margen favorecido para Cocoa Art pero sobre todo competitivo en el mercado.

Primeramente se realizó un análisis de precios dedicado al B2C y posteriormente un análisis de precios B2B para los distintos puntos de venta donde se pueda encontrar los productos de Cocoa Art.

*Imagen #3. Análisis de precios Business to Consumer*

COCOA		COCOA 1KG		NATURAL		CON CACAO		CACAO Y MIEL	
PRECIO	\$ 80.00	PRECIO	\$ 200.00	PRECIO	\$ 110.00	PRECIO	\$ 110.00	PRECIO	\$ 110.00
COSTO	\$ 38.45	COSTO	\$ 110.30	COSTO	\$ 62.64	COSTO	\$ 65.64	COSTO	\$ 69.64
UTILIDAD BRUTA	\$ 41.55	UTILIDAD BRUTA	\$ 89.70	UTILIDAD BRUTA	\$ 47.36	UTILIDAD BRUTA	\$ 44.36	UTILIDAD BRUTA	\$ 40.36
%	51.94%	%	44.85%	%	43.05%	%	40.33%	%	36.69%

*Fuente: Elaboración propia*

*Imagen #4. Análisis de precios Business to Business*

COCOA		COCOA 1KG		NATURAL		CON CACAO		CACAO Y MIEL	
PRECIO	\$ 80.00	PRECIO	\$ 200.00	PRECIO	\$ 110.00	PRECIO	\$ 110.00	PRECIO	\$ 110.00
COSTO	\$ 38.45	COSTO	\$ 110.30	COSTO	\$ 62.64	COSTO	\$ 65.64	COSTO	\$ 69.64
comision 30%	\$ 24.00	comision 30%	\$ 60.00	comision 30%	\$ 33.00	comision 30%	\$ 33.00	comision 30%	\$ 33.00
UTILIDAD BRUTA	\$ 17.55	UTILIDAD BRUTA	\$ 29.70	UTILIDAD BRUTA	\$ 14.36	UTILIDAD BRUTA	\$ 11.36	UTILIDAD BRUTA	\$ 7.36
%	21.94%	%	14.85%	%	13.05%	%	10.33%	%	6.69%

*Fuente: Elaboración propia*

### 3.2.3 Costeo de envíos

A continuación se presentará una investigación y un cuadro comparativo de diferentes empresas de paquetería y el costo de enviar un producto con cada una de ellas.

Se tomó de base la siguiente información para dos diferentes escenarios.

Escenario #1:

Peso del producto: 1 kg

Lugar de origen: Tlajomulco de Zúñiga, Jalisco

Lugar de destino: Tepic Nayarit

Escenario #2:

Peso del producto: 1 kg

Lugar de origen: Tlajomulco de Zúñiga, Jalisco

Lugar de destino: Quintana Roo

Se decidieron ambos escenarios con el fin de conocer el costo de enviar un producto a un estado cerca del lugar de origen, así como un estado lejos del lugar de origen y de esta manera conocer que paquetería maneja el mejor precio.

Nuestra primer acercamiento fue directamente con tres de las más grandes paqueterías en México como lo son:

- FedEx

*Imagen #5. Logotipo de Fedex*



*Fuente: Google Imágenes.*

- Estafeta

*Imagen #6. Logotipo Estafeta.*



*Fuente: Google Imágenes.*

- DHL

*Imagen #7. Logotipo DHL.*



*Fuente: Google Imágenes.*

Posteriormente se contactó a dos personas las cuales manejan guías prepagadas debido a los altos precios de las tres grandes paqueterías además de que esto les afectaría a la empresaria al no tener una tasa fija en cuanto al costo de envío ya que las paqueterías determinan el costo con tres factores: El peso, volumen y distancia. Entonces estos dos contactos que manejan las guías prepagadas manejan una tasa ya fija en cuanto a la distancia dando envíos a toda la república y las únicas variantes serían el peso y el volumen.

1. El primer contacto que se obtuvo fue a través de una persona que cuenta con una empresa que ya había tenido anteriormente trabajó con él. Esta persona se llama Hector Cortés y es el gerente de ventas de una empresa llamada AutoPaquete el cual maneja distintas guías prepagadas de diferentes paqueterías tales como: estafeta, autopack, DHL, etc. Se le hizo contacto a esta persona se le explicó de la empresa de Cocoa Art y del objetivo de hacer envíos a través de toda la Republica Mexicana.

*Imagen #8. Contacto del gerente de ventas de Autopaquete.*



*Fuente: Imagen de contacto*

Posteriormente de haber hecho contacto con el gerente de ventas y explicarle los productos, pesos y dimensiones nos entregó una propuesta y cotización de los servicios. La primera siendo un servicio terrestre o normal (2-5 días hábiles) y un servicio de entrega express.

*Imagen #9. Propuesta de servicios terrestre Autopaquete.*

**PROPUESTA DE SERVICIOS**

Por medio de la presente **AUTOPAQUETE** ofrece sus servicios de paquetería al Sr **RICARDO** con el siguiente anexo de precios:

**CARACTERÍSTICAS DE LOS SERVICIOS**

- Servicio de recolección y entrega de documentos y paquetes.
- Peso máximo: 68 kg por paquete
- El excedente al peso especificado en la guía se tomará como sobrepeso.
- Para determinar el peso del envío, se tomará el que resulte mayor entre el peso físico y el peso volumétrico, siendo la fórmula del peso volumétrico la siguiente:  $\frac{\text{Largo} \times \text{Ancho} \times \text{Alto}}{5000}$  cm

5000

<b>KILOGRAMOS</b>	<b>SERVICIO</b>	<b>PRECIO</b>
De 0 a 1 kg	ESTAFETA TERRESTRE	\$ 105.00
De 2 a 5 kg	ESTAFETA TERRESTRE	\$ 130.00
De 6 a 10 kg	ESTAFETA TERRESTRE	\$ 150.00
<b>KG ADICIONAL</b>		<b>PRECIO</b>
ESTAFETA TERRESTRE		\$ 15.00

<b>KILOGRAMOS</b>	<b>SERVICIO</b>	<b>PRECIO</b>
De 0 a 5 kg	RED PACK ECO EXPRESS	\$ 110.00
De 6 a 10 kg	RED PACK ECO EXPRESS	\$ 130.00
<b>KG ADICIONAL</b>		<b>PRECIO</b>
RED PACK ECO EXPRESS		\$ 15.00

<b>KILOGRAMOS</b>	<b>SERVICIO</b>	<b>PRECIO</b>
De 0 a 10 kg	FEDEX TERRESTRE	\$ 125.00
<b>KG ADICIONAL</b>		<b>PRECIO</b>
FEDEX TERRESTRE		\$ 15.00
<b>ZONIFICACION</b>		<b>\$ 70.00</b>

- Estos precios no incluyen IVA.

*Fuente: Autopaquete.*

*Imagen #10. Propuesta de servicios express Autopaquete.*

**PROPUESTA DE SERVICIOS**

Por medio de la presente **AUTOPAQUETE** ofrece sus servicios de paquetería al Sr **RICARDO** con el siguiente anexo de precios:

**CARACTERÍSTICAS DE LOS SERVICIOS**

- Servicio de recolección y entrega de documentos y paquetes.
- Peso máximo: 68 kg por paquete
- El excedente al peso especificado en la guía se tomará como sobrepeso.
- Para determinar el peso del envío, se tomará el que resulte mayor entre el peso físico y el peso volumétrico, siendo la fórmula del peso volumétrico la siguiente:  $\frac{\text{Largo} \times \text{Ancho} \times \text{Alto}}{5000}$  cm

KILOGRAMOS	SERVICIO	PRECIO
De 1 kg	ESTAFETA DIA SIGUIENTE	\$ 140.00
De 2 a 3 kg	ESTAFETA DIA SIGUIENTE	\$ 216.00
De 4 a 5 kg	ESTAFETA DIA SIGUIENTE	\$ 292.00
<b>KG ADICIONAL</b>		<b>PRECIO</b>
ESTAFETA DIA SIGUIENTE		\$ 40.00

KILOGRAMOS	SERVICIO	PRECIO
De 1 kg	PAQUETE EXPRESS	\$ 130.00
De 2 a 3 kg	PAQUETE EXPRESS	\$ 140.00
De 4 a 5 kg	PAQUETE EXPRESS	\$ 150.00
<b>KG ADICIONAL</b>		<b>PRECIO</b>
PAQUETE EXPRESS		\$ 15.00

KILOGRAMOS	SERVICIO	PRECIO
De 1 kg	FEDEX DIA SIGUIENTE	\$ 170.00
De 2 a 3 kg	FEDEX DIA SIGUIENTE	\$ 220.00
De 4 a 5 kg	FEDEX DIA SIGUIENTE	\$ 255.00
<b>KG ADICIONAL</b>		<b>PRECIO</b>
FEDEX DIA SIGUIENTE		\$ 40.00

- Estos precios no incluyen IVA.

*Fuente: Autopaquete.*

2. El segundo contacto que se obtuvo fue un conocido de uno de los integrantes del equipo al cual se le explicó de la empresa Cocoa Art y los productos que se manejan y que se planea manejar envíos a toda la republica.

El contacto únicamente manejaba guías prepagadas por parte de la empresa de Estafeta contando con la opción de terrestre o express. A continuación presentamos la cotización de sus costos de envío en toda la República.

*Imagen #11. Cotización de envíos.*



<b>estafeta</b>			
<b>terrestre</b>		<b>express</b>	
0 a 2 kg	\$165.00	1 kg	\$168.00
3 a 5 kg	\$175.00	2 kg	\$209.00
6 a 7 kg	\$229.00	3 a 5 kg	\$257.00
8 a 10 kg	\$254.00	6 a 10 kg	\$328.00
11 a 15 kg	\$279.00	11 a 15 kg	\$363.00
16 a 20 kg	\$292.00	16 a 20 kg	\$386.00
21 a 25 kg	\$307.00	21 a 25 kg	\$407.00
26 a 30 kg	\$325.00	26 a 30 kg	\$434.00
31 a 35 kg	\$344.00	31 a 35 kg	\$457.00
36 a 40 kg	\$359.00	36 a 40 kg	\$472.00
41 a 50 kg	\$388.00	41 a 50 kg	\$490.00
51 a 60 kg	\$407.00	51 a 60 kg	\$548.00

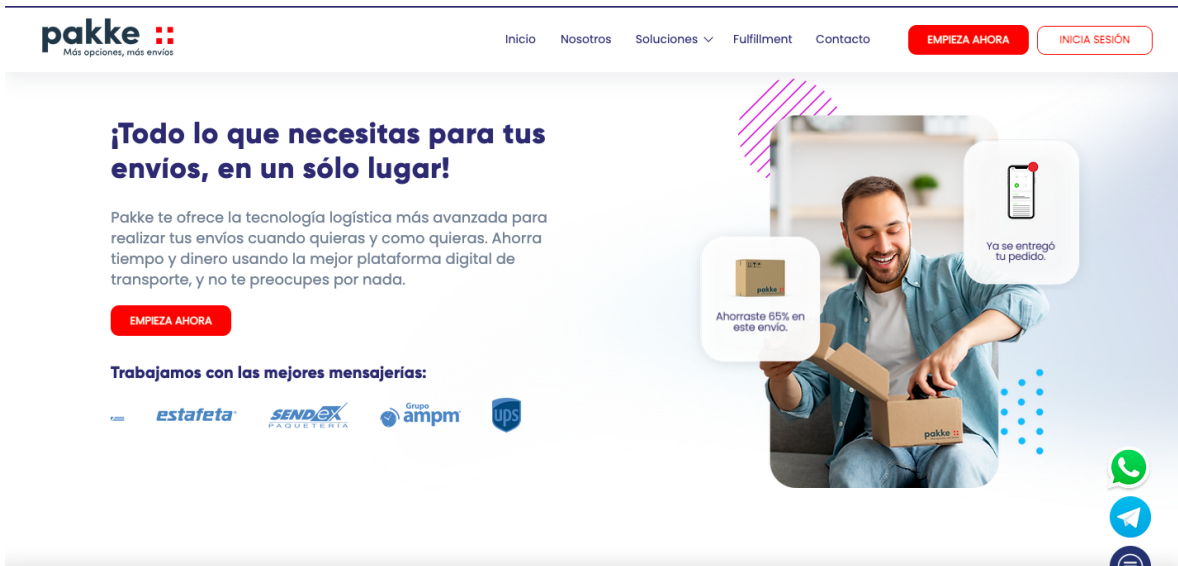
El tercer proveedor de servicios de paquetería fue a través de una persona conocida del equipo que cuenta con una empresa de productos saludables elaborados a base de flor de Jamaica y chia. Y ellos cuentan con envíos a todo México entonces se contactó a la persona para investigar sobre la manera en que manejan sus envíos y los costos para los clientes. Dándonos a conocer el tercer



proveedor llamado Pakke que se trata de una plataforma digital que ofrece los servicios de distintas paqueterías ofreciendo una tecnología de logística avanzada para realizar pedidos cuando quieras y como quieras.

Pakke trabaja con paqueterías como: Redpack, FedEx, Estafeta, DHL, etc.

Imagen #12. Página web Pakke.



Fuente: Pakke

Pakke cuenta con precios muy bajos lo único es que no cuenta con una tasa fija para envíos en toda la República como los dos anteriores proveedores, sino que al igual que con las primeras tres paqueterías que se contactó una de las variables de la cual dependerá su costo será la distancia. Para poder obtener un promedio de los costos se tomaron distintos escenarios con los productos, sus pesos y dos distancias una sería la más cercana posible y otro siendo el más lejano posible para de esta manera obtener un costo aproximado de los envíos a través de Pakke.

### Imagen #13. Ejemplo cotización de envío Pakke.

#### Guías

**Origen**

Dirección de origen (opcional)

Selecciona una dirección guardada

Código postal del origen

45640

Habilitar envío internacional

**Destino**

Dirección de destino (opcional)

Selecciona una dirección guardada

Código postal del destino

77505

---

**Dimensiones**

Paquete frecuente (opcional)

Seleccionar un paquete

10 x 10 x 20 cm Peso (kg) 2

Quiero asegurar mi envío

---

**Servicios**

Tengo cupón

**estafeta** Terrestre Consumo ¡Precio preferencial al completar el perfil! 893.17

2-5 días hab. **\$105.11**

**REDPACK** Servicio económico entrega a 96 hrs. ¡Precio preferencial! \$110.05

1 - 4 días hab. **\$123.80**

Fuente: Pakke.

Después de haber realizado una vasta investigación de distintos proveedores o posibilidades para realizar envíos en México se realizó una tabla con cada uno de ellos y los distintos costos que habría a través de los distintos escenarios que realizamos para de esta manera lograr hacer un análisis de cuál podría ser la mejor opción para la empresaria de Cocoa Art.

### Imagen #14. Costeo de envíos

Paquetería	Peso	Medidas	Origen	Destino	Precio día siguiente	Precio 3- 5 días hábiles
feDEX	1kg	30x15x15	Tlajomulco de zúñiga, Jalisco	Tepic, Nayarit	\$ 380.00	\$ 249.34
feDEX	1kg	30x15x15	Tlajomulco de zúñiga, Jalisco	Quintana Roo		\$ 339.73
ESTAFETA	1kg	30x15x15	Tlajomulco de zúñiga, Jalisco	Tepic, Nayarit	\$ 299.00	\$ 270.96
ESTAFETA	1kg	30x15x15	Tlajomulco de zúñiga, Jalisco	Quintana Roo		\$ 512.96
DHL	1kg	30x15x15	Tlajomulco de zúñiga, Jalisco	Tepic, Nayarit	\$ 404.94	\$ 323.72
DHL	1kg	30x15x15	Tlajomulco de zúñiga, Jalisco	Quintana Roo		\$ 731.00
<b>Autopaquete</b>						
<b>Crema de cacahuete</b>						
Estafeta	2 kg 2 (piezas)	10x10x20			\$ 250.56	\$ 149.50
	6.24 kg (12 piezas)	60x20x10			\$ 356.12	\$ 172.50
Red Pack Eco Express	2 kg 2 (piezas)	10x10x20			\$ 114.00	\$ 126.50
	6.24 kg (12 piezas)	60x20x10			\$ 208.80	\$ 149.50
<b>Cocoa en polvo</b>						
Estafeta	2 kg	20x15x03			\$ 250.56	\$ 149.50
	5 kg	40x30x18			\$ 338.72	\$ 172.50
Red Pack Eco Express	2 kg	20x15x03			\$ 162.40	\$ 126.50
	5 kg	40x30x18			\$ 174.00	\$ 149.50
<b>Contacto 2</b>						
<b>Crema de cacahuete</b>						
Estafeta	2 kg	10x10x20			\$ 209.00	\$ 165.00
	6.24 kg	60x20x10			\$ 328.00	\$ 229.00
<b>Cocoa en polvo</b>						
Estafeta	2 kg	20x15x03			\$ 209.00	\$ 165.00
	5 kg	40x30x18			\$ 257.00	\$ 175.00

Fuente: Elaboración propia

### Imagen #15 Costeo de envíos

Pakke							
Crema de cacahuete							
1 pieza	2 kg	10x10x20	Tlajomulco de zúñiga, Jalisco	Tepic, Nayarit	\$	70.00	
1 pieza	2 kg	10x10x20	Tlajomulco de zúñiga, Jalisco	Quintana Roo	\$	144.00	\$ 105.00
12 piezas	6.24 kg	60x20x10	Tlajomulco de zúñiga, Jalisco	Tepic, Nayarit	\$	115.00	
12 piezas	6.24 kg	60x20x10	Tlajomulco de zúñiga, Jalisco	Quintana Roo	\$	325.00	\$ 134.00
Cocoa en polvo							
1 pieza	2 kg	20x15x03	Tlajomulco de zúñiga, Jalisco	Tepic, Nayarit	\$	70.00	
1 pieza	2 kg	20x15x03	Tlajomulco de zúñiga, Jalisco	Quintana Roo	\$	181.00	\$ 105.00
24 piezas	5kg	40x30x18	Tlajomulco de zúñiga, Jalisco	Tepic, Nayarit	\$	115.00	
24 piezas	5kg	40x30x18	Tlajomulco de zúñiga, Jalisco	Quintana Roo	\$	289.00	\$ 123.00

Fuente: Elaboración propia

### 3.2.4 Costeo Mercado libre y Amazon

Este Excel consiste en una investigación realizada para conocer la viabilidad de vender los productos de Cocoa Art en Amazon y en Mercado libre, ya que vender en estas plataformas genera posicionamiento, sin embargo en este momento y dado el costo de vender en ambas esto no es viable para la empresa.

### Imagen #16 Costeo de Mercado libre y amazon

EMPRESA	TARIFA MENSUAL	TARIFA POR REFERENCIA	LOGÍSTICA	ALMACENAMIENTO
AMAZON		8.0 % para productos con un precio no superior a MXN 300 \$600	\$65.58 500 gr a 1kg	De enero a septiembre \$.31 De octubre a diciembre \$0.44
Mercado Libre				
Peso*	Tarifa de envío para	<b>Productos nuevos de \$ 299 o más 40% OFF</b>	20% OFF	Productos nuevos de menos de \$ 299 (Costo por ofrecer el envío gratis)
0.5 a 1 Kg	\$125		\$75	\$100
COMISIÓN POR VENDER				
Categoría	Clásica	Premium	crema	
Crema de Cacahuete	11 %	15.5 %		
Categoría	Clásica	Premium	cocoa	
Otros	12 %	16.5 %		

Fuente: Elaboración propia

### 3.2.4 Propuesta de estrategia de precios

Para la estrategia de precios se propusieron diversos escenarios en los que se propusieron diferentes paquetes para tener a la venta dentro de la página web, tales como:

- Paquete donde el cliente pide producto con un peso equivalente a 1kg ya sea de cocoa o cualquier variedad de crema de cacahuate y este mismo absorbe el 50% del costo del envío.

*Imagen #17. Paquete 1.*

COCOA 1KG		NATURAL		CON CACAO		CACAO Y MIEL	
PRECIO	\$ 200.00	PRECIO	\$ 220.00	PRECIO	\$ 220.00	PRECIO	\$ 220.00
COSTO	\$ 110.30	COSTO	\$ 125.28	COSTO	\$ 131.28	COSTO	\$ 139.28
Envío contacto 1	60.9	Envío contacto 1	60.9	Envío contacto 1	60.9	Envío contacto 1	60.9
UTILIDAD BRUTA	\$ 28.80	UTILIDAD BRUTA	\$ 33.82	UTILIDAD BRUTA	\$ 27.82	UTILIDAD BRUTA	\$ 19.82
%	14.40%	%	15.37%	%	12.65%	%	9.01%

*Fuente: Elaboración propia*

- Paquete donde el cliente pide 12 cremas de cacahuate absorbiendo el 50% del costo del envío.

*Imagen #18. Paquete 2.*

NATURAL		CON CACAO		CACAO Y MIEL	
PRECIO	\$ 1,320.00	PRECIO	\$ 1,320.00	PRECIO	\$ 1,320.00
COSTO	\$ 751.68	COSTO	\$ 787.68	COSTO	\$ 835.68
Envío contacto 1	\$ 74.75	Envío contacto 1	\$ 74.75	Envío contacto 1	\$ 74.75
UTILIDAD BRUTA	\$ 493.57	UTILIDAD BRUTA	\$ 457.57	UTILIDAD BRUTA	\$ 409.57
Margen de utilidad	37.39%	Margen de utilidad	34.66%	Margen de utilidad	31.0%

*Fuente: Elaboración propia*

- Paquete donde el cliente adquiere 3 cremas en cualquiera de sus presentaciones en donde el cliente absorbe el 50% del costo del envío. (Para este paquete se toma en cuenta la utilidad promedio de las cremas de cacahuate).

*Imagen #19. Paquete 3.*

UTILIDAD 3 CREMAS	\$	132.08
Envío contacto 1		60.9
Utilidad d/envío	\$	71.18

*Fuente: Elaboración propia*

- Paquete donde el cliente pide 5 bolsas de cocoa en su presentación de un kilogramo y el cliente absorbe el 50% del costo del envío.

*Imagen #20. Paquete 4.*

COCOA 1KG	
PRECIO	\$ 1,000.00
COSTO	\$ 551.50
Envío contacto	\$ 74.75
UTILIDAD	\$ 373.75

*Fuente: Elaboración propia*

- Paquete en el cual el cliente ordena 2 cremas de cacahuate en cualquiera de sus presentaciones y una bolsa de 200 gramos de cocoa y absorbe el 50% del costo del envío. (Para este paquete se toma en cuenta la utilidad promedio de las cremas de cacahuate).

*Imagen #21. Paquete 5.*

UTILIDAD 2 CREMAS Y COCOA 200 GRAMOS	\$	129.60
(SE USA UTILIDAD PROMEDIO DE CREMAS)		
	Envío contacto 1	\$60.90
	Utilidad d/envío	\$ 68.70

*Fuente: Elaboración propia*

- Paquete donde el cliente adquiere 3 cremas de cacahuate en cualquiera de sus presentaciones y una bolsa de 200 gramos de cocoa y absorbe el 50% del costo del envío. (Para este paquete se toma en cuenta la utilidad promedio de las cremas de cacahuate).

Imagen #22. Paquete 6.

UTILIDAD 3 CREMAS Y 200 GRAMOS	\$	173.63	
		Envío contacto 1	\$60.90
		Utilidad d/envío	\$ 112.73

Fuente: Elaboración propia

Pero al estar desarrollando estos diferentes paquetes nos percatamos de que estábamos limitando demasiado al cliente en cuanto a la cantidad de producto que debía comprar, si una de las libertades que debe de tener el cliente es esa misma, poder adquirir la cantidad de producto que él quiera sin ningún tipo de limitante, es por eso que se desarrolló la estrategia de precios final, la cual consiste en sacar un costo promedio de la gama de productos que se venderán en la página web para poder proponer los siguientes escenarios:

- Escenario donde el cliente gasta 300 pesos o menos y absorbe el costo del envío en su totalidad.

Imagen #23. Escenario 1.

PRECIO	\$	300.00
COSTO	\$	169.88
UTILIDAD	\$	130.12
		43.37%

Fuente: Elaboración propia

- Escenario donde el cliente gasta de 301 pesos a 700 pesos, en el cual el costo del envío se divide 50/50 entre el cliente y Cocoa Art y se envía por medio de AutoPaquete.

Imagen #24. Escenario 2 AutoPaquete.

PRECIO	\$	400.00	\$	500.00	\$	600.00	\$	700.00
COSTO	\$	226.51	\$	283.14	\$	339.77	\$	396.40
ENVÍO	\$	74.75	\$	74.75	\$	74.75	\$	74.75
UTILIDAD	\$	98.74	\$	142.11	\$	185.48	\$	228.85
		24.7%		28.4%		30.9%		32.7%

Fuente: Elaboración propia

- Escenario donde el cliente gasta de 301 pesos a 700 pesos, en el cual el costo del envío se divide 50/50 entre el cliente y Cocoa Art y se envía por medio de Pakke a una distancia cercana (Tepic).

*Imagen #25. Escenario 2 Pakke Tepic.*

PRECIO	\$ 400.00		\$ 500.00		\$ 600.00		\$ 700.00
COSTO	\$ 226.51		\$ 283.14		\$ 339.77		\$ 396.40
ENVÍO	\$ 57.50		\$ 57.50		\$ 57.50		\$ 57.50
UTILIDAD	\$ 115.99		\$ 159.36		\$ 202.73		\$ 246.10
	29.0%		31.9%		33.8%		35.2%

*Fuente: Elaboración propia*

- Escenario donde el cliente gasta de 301 pesos a 700 pesos, en el cual el costo del envío se divide 50/50 entre el cliente y Cocoa Art y se envía por medio de Pakke a una distancia lejana (Quintana Roo).

*Imagen #26. Escenario 2 Pakke Quintana Roo.*

PRECIO	\$ 400.00		\$ 500.00		\$ 600.00		\$ 700.00
COSTO	\$ 226.51		\$ 283.14		\$ 339.77		\$ 396.40
ENVÍO	\$ 61.50		\$ 61.50		\$ 61.50		\$ 61.50
UTILIDAD	\$ 111.99		\$ 155.36		\$ 198.73		\$ 242.10
	28.0%		31.1%		33.1%		34.6%

*Fuente: Elaboración propia*

- Escenario donde el cliente gasta más de 700 pesos, en el cual el costo del envío se absorbe en su totalidad por Cocoa Art y se envía por medio de AutoPaquete.

*Imagen #27. Escenario 3 Autopaquete.*

PRECIO	\$ 750.00		\$ 850.00		\$ 950.00		\$ 1,000.00
COSTO	\$ 424.71		\$ 481.34		\$ 537.97		\$ 566.28
ENVÍO	\$ 150.00		\$ 150.00		\$ 150.00		\$ 150.00
UTILIDAD	\$ 175.29		\$ 218.66		\$ 262.03		\$ 283.72
	23.4%		25.7%		27.6%		28.4%

*Fuente: Elaboración propia*

- Escenario donde el cliente gasta más de 700 pesos, en el cual el costo del envío se absorbe en su totalidad por Cocoa Art y se envía por medio de Pakke a una distancia cercana (Tepic).

*Imagen #28. Escenario 3 Pakke Tepic.*

PRECIO	\$ 750.00		\$ 850.00		\$ 950.00		\$ 1,000.00
COSTO	\$ 424.71		\$ 481.34		\$ 537.97		\$ 566.28
ENVÍO	\$ 115.00		\$ 115.00		\$ 115.00		\$ 115.00
UTILIDAD	\$ 210.29		\$ 253.66		\$ 297.03		\$ 318.72
	28.0%		29.8%		31.3%		31.9%

*Fuente: Elaboración propia*

- Escenario donde el cliente gasta más de 700 pesos, en el cual el costo del envío se absorbe en su totalidad por Cocoa Art y se envía por medio de Pakke a una distancia lejana (Quintana Roo).

*Imagen #29. Escenario 3 Pakke Quintana Roo.*

PRECIO	\$ 750.00		\$ 850.00		\$ 950.00		\$ 1,000.00
COSTO	\$ 424.71		\$ 481.34		\$ 537.97		\$ 566.28
ENVÍO	\$ 123.00		\$ 123.00		\$ 123.00		\$ 123.00
UTILIDAD	\$ 202.29		\$ 245.66		\$ 289.03		\$ 310.72
	27.0%		28.9%		30.4%		31.1%

*Fuente: Elaboración propia*

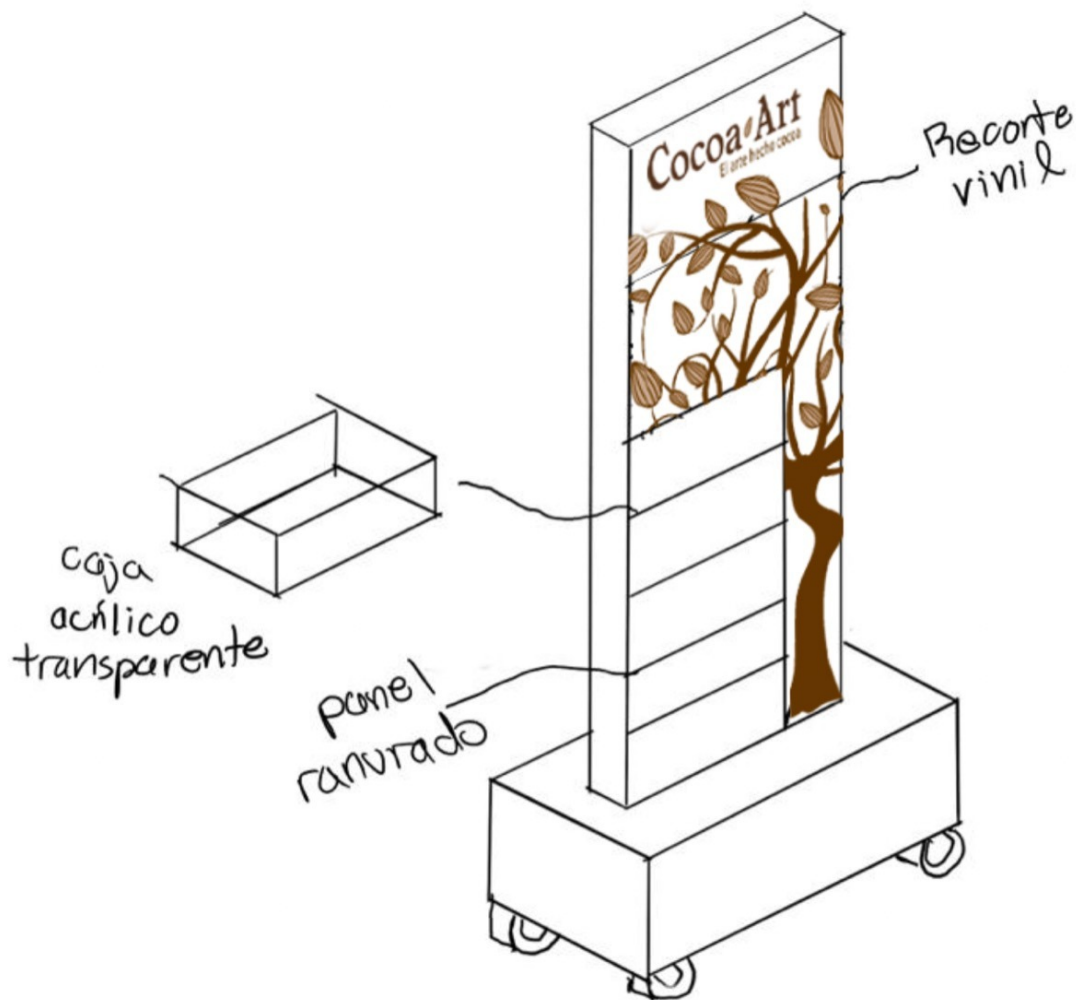


### 3.2.5 Material POP

Parte de nuestra propuesta para este proyecto es el diseño y cotización del material pop.

A continuación se presentan las propuestas del material pop:

*Imagen #30. Diseño Material POP.*



*Fuente: Elaboración propia.*

Imagen #31. Propuesta 1.



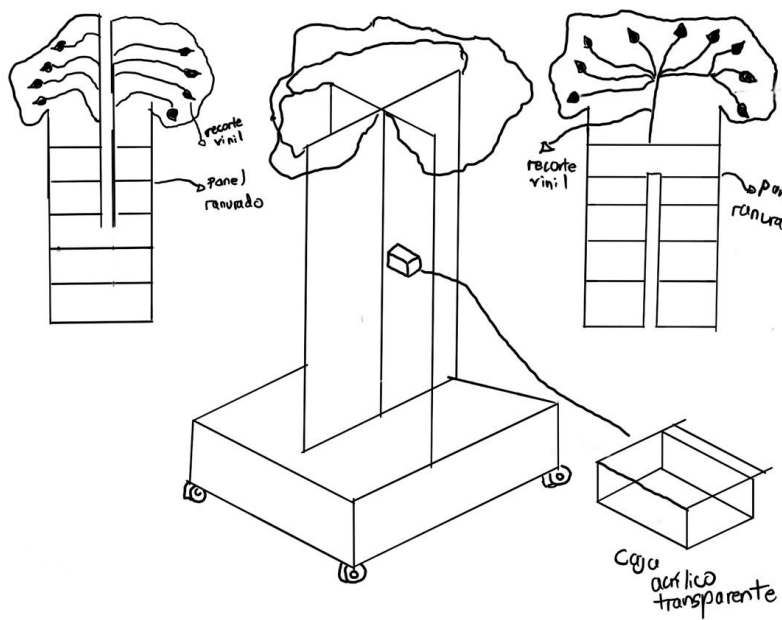
Fuente: Grupo OCA

Imagen #32. Propuesta 2.



Fuente: Grupo OCA

Imagen #33. Diseño de Material POP 2.



Fuente: Elaboración propia.

*Imagen #34. Propuesta 3.*



*Fuente: Grupo OCA*

El material recomendado para realizar cualquier diseño debido a su durabilidad, firmeza y costo son los siguientes:

- MDF 6mm
- Listón de pino 18mm
- Panel ranurado
- Melamina blanca de 12mm
- Impresión de vinil
- Cajas de acrílico de 3mm
- Laminado Plástico blanco

#### 4. Reflexiones del alumno o alumnos sobre sus aprendizajes, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto.

- Aprendizajes profesionales (en equipo)

Consideramos que el realizar este proyecto nos permitió llevar lo teórico visto durante los años que llevamos estudiando Administración de empresas, Administración financiera y Comercio y Negocios globales a la parte práctica. En lo personal creemos que eso es lo más importante, saber aplicar todo lo aprendido en un caso real y colaborar con una empresa que tiene un gran potencial de crecimiento aportando mis conocimientos en el área que me corresponde.

Actualmente el país enfrenta una situación complicada en temas económicos sin embargo esto nos permite crecer como empresas y como personas al tener la capacidad de adaptación y supervivencia, esto nos ha llevado a buscar nuevas alternativas para dar a conocer las empresas, en este caso el marketing digital y el E-commerce es por esto que parte de nuestro proyecto consistió en hacer una estrategia de precios para nuestra empresaria.

- Aprendizajes sociales (personal)

### **Reflexión Karla Rubí Becerra Morales:**

Considero que a lo largo del proyecto se pensaron en múltiples oportunidades de crecimiento, desde la parte creativa como lo fue el diseño y realización del material pop así como la investigación de costeo para realizar propuestas y estrategias de precios.

En este proyecto me demostré a mi misma de que soy capaz, sé que puedo dirigir y tomar decisiones de manera objetiva, me gusta que las cosas se hagan con tiempo y bien hechas y claro buscando la manera de generar un impacto positivo tanto empresarial como social.

Desde la parte de aplicación profesional puede aportar conocimientos aprendidos a los largo de la carrera y estos mismos conocimientos aplicados a la realización de este proyecto me han ayudado a comprender y llevarlo a la práctica en mi trabajo,

Considero que mis aportaciones pueden generar un crecimiento en Cocoa Art por lo que esto generaría más ventas, más empleos y por lo tanto un crecimiento en la economía tanto de la empresa como del país.

## **Reflexión Ricardo Aguilar Rodríguez**

Considero que en este proyecto pude desplegar una iniciativa de transformación de la realidad como es en el caso de la creatividad y la innovación con el diseño del material POP, al momento de darnos cuenta que el anterior diseño no era lo más apto empecé a trabajar la creatividad para innovar ese anterior diseño a uno nuevo. Al igual que un espíritu emprendedor al investigar de diversas fuentes opciones de envíos para que Cocoa cuenta con una calidad de logística buena.

Me siento muy capaz de poder preparar un proyecto y dirigirlo en base a los objetivos tanto principal como los secundarios, y al momento de realizar una vasta investigación de diversas fuentes y confiables lograr tomar decisiones y hacer el seguimiento de cada una de ellas siendo algo importante evaluando si es la más efectiva o es necesario un cambio. Pero sobre todo lo más importante siempre buscar la solución más que ver el problema.

Pude evidenciar varios de los impactos como es en el caso de los proveedores logrando de diversas fuentes e información buscar la manera para poder llevar a cabo una logística de calidad, de buen precio y eficaz. Además de innovación al momento de plasmar las ideas para un nuevo diseño que le serviría a Cocoa como exhibidor para activaciones o puntos de venta. Cada uno de los impactos eran esperados desde el inicio del proyecto porque se planteó la necesidad de una logística para Cocoa para poder realizar envíos en México a través de su página web ya que buscaba trabajar más en un modelo B2C (Business to Consumer) y para ello era necesario algún proveedor de logística y para lograr un mayor conocimiento de su marca es necesario material POP para llamar la atención de los clientes y darnos a conocer.

A través del proyecto pude aportar mis conocimientos aprendidos a través de mi carrera y también de mi experiencia laboral y gracias a esto pude contribuir a la sociedad a través de Cocoa Art y también pude aprender algunas cosas nuevas



que me ayudaran a aplicar dentro de mi emprendimiento que antes desconocía. Y también mis aportaciones lograran un mayor crecimiento a Cocoa Art para poder incrementar sus ventas y por lo tanto llegara la empresaria a necesitar personas que la apoyen generando más empleos y por ello mayor aportación a la economía de nuestro país.

### **Reflexión Emmanuel Almaraz Romero:**

En la elaboración de este proyecto me considero apto para preparar un proyecto y dirigirlo por un buen camino depende de las necesidades que se plantee. Considero que mis servicios profesionales si puede llegar a tener un impacto económico pero claro, a nivel PyMe, pues estamos impulsando la comercialización de esta empresa para que tenga un mayor alcance a nivel local y nacional.

Mi servicio social más que beneficiar a un grupo que no dispone de los recursos, considero que beneficia a la empresaria para poder tener una percepción más clara de cómo puede llegar Cocoa Art a más gente.

- Aprendizajes éticos (personal)

### **Reflexión Karla Rubí Becerra Morales:**

Una de las aportaciones principales fue en la investigación de puntos de venta, ver en que empresas que encajen con la marca se pueden vender los productos de manera estratégica para llegar a clientes potenciales.

Esto ya lo había realizado para la empresa Sterite por lo que no fue problema buscar las empresas donde Cocoa Art encaje perfectamente.

Esta experiencia me dejó un aprendizaje muy grande, estoy aplicando lo realizado en este proyecto en las empresas de mi papá que si bien son completamente distintas los conocimientos base son los mismos para lograr el crecimiento de estas,

Mi plan es ser la sucesora de mi papá en sus negocios, por lo que tomó este proyecto como una experiencia muy grata de crecimiento empresarial y personal aplicando todos los conocimientos obtenidos tanto en la carrera como en el desarrollo de este proyecto.

### **Reflexión Ricardo Aguilar Rodríguez**

La primera decisión que me tocó dar en cuanto este proyecto fue buscar puntos de venta que le puedan servir a la empresaria y al igual que como todos mis compañeros opte por opciones que vayan a corde a la marca y los productos de Cocoa Art siendo productos saludables y de alta gama o calidad (Delicatessen). Y de esta manera estando en establecimientos de este tipo poder hacer uso de los nuevos diseños del material POP para que los pueda poner en el local y poder llamar la atención de la marca a los clientes de este mercado y de esta manera dar a conocer sus productos e incrementar sus ventas ya sea a través de esos puntos de venta pero principalmente a través de su página web.

Otra de las principales decisiones que tomé fue el de trabajar en equipo esto trajo que se lograra realizar un muy buen proyecto aportando en cada una de las entregas ideas y opiniones más para de esta manera lograr un trabajo o proyecto de calidad. Esto me invita a siempre buscar las mejores soluciones para cualquier situación o problema que pueda tener a lo largo de mi carrera, siempre investigar diversas fuentes nunca irse por la primera porque siempre puede haber muchas opciones y muchas buenas pero analizar siempre cada una de las cosas para de esta manera lograr tomar una decisión objetiva.

Todo esto que he aprendido a lo largo del proyecto definitivamente me lo llevaré a este nuevo emprendimiento que ya estoy apunto de lanzar para empezar a trabajar mi página web y poder dar opciones de envío para los clientes y también de tener ya distintos proveedores para mis envíos y lograr una tabla con los

distintos costos que podría llegar a tener y así poderle dar un precio final a mis futuros clientes.

**Reflexión Emmanuel Almaraz Romero:**

Las decisiones éticas que considero que tomé a lo largo de este proyecto fue saber que estaba trabajando en equipo y que hay que estar en la disposición de trabajar en conjunto, pues el otro también está aportando su granito de arena y no sería justo que yo hiciera menos o no participara en el mismo.

La experiencia vivida me llevó a recalcar que en esta vida hay que saber trabajar en equipos multidisciplinarios y poner nuestro grano de arena para que las cosas tomen el rumbo correcto. La experiencia del PAP me sirvió mucho para saber como debo actuar dentro del ámbito laboral de una manera correcta para poder contribuir de manera ética y responsable sea cual sea el proyecto y/o trabajo en el que esté.

- Aprendizajes en lo personal (personal)

**Reflexión Karla Rubí Becerra Morales:**

Este ha sido mi tercer PAP, sin duda para mi esta experiencia de poder colaborar con tres empresas de diferentes giros y diferentes problemas ha sido la mejor parte de mi carrera y la que considero me ha dejado el mayor aprendizaje.

El poder aplicar todo lo aprendido y adaptarlo a cada una de las empresas con las que trabaje hacen que cada peso pagado en la carrera valga la pena, por que considero me ha dado a conocer mis habilidades, a conocer el liderazgo que tengo y la responsabilidad hacia cada tarea o proyecto que tengo que realizar no solo en tiempo si no bien hecho.

En particular hubo una situación que me llamó la atención con este PAP, mi papá días antes de iniciar el verano compró una empresa de fabricación de islas, exhibidores y mobiliario para empresas entonces...

1. Pude aplicar todo lo visto en los PAPs a esta empresa, ya que se cambió el nombre, logo, toda la identidad corporativa, he realizado el mapeo de procesos etc.

2. La empresa Cocoa Art requería de creación de material pop, por lo que pude conocer a profundidad la empresa nueva de mi papá, todo lo que conlleva el diseño de un exhibidor, ver con el cliente que es lo que busca y el cotizarse me ha permitido aprender y conocer más de GRUPO OCA y esto para mi ha sido invaluable tanto en mi aprendizaje como en la práctica,

### **Reflexión Ricardo Aguilar Rodríguez**

Siendo este mi primer PAP la verdad desde la primera clase donde nos explicaban un poco de lo que se llevaría a cabo a lo largo del proyecto a mi me entro algo de miedo de cómo es que llevaría a cabo cada una de las tareas o actividades. Pero conforme fue pasando el proyecto y gracias al equipo que logramos formar me fui dando cuenta que soy capaz de llevar a cabo cualquier tarea que me proponga dedicando tiempo y esfuerzo claro. Algo incluso como hasta un diseño soy capaz de aportar a pesar de no ser a lo que yo pienso creativo.

El PAP me ayudo a poder aplicar cada uno de mis conocimientos, experiencias, aptitudes y habilidades a mi nuevo emprendimiento y también a adaptarse ante diferentes situaciones y complicaciones que pueden ir apareciendo, a reconocer mis habilidades individuales y cooperativas y en algunos casos de liderazgo para poder lograr un buen trabajo en equipo para dar trabajos de calidad a lo largo de mi emprendimiento.

Lo principal que he aprendido a lo largo de este PAP es que uno también no puede siempre solo, es importante trabajar en equipo y aprendiendo uno a adaptarse con tu equipo y aportando cada uno de ellos sus distintos conocimientos o áreas de especialidad se pueden lograr grandes cosas dentro de una empresa. También me ayudó a conocer cada vez más el mundo de la logística aunque no internacional al menos si nacional que podre aplicar para mi empresa y también sobre diseños gráficos y materiales POP a lograr un diseño desde cero e ir plasmando y también adaptando ya que habrá diseños o materiales que no serán posibles acorde a lo que se busca o necesita.

**Reflexión Emmanuel Almaraz Romero:**

Cabe mencionar que este es mi primer PAP, la verdad estaba asustado por la experiencia que estaba a punto de vivir y no tenía ni la más mínima idea de lo que iba a vivir.

El PAP me dio a conocer lo que varias veces me he reconocido a mi mismo pero a veces por situaciones de la vida descuido, que trabajando bien y a tiempo no hay meta u objetivo que se pueda lograr, pues para llegar al éxito primero hay que pasar por un camino, a veces fácil a veces difícil pero siempre hay que tener la mejor actitud y las ganas de superarse día a día.

Este PAP me ayudó demasiado porque al tener un equipo multidisciplinario me logré percatar de muchas cosas, pero la más importante es que hay que trabajar juntos para poder llegar al bien común y que las habilidades de uno complementan las habilidades de otro para poder concluir satisfactoriamente el trabajo. Al momento de tener deberes fuera de mis conocimientos y/o experiencia me dí cuenta también de que se puede aprender fácil mediante el intercambio de conocimiento, pues considero que nadie nació sabiendo y el conocimiento es para compartirse, no para guardarlo.

## 5. Conclusiones y recomendaciones

Este proyecto PAP se llevó a cabo mediante la propuesta de trabajo que se realizó con la empresaria. Esta propuesta estableció la problemática la cual tenía Cocoa Art, sus objetivos juntos con sus puntos requeridos y lo que pretendía alcanzar para la empresa. Primeramente se comenzó con la investigación y búsqueda de distintos puntos de venta acorde a los productos y el mercado meta y de esta manera lograr una mayor presencia de la marca hacia los clientes. Se establecieron seis puntos de ventas de tiendas delicatessen una vez establecidas se comenzó con un acercamiento a los establecimientos para investigar sus requisitos indispensables para ingresar, el medio de contacto y los enlaces para progresar al primer paso.

El siguiente trabajo que se realizó fue la estrategia de precios para los productos de Cocoa Art, se realizó un análisis de los costos que manejaba la empresaria siendo únicamente la maquila de los productos, posteriormente se realizó un análisis a la investigación de benchmarking viendo los precios que se manejaba en el mercado y la competencia para de esta manera lograr implementar un precio competitivo donde también pueda manejar un buen margen la empresa, se establecieron tres diferentes análisis del margen siendo el primero en la venta directa; B2C (Business to Consumer) y el B2B (Business to Business) y por último la venta en línea.

En el trabajo de la venta en línea se realizó una búsqueda de proveedores de paquetería tales como DHL, Estafeta y FedEx pero contaban con altos costos para los envíos y no se aplica ninguna tasa fija para toda la República. A partir de esto se comenzó una investigación de alternativas y se concluyó por la opción de guías prepagadas. Se obtuvieron dos contactos de guías prepagadas siendo el primero un conocido que trabaja con guías de estafeta y el segundo una empresa Autopaquete que maneja guías de varias paqueterías y por último una plataforma digital que maneja también varias paqueterías. Los entregables de esta fase

fueron una tablas de costeo analizando cada uno de los diferentes escenarios tanto como es en la venta directa; B2C y B2B y de la venta en línea junto con sus costos de envíos.

Finalmente se comenzó a trabajar las actividades de diseño del material POP, debido a la poca facilidad de movilidad del diseño anterior se comenzó a trabajar con nuevas propuestas de diseños para la empresa. Para ello se trabajó en asesoría con la maestra Luz, se realizó una investigación en biblioteca de diferentes libros de diseño para crear un contenido mejorado para la empresaria. Se le realizó cinco diferentes propuestas de materiales POP optando al final por dos propuestas para comenzar con su diseño final y del material de los cuales estarían hechos. Una vez terminado el diseño y escogido los materiales se comenzó a trabajar con una cotización para entregarla a la empresaria.

Se recomienda dentro del sector del material POP se haga uso del material con el que ya cuenta para activaciones únicamente hacerle un agregado por los lados de un diseño con el logotipo de la marca siendo el árbol de cacao pegado con un material velcro para que puedan hacer por mucho tiempo uso de ello y que sea de muy fácil movilidad. Se recomienda también hacer uso del nuevo diseño del material POP como exhibidores para los distintos puntos de venta y así llamar la atención al cliente y de la marca al igual que sus productos.

Después de consultarlo con expertos nos recomendaron que debido al tamaño y peso de cada exhibidor es necesario usar materiales de calidad, resistentes y duraderos.

Los materiales que ellos recomiendan son:

- MDF 6mm
- Listón de pino 18mm
- Panel ranurado
- Melamina blanca de 12mm
- Impresión de vinil
- Cajas de acrílico de 3mm

- Laminado Plástico blanco

Importante: No usar vinil en todo el exhibidor, no es duradero y la aplicación es muy delicada.

Se recomienda que Cocoa Art siga apoyándose de la parte de venta directa B2B en tiendas estilo delicatessen que van acorde a la marca de Cocoa Art siendo productos de alta gama, de calidad y nutricional. Para de esta manera lograr una mayor presencia de la marca en el mercado y en conjunto con el material pop (exhibidores) hacer uso de ellas en los distintos puntos de ventas posibles para llamar la atención del cliente final y lograr un acercamiento a la marca y de esta manera poder incrementar sus ventas ya sea dentro de los establecimientos o su venta en línea.

Y por último se recomienda que en la área de la venta en línea a través de su página web trabajen a través de una compra mínima de producto para de esta manera aligerar el costo de envío y mantener un margen saludable para la empresa. Siendo el primer escenario una compra mínima de hasta \$300 pesos donde el consumidor absorba el costo total por el envío de los productos, en el segundo escenario con una compra mínima de \$301 a \$700 pesos donde se absorbería un 50/50, 50 el consumidor y el otro 50 por parte de la empresa y por último escenario donde la compra mínima sea a partir de \$701 pesos donde la empresaria absorberá el costo total de envío (envío gratis) para también de esta manera impulsar al consumidor o el cliente final a realizar compras mayores y así lograr incrementar sus ventas y sus ganancias.



## Bibliografía

N/A. (N/A). La obesidad en México. 09/06/2022, de Gobierno de México  
Sitio web:

<https://www.gob.mx/issste/articulos/la-obesidad-en-mexico#:~:text=En%20M%C3%A9xico%2C%20el%2070%25%20de,y%20algunos%20tipos%20de%20c%C3%A1ncer.>

N/A. (N/A). Beneficios del cacao . 09/06/2022, de Cacao México Sitio web:  
[https://cacaomexico.org/?page\\_id=229](https://cacaomexico.org/?page_id=229)

ROBERTO CABEZAS. (2022). Crema de cacahuete: beneficios, propiedades y recetas. 09/06/2022, de Men's Health Sitio web:  
<https://www.menshealth.com/es/nutricion-dietetica/a28910661/crema-cacahuete-beneficios-mercadona-prozis-casera/>

N/A. (N/A). Benchmarking: ¿Qué es y cómo aplicarlo?. 24/06/2022, de Sales force Sitio web:  
<https://www.salesforce.com/mx/blog/2021/08/que-es-benchmarking-y-como-aplicarlo.html>

N/A. (2021). ¿Qué es y para qué sirve un diagrama de Gantt?. 24/06/2022, de TEAMLEADER Sitio web:  
<https://www.teamleader.es/blog/diagrama-de-gantt>

N/A. (N/A). ¿Cuál es el poder del Material POP?. 24/06/2022, de CITYTROOPS Sitio web:  
<https://blog.citytroops.com/es/ventajas-desventajas-material-pop/>

N/A. (N/A). Estudia Diseño Gráfico ¿de qué se trata la carrera y su campo laboral?. 24/06/2022, de ANAHUA MAYAB Sitio web:  
<https://merida.anahuac.mx/licenciaturas/blog/estudia-diseno-grafico-de-que-se-trata-la-carrera-y-cual-es-su-campo-laboral>

N/A. (N/A). Finanzas. 24/06/2022, de El Economista Sitio web:  
<https://www.eleconomista.es/diccionario-de-economia/finanzas>

N/A. (N/A). Cacao y cocoa. 24/06/2022, de Diferenciador Sitio web:  
<https://www.diferenciador.com/cacao-y-cocoa/>

N/A. (N/A). 5 formas alucinantes de usar la mantequilla de cacahuete.  
24/06/2022, de TUNKIS Sitio web:  
<https://www.tuinkis.com/5-formas-alucinantes-de-usar-la-mantequilla-de-cacahuete/>

Laia Cardona. (2021). ¿Qué es un ecommerce? Tipos, cómo crearlo y ejemplos.  
24/06/2022, de Cyberclick Sitio web:  
<https://www.cyberclick.es/numerical-blog/que-es-un-ecommerce-tipos-como-crearlo-y-ejemplos#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20el%20e%2Dcommerce,se%20dedica%20a%20este%20negocio.>

Francisco Coll Morales. (N/A). Punto de venta. 24/06/2022, de Economipedia Sitio web:  
<https://economipedia.com/definiciones/punto-de-venta.html>

N/A. (N/A). Materiales POP: ¿por qué son clave para un Trade Marketing brillante?.  
28/06/2022, de Storecheck Sitio web:  
<https://blog.storecheck.com.mx/trade-marketing-materiales-pop>

Llasera, J. P. (2021, 18 mayo). Manual de identidad: Qué es y cómo realizar uno de forma correcta. Imborrable. Recuperado 26 de junio de 2022, de  
<https://imborrable.com/blog/manual-de-identidad/>

T. (2018, 6 abril). DELICATESSEN: ¿CUÁL ES SU SIGNIFICADO Y DE DÓNDE VIENE? Mundisa Thinkgourmet. Recuperado 26 de junio de 2022, de  
<https://thinkgourmet.mundisadirecto.com/delicatessen-cual-es-su-significado-y-de-donde-viene/>

M. (2020, 9 diciembre). MOQ o cantidad mínima de pedido: un equilibrio entre cliente y proveedor. Mecalux. Recuperado 28 de junio de 2022, de <https://www.mecalux.com.mx/blog/moq-cantidad-minima-pedido#:~:text=La%20cantidad%20m%C3%ADnima%20de%20pedido%20o%20MOQ%20se%20refiere%20al,proveedor%20est%C3%A1%20dispuesto%20a%20vender.>

Camarena, A. (2019, 10 junio). ¿Qué significa MOQ? Qué es MOQ y cómo negociarlo para tu. . . ECN | E-Commerce Nation • 1a Comunidad Global sobre E-commerce. Recuperado 28 de junio de 2022, de <https://www.ecommerce-nation.es/que-significa-que-es-moq/>

Shelley-pursell. (N/A). 16 estrategias de fijación de precios (con ejemplos). 29/06/2022, de Hubspot Sitio web: <https://blog.hubspot.es/marketing/estrategias-precio>

N/A. (N/A). Entrega de pedidos: proceso logístico y etapas del delivery. /2022, de Dispatchtrack Sitio web: <https://www.beetrack.com/es/blog/entrega-de-pedidos-proceso-log%C3%ADstico>

Renato Mesquita. (23/07/2018). ¿Qué es Marketing? Una guía completa del concepto, tipos, objetivos y estrategias. 29/06/2022, de Rockcontent Sitio web: <https://rockcontent.com/es/blog/marketing-2/>

Rosa, P. (2022, 14 marzo). Principales costos logísticos del comercio electrónico a los canales de venta offline. Maplink. Recuperado 29 de junio de 2022, de [https://maplink.global/blog/es/principales-costos-logisticos/?utm\\_term=&utm\\_campaign=%5Bnw%5D-%5Bconvers%C3%A3o%5D-%5BPMAX%5D-%5Bconstante%5D-%5BMP%5D-%5BLATAM%5D+-+Maplink+Platform&utm\\_source=adwords&utm\\_medium=ppc&hsa\\_acc=8987401966&hsa\\_cam=17552761835&hsa\\_grp=&hsa\\_ad=&hsa\\_src=x&hsa\\_tgt=&hsa\\_kw=&hsa\\_mt=&hsa\\_net=adwords&hsa\\_ver=3&gclid=CjwKCAjwk\\_WVBhBZEiwAUHQcmTHnp](https://maplink.global/blog/es/principales-costos-logisticos/?utm_term=&utm_campaign=%5Bnw%5D-%5Bconvers%C3%A3o%5D-%5BPMAX%5D-%5Bconstante%5D-%5BMP%5D-%5BLATAM%5D+-+Maplink+Platform&utm_source=adwords&utm_medium=ppc&hsa_acc=8987401966&hsa_cam=17552761835&hsa_grp=&hsa_ad=&hsa_src=x&hsa_tgt=&hsa_kw=&hsa_mt=&hsa_net=adwords&hsa_ver=3&gclid=CjwKCAjwk_WVBhBZEiwAUHQcmTHnp)

[wqoiSSaiHOcaZCJZvillOQS8QgxD4-wGERN2CIBVOREFE1LKhoCpmgQAvD\\_BwE](https://docs.google.com/spreadsheets/d/18fhYrKG7dVCwp7niles8GAD6aQYw2MejG-xW3N6t0mA/edit?usp=sharing)

## Anexos

Cronograma de actividades:

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/18fhYrKG7dVCwp7niles8GAD6aQYw2MejG-xW3N6t0mA/edit?usp=sharing>

Puntos de venta:

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1FLNPIb0DmhtfhOTk1TgVOMQwOJLjWynr/edit?usp=sharing&oid=110953406241486693674&rtpof=true&sd=true>

Márgenes Cocoa Art:

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1TdPui9vU4e4GTf6NEMzNhQ5IGqEb-vn2/edit?usp=sharing&oid=110953406241486693674&rtpof=true&sd=true>

Costeo paquetería:

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1UPE-edPHeZKZ7BvgYV99dWkLUqFyihpp/edit?usp=sharing&oid=110953406241486693674&rtpof=true&sd=true>

Costeo Mercado Libre y Amazon:

[https://docs.google.com/spreadsheets/d/1saQtC-nroRZaW0-\\_9ABHOtBm9-tDrDbBThQW7gM3DHc/edit?usp=sharing](https://docs.google.com/spreadsheets/d/1saQtC-nroRZaW0-_9ABHOtBm9-tDrDbBThQW7gM3DHc/edit?usp=sharing)