



ACEITES Y  
SAHUMERIOS

*Aromafresh*

Instituto  
Ayelen  
Mar del  
Plata

# Plan de negocio

## Emprendimiento Aromfresh J.A

### Resumen ejecutivo:

Aromfresh fue creado por un grupo de emprendedores del Instituto Ayelén de la ciudad de Mar del Plata conformado para elaborar idílicos y orgánicos productos de aromaterapia que buscan crear un ambiente relajado para todas aquellas personas que deseen purificar su entorno y liberarse del estrés, con esencias que transportan desde frescas brisas marinas hasta otoñales bosques.

Es debido al uso excesivo, aunque a veces necesario, de la tecnología que se comienza a hacer notar un impacto negativo en las personas, y es por eso que creemos que cuando nuestros clientes prueben nuestros productos, se van a sentir renovados y con mucha más energía luego de desconectarse momentáneamente de las estresantes rutinas modernas.

Confiamos de gran manera en nuestra empresa debido al trabajo en equipo ejemplar que se hace notar día a día entre sus miembros, sumado al ambiente colaborativo, alegre y a la enorme capacidad de comunicación y diálogo nos hacen un equipo que crece y aprende cada vez más a medida que avanzamos con nuestro proyecto.

Buscamos antes que nada satisfacer las necesidades de nuestros consumidores, sobre todo teniendo en cuenta que se está pasando por una etapa de gran estrés y saturación más que nada emocional, por lo que les proporcionaremos productos de buena calidad, ofreciendo bienestar a las familias a través de nuestros insumos, respetando al medio ambiente al mismo tiempo. Y es así como no solo buscamos satisfacer al consumidor sino también lograr una concientización por medio de nuestro packaging, dando el mensaje de que con objetos reciclados es posible hacer una enorme variedad de cosas mientras se cuida a nuestro valioso ecosistema.

Estamos en busca de crecer como emprendimiento tanto en nuestro sector como en el programa en el que nos encontramos trabajando. Queremos transmitirles la mayor seguridad y tranquilidad posible tanto a nuestros consumidores como a nuestros inversores para que continúen poniendo su voto de confianza con nosotros, el cuál valoramos enormemente.

Es el voto de confianza de los consumidores e inversores el que nos impulsa a seguir creciendo como marca y a potenciar la imagen de nuestro negocio, creando vínculos entre clientes y productos, generando mayores campañas publicitarias y aumentando la producción y trabajo en nuestros distintos departamentos a medida que crecen las ventas.

Nosotros como empresa estamos comprometidos en todos los aspectos que nos rodean. Estamos siendo testigos de una transformación cultural en la que el desarrollo sostenible y

el cuidado medioambiental comienzan a tener un papel cada vez más importante, habiéndose vuelto una prioridad. Es por eso que ahora tenemos la responsabilidad de tomar el liderazgo y comenzar a construir un futuro mejor tanto para nosotros como para nuestro mundo. Estamos convencidos de que todos debemos ser agentes activos en esta transformación

Otro aspecto para remarcar es la oportunidad de trabajo que significó esta empresa para todos sus miembros. Lo cierto es que la ciudad de Mar del Plata cuenta con un preocupante índice de desempleo que se encuentra entre los más altos del país, lo cual significa una enorme dificultad a la hora de insertarse en el mundo laboral. Es así como lo hemos tomado como una gran posibilidad que buscamos aprovechar al máximo, no solamente para obtener ingresos, sino también para aprender y poner en práctica nuestras habilidades con el fin de ayudar y sustentarnos de buena manera. Nuestros productos son rentables y amigables con el medio ambiente, por lo que confiamos en la superación de todas nuestras expectativas.



## El producto:

Nombre producto 1: Aceites esenciales Emuná.

Nombre producto 2: Sahumerios Meraki.

Debido a una elección en grupo, se decidió que los productos serían Aceites esenciales y sahumerios, comenzaremos explicando que son y el proceso que se debe seguir en ambos productos:

### **Aceites:**

Los aceites esenciales son una mezcla compleja de sustancias aromáticas responsable de las fragancias de las flores u otros órganos vegetales. Nuestro producto es un compuesto químico natural que obtenemos con la utilización de limones y naranjas, el cual lo podemos utilizar como remedio casero en numerosas situaciones.

Su uso aporta tranquilidad y equilibrio gracias a su aroma, al tiempo que sus propiedades purifican e hidratan la piel, despertando su resplandor natural.

### **¿Cómo es su producción?**

La producción de aceites esenciales de limón:

Comienza cortando la cáscara de uno o dos limones (dependiendo su tamaño) y quitarles la parte blanca que contiene, una vez hecho la colocaremos en un recipiente con agua y lo hervimos para quitarles el amargor. Secamos las cáscaras hasta que no contengan agua, luego las colocamos en un envase resistente al calor, las cubrimos con aceite vegetal y lo colocamos en una olla a baño maría durante 20 o 30 minutos a fuego mínimo, pasado el tiempo, dejamos reposarlo 24 horas y para finalizar lo ponemos en el frasco elegido para la venta.

Aceites esenciales de naranja:

Debemos cortar la cáscara de una naranja y retirar toda la parte blanca. Luego, dejar secar unas horas para que eliminé cualquier resto de agua y humedad.

En un frasco, colocamos todas las cáscaras y debemos cubrir con aceite vegetal, es importante que estén completamente cubiertas porque de no ser así el aceite se pudrirá.

Agitamos el frasco para mezclar todo el contenido, lo colocamos en un lugar seco y oscuro durante 4 a 6 semanas para que repose, es importante que agotemos cada 2 o 3 días.

Transcurrido el tiempo, llevamos el contenido hasta otro frasco esterilizado.

## **Sahumerios:**

El sahumerio es una preparación de resinas aromáticas vegetales o inciensos, a las que se añaden aceites esenciales, de manera que al encenderlo desprenda humo y fragancia combinados.

Por lo general, los sahumerios se presentan como varillas delgadas que se colocan en unos dispositivos conocidos como porta-sahumerios. Para que desprendan su fragancia, hay que prender fuego en un extremo y de este modo, el sahumerio comienza a quemarse y a perfumar el ambiente.

Decidimos la producción de sahumerios de sándalo dulce ya que es ideal para atraer dinero, estimular la perseverancia y limpiar el ambiente.

### **¿Cómo es su producción?**

Lo que se necesita principalmente son los siguientes ingredientes:

1 litro de agua, 3 gramos de salitre, 50 gramos de maicena, 200 gramos de aserrín, varillas de madera y esencia aromática de sándalo dulce.

Una vez que se tengan todos los ingredientes necesarios, se llevan en una cacerola a fuego moderado hasta que se integren y comience a espesar.

Luego de unos minutos, retiramos la pasta obtenida del fuego y esperamos a que baje la temperatura para agregar la esencia aromática. Hecho esto, invertimos la mezcla en un recipiente que contenga el mismo largo que las varillas de madera, sumergimos las mismas para lograr que la pasta se adhiera a ellas y como último paso dejamos secar

### **Estrategias a implementar y Políticas del departamento de producción:**

Este departamento está conformado como directora a Morena Monzón, y cuenta con los siguientes integrantes, Melany Domínguez, Matías Vornetti, Naim González, Pablo Rinaldi, Benjamín Quiroga, Agustín Frigerio, Daniela Suárez, Lucas Fernández y Maite Bertinotti. Decidimos manejar la organización mediante un grupo él cuenta con todos los participantes y en él se plantean dudas e inquietudes, además de aportar ideas, definir materiales y establecer roles.

Todos nos comprometemos a:

- Colaborar con las actividades asignadas
- Participar y trabajar en grupo
- Escucharnos entre todos
- Comprometernos y respetar horarios en las clases
- Cumplir tareas asignadas
- Resolver cualquier duda que se plantea

La directora se compromete a:

- Escuchar a los distintos directores e integrantes.
- Estar dispuesta a escuchar cualquier problema planteado.
- Llevar un orden sobre lo producido
- Asignar tareas para llevar una buena organización.
- Los integrantes se comprometen a:
  - Colaborar en cada tarea necesaria
  - Estar al tanto de cada decisión tomada
  - Participar en cada reunión
  - Ser responsables al resolver tareas en determinada fecha

The image shows a screenshot of a spreadsheet titled "Datos del plan de marketing". It includes a legend for task status and a data table for "Proyecto J.A.". The legend defines four status categories: "Sin comenzar" (blue), "En curso" (yellow), "Con retraso" (red), and "Completado" (green). The data table lists tasks with their corresponding status, owner, assignee, and dates.

Proyecto J.A.	Estado	Propietario	Asignado a	Previsión Fecha de inicio	Previsión Fecha de finalización	Real Fecha de inicio	Real Fecha de finalización	Coste estimado	Real Coste
Análisis de los productos	completado	Monzon Morena	Todo el grupo	6/4/2020	6/7/2020	6/6/2020	6/11/2020	\$	\$
Formulas	completado	Monzon Morena	Gonzalez Naim, Mora	6/6/2020	6/11/2020	6/8/2020	6/12/2020	\$	\$
Envío de orden de compras a finanzas	completado	Monzon Morena	Gonzalez Naim, Mora	6/17/2020	6/20/2020	6/19/2020	6/24/2020	\$	\$
Compra de insumos sahumerios	Con retraso	Monzon Morena							
Compra de insumos aceites esenciales	Con retraso	Monzon Morena							
Elaboración de sahumerios	En Curso	Monzon Morena	Grupo sahumerio	6/18/2020	6/19/2020	6/20/2020	6/21/2020	\$	\$

## Objetivos:

### Objetivos de venta:

Aceites: 6 unidades

En precio: \$900

### Estrategias para las ventas:

Con la persona elegida en el cargo de gerente de ventas, se habló sobre a quién está destinado el mercado, las cuales son para todos aquellos empleados de oficina (la edad es a partir de los 23 años en adelante).

A su vez se decidieron las opciones de distribución de nuestros productos, en la cual vamos a usar la venta directa y la opción de venta minorista en caso de ser necesario.


### Estrategia para definir la estética de nuestras páginas:

Primeramente para definir la elección de los colores que van a representar nuestra empresa, lo hicimos de manera democrática, el departamento presentó una paleta de colores pasteles de los cuales todos los socios tuvieron la posibilidad de elegir, para ello se realizó una votación en la cual, la mayoría estuvo de acuerdo debido a que se quiere transmitir una estética ecofriendly además de que las imágenes que se van a transmitir van a ser agradables a la vista de todos aquellos que se interesen en elegir nuestra compañía.

Por otra parte, se mostraron los posibles logos que podrían formar parte de esta empresa, los cuales se terminarán de definir el miércoles 17 de Junio, porque al ser todos parte, se requiere de un acuerdo de todas las partes.



Diseñar los documentos (Orden de compra y Recibo):

	<b>X</b>	Dirección	Calle Tripulantes del Fournier 6451
	Documento no valido como factura	<b>Esto es un proyecto estudiantil</b>	
	Nº recibo	1	
		Fecha Emisión	25/6/2020
Ciente:			
Domicilio:			
Correo electrónico:			
<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Pcio. Unit.</b>	<b>Total</b>
			0
			0
			0
			0
			0
			0
			0
			0
			0
Original para el cliente			
		<b>Total</b>	<b>\$ 0,00</b>

	<b>AromFresh J.A.</b>																																																																																		
	REGISTRACIÓN DE COMPRA	No: 0001																																																																																	
DEPTE QUE SOLICITA:																																																																																			
Fecha del pedido:	Fecha de entrega:																																																																																		
<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>ARTICULO</b>																																																																																	
			<table border="1"> <tr><td>PRODUCTO:</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>PROVEEDOR</td><td>CANTIDAD</td><td>UNIDAD</td><td>ARTICULO</td></tr> <tr><td>P1</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>P2</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>P3</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>PRODUCTO:</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>PROVEEDOR</td><td>CANTIDAD</td><td>UNIDAD</td><td>ARTICULO</td></tr> <tr><td>P1</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>P2</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>P3</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>PRODUCTO:</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>PROVEEDOR</td><td>CANTIDAD</td><td>UNIDAD</td><td>ARTICULO</td></tr> <tr><td>P1</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>P2</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>P3</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>PRODUCTO:</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>PROVEEDOR</td><td>CANTIDAD</td><td>UNIDAD</td><td>ARTICULO</td></tr> <tr><td>P1</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>P2</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>P3</td><td></td><td></td><td></td></tr> </table>	PRODUCTO:				PROVEEDOR	CANTIDAD	UNIDAD	ARTICULO	P1				P2				P3				PRODUCTO:				PROVEEDOR	CANTIDAD	UNIDAD	ARTICULO	P1				P2				P3				PRODUCTO:				PROVEEDOR	CANTIDAD	UNIDAD	ARTICULO	P1				P2				P3				PRODUCTO:				PROVEEDOR	CANTIDAD	UNIDAD	ARTICULO	P1				P2				P3			
PRODUCTO:																																																																																			
PROVEEDOR	CANTIDAD	UNIDAD	ARTICULO																																																																																
P1																																																																																			
P2																																																																																			
P3																																																																																			
PRODUCTO:																																																																																			
PROVEEDOR	CANTIDAD	UNIDAD	ARTICULO																																																																																
P1																																																																																			
P2																																																																																			
P3																																																																																			
PRODUCTO:																																																																																			
PROVEEDOR	CANTIDAD	UNIDAD	ARTICULO																																																																																
P1																																																																																			
P2																																																																																			
P3																																																																																			
PRODUCTO:																																																																																			
PROVEEDOR	CANTIDAD	UNIDAD	ARTICULO																																																																																
P1																																																																																			
P2																																																																																			
P3																																																																																			

## Proyección:

### Costos fijos:

- 22 Estudiantes totales
- 14 reuniones pagan sueldos y salarios
- Sueldo Director General:  $\$5/\text{reunión} \times 14 \text{ reuniones} = \$70$
- Sueldo 4 directores:  $\$3,5/\text{reunión} \times 14 \text{ reuniones} = \$196$
- Sueldo 17 colaboradores:  $\$2,5/\text{reunión} \times 14 \text{ reuniones} = \$595$
- Presupuesto para stand/feria: \$0
- Presupuesto para movilidad eventos extra áulicos: \$150
- Herramientas: \$0
- Presupuesto otros (fotocopias, impresiones, premios): \$200
- Total de costos fijos: \$1.261

### Costos variables:

- Costos insumos para fabricar 1 unidad: \$36
- Comisión por venta:  $10\% = \$15$
- Costos por cobranza: \$0
- Costos de distribución y entrega: \$0
- Costos Variables Unitarios: \$51

Precio: \$150

### Punto de equilibrio:

- Costos Fijos: \$1.261 / Contribución Marginal Unitaria: \$99 = 13 unidades
- Vendiendo 13 unidades cubren todos los costos del emprendimiento asegurándose no perder dinero sin ganar dinero tampoco.

Unidad	costos Fijos	costos variabl	Costo Total	Ingreso por v
0	1261	0	1261	0
1	1261	51	1312	150
2	1261	102	1363	300
3	1261	153	1415	450
4	1261	204	1465	600
5	1261	255	1516	750
6	1261	306	1567	900
7	1261	357	1618	1050
8	1261	408	1669	1200
9	1261	459	1720	1350
10	1261	510	1771	1500
11	1261	561	1822	1650
12	1261	612	1873	1800
13	1261	663	1924	1950
14	1261	714	1975	2100
15	1261	765	2026	2250
16	1261	816	2077	2400
17	1261	867	2128	2550
18	1261	918	2179	2700
19	1261	969	2230	2850
20	1261	1020	2281	3000



### Capitalización:

- Valor acción interna: \$10
- Valor acción externa: \$19

### Metas de venta y producción:

- Se quiere vender y producir entre todos los miembros del emprendimiento 13 unidades por semana durante 4 semanas de proyecto.
- Por ende, el objetivo de venta y producción de cada miembro por semana es de 2 unidades.
- Entonces, el objetivo de producción y ventas totales para las 4 semanas es de 52.

### Determinar costos:

Costos del Aceite es de: \$36

### Las ventajas competitivas:

Los productos que produce nuestra empresa, tanto como los aceites Emuná y los sahumerios Meraki se destacan no solo por sus aromas y esencias, sino por la calidad e impronta que dejan los integrantes del área de producción de Aromfresh. Esto hace que nos diferenciamos de los mercados que compiten en la misma categoría que nosotros.

De esta manera, podríamos decir que nuestra empresa al ser eco-friendly, busca concientizar sobre nuestro medio ambiente, por lo tal, lo tenemos muy presente en el peculiar packaging; el cual se le hace entrega al cliente al momento de vender estos insumos.

Buscamos mejorar nuestro ecosistema y mejorar el bienestar de los clientes que tanto lo necesitan en estas épocas de estrés y saturación.

### Estrategias a implementar en el departamento de finanzas:

Nosotros desde el departamento de finanzas nos manejamos de la siguiente manera.

Nuestra directora Mañas Abril, ayudantes, Micheloud Gonzalo, Cortez Micaela y Apicella Morena. Para seleccionar cada tarea, acción, tarea o ya sea cualquier cosa que se necesite, nos manejamos a través de un grupo de WhatsApp donde la directora dice que es lo que necesita ella y ahí vamos eligiendo nosotros en qué puesto, lugar o qué tarea podríamos realizar y Que más cómodo nos quede. Vamos ayudándonos entre todos, presentando dudas y demás.

## Las políticas del departamento de finanzas:

La directora se dedica a delegar Tareas cuando es necesario. Ayudantes, se dedican hacer las tareas asignadas. Ya sea Política de finanzas, destacar nuestro producto y decir en qué se diferencia y realizar, investigar sobre la factura

Todos nos comprometemos a:

- Colaborar a otros departamentos.
- Pedir colaboración a otros departamentos.
- Nos comprometemos a las actividades en fecha y hora. En todo caso de que no sea así, se entregara algún justificante.
- Nos comprometemos cumplir las actividades que nos asignen.
- Nos comprometemos a registrar e informar a los otros miembros de la empresa.
- Nos comprometemos a no faltarnos el respeto entre nosotros.
- Nos comprometemos a mantener un ámbito apacible en la hora de trabajo.

La directora se compromete a:

- La directora delegara tareas a los integrantes del departamento.
- La directora se compromete a mantener informados a los integrantes del departamento.
- La directora se compromete a escuchar los problemas personales o grupales de los integrantes del departamento.
- La directora se compromete a informar a sus superiores los cumplimientos y no cumplimientos, para que ellos tomen las acciones pertinentes.

Los integrantes del departamento se comprometen a:

- Los integrantes del departamento se comprometen a hacer las actividades delegadas por la directora.
- Si la directora ni puede asistir a alguna reunión, los integrantes del departamento se comprometen a asistir en lugar de ella.
- Los integrantes se comprometen a asistir a las reuniones pactadas.

La tesorera se compromete a:

- La tesorera se compromete a llevar el registro del dinero.
- Se compromete a que no falte dinero en la caja.
- En buscar algún lugar, aplicación, billetera virtual o etc. Seguro para guardar el dinero.

Datos del plan de marketing									
Botón de alternancia y leyenda de colores de estado									
	Sin comenzar	En curso	Con retraso	Completado					
	ACTIVADO	ACTIVADO	ACTIVADO	ACTIVADO					
Proyecto J.A.	Estado	Propietario	Asignado a	Previsión Fecha de inicio	Previsión Fecha de finalización	Real Fecha de inicio	Real Fecha de finalización	Coste estimado	Real Coste
Análisis de los productos	completado	Monzon Morena	Todo el grupo	6/4/2020	6/7/2020	6/6/2020	6/11/2020	\$	\$
Formulas	completado	Monzon Morena	Gonzalez Naim, Monz	6/6/2020	6/11/2020	6/8/2020	6/12/2020	\$	\$
Envío de orden de compras a finanzas	completado	Monzon Morena	Gonzalez Naim, Monz	6/17/2020	6/20/2020	6/19/2020	6/24/2020	\$	\$
Compra de insumos sahumerios	Con retraso	Monzon Morena							
Compra de insumos aceites esenciales	Con retraso	Monzon Morena							
Elaboración de sahumerios	En Curso	Monzon Morena	Grupo sahumerio	6/18/2020	6/19/2020	6/20/2020	6/21/2020	\$	\$

## Plan de comunicación: (publicidad)

Los medios de comunicación son fundamentales para llevar a cabo una buena forma de llegar a nuestros clientes, por ende, el departamento de marketing lo que eligió fue llegar a las redes sociales más conocidas, tales son Facebook e Instagram. Pero esta área de Aromfresh no se conforma con llegar a estas dos plataformas, sino que se optó por llegar a las radios de nuestra hermosa ciudad que es Mar del Plata.

Vamos a contar nuestro producto con total certeza, que nuestros oyentes y los que nos siguen en las plataformas digitales, sepan que Aromfresh llega para transmitirles ese momento de relajación y paz que se necesita cuando alguien se encuentra saturado, en este caso, debido al trabajo. Debido al contexto en el que estamos transitando fue necesario amigarnos con la tecnología, los cuales los adolescentes están muy acostumbrados a esta debido a que son de esta generación. Pero ¿Qué se hace con las personas que tuvieron que pasar a esto tan bruscamente?

La respuesta es bastante simple, la situación de estar constantemente con la tecnología todo el tiempo, nos abruma, nos estresa y llegan momentos en las que nos agobiamos. Ahí es donde entraría nuestro producto, la idea es que el consumidor que elija nuestros productos, cuando los utilice, pueda sentirse un poco más relajado para luego volver a trabajar con las computadoras o dispositivos.

Un detalle que no es menor, es que mientras trabajan también se pueden optar por usarlos, por ejemplo, los aceites se pueden diluir en agua y rociar sobre el área de la casa en el que se está trabajando. Y también los sahumerios se pueden prender mientras estamos con todos esos papeles agotadores para estas personas que trabajan en esta área.

De esa manera se piensa llegar a nuestros clientes, a través de la publicidad y empatía.

Link de redes sociales:

\*Página web: <https://aromfresh2020.wixsite.com/aromfresh>

\* Instagram: [https://www.instagram.com/aromfresh\\_/](https://www.instagram.com/aromfresh_/)

\* Facebook: <https://www.facebook.com/Aromfresh-JA-101349328300287>

### Políticas del departamento de marketing:

La directora del departamento Garay Giuliana, delega a los integrantes del departamento tareas para que se realicen determinadas tareas, en un cierto plazo. Luego de eso, cuando se cumple el tiempo, se hace una puesta en común con todos los integrantes sobre los distintos temas trabajados para decidir las mejores opciones ya que esta será una mejor imagen para la empresa, de esta forma obtendremos mejor visibilidad para los clientes que visiten nuestra página.

### Características generales de las políticas del departamento de Marketing de Aromfresh:

- Estar siempre alineado al Plan Estratégico ideado desde un principio.
- Nos relacionamos con los valores que tiene que tener un grupo, nos complementamos y fomentamos la ayuda mutua.
- Políticas en materia de Publicidad, Información Corporativa y Relaciones Públicas

#### 1. Publicidad:

- La publicidad proporcionada no discriminará por sexo, religión ni etnia.
- La publicidad se desarrollará en función de lo estipulado en el plan de marketing, que a su vez estará alineado con el plan estratégico de la Organización.
- La publicidad se orientará al mercado en general o a un público objetivo, si bien nunca denigraremos a otros segmentos de la población.
- No se realizará publicidad engañosa o que pueda crear una sensación de incumplimiento de compromisos con nuestros clientes.
- No se realizará publicidad desleal, ni contra productos sustitutivos ni con la competencia.
- La publicidad buscará primordialmente potenciar la imagen de alta calidad en los productos y/o incrementar la notoriedad de las distintas marcas dentro del Grupo.
- Se evitará aludir a circunstancias dramáticas para la persona derivados de no adquirir nuestros productos, como la sensación de miedo o indefensión ante cualquier situación.

#### 2. Información Corporativa:

- La información corporativa que se publicará será siempre elaborada con rigor. Se solicitará la colaboración de los departamentos necesarios para generar y contrastar la misma.

- La información corporativa se expresa siempre sobre la base de la “humildad”, sin pretender fingir falsos liderazgos, aunque sin la necesidad de esconder nuestros puntos fuertes.

- A través de la Comunicación Corporativa trataremos de potenciar la imagen de calidad de nuestra Organización, en términos de Imagen, y de nuestros productos.

- La calidad en los productos y servicios será una orientación primordial porque permitirá devolver a nuestros clientes, la confianza depositada en nosotros.

### 3. Relaciones Públicas:

- La relación con la Organización se establecerá con el cumplimiento de criterios éticos básicos, como la potenciación de los valores de la Familia, el cuidado del Medioambiente, entre otros.

- La relación con la Competencia se guiará por el criterio del respeto, la humildad y la cordialidad.

### Análisis de mercado:

Primeramente, el nombre de la empresa, se considera que es uno bueno debido a la pregunta sobre "¿A que te suena el nombre Aromfresh?" La mayoría de las personas (aproximadamente un 80%), supieron asociar el nombre del emprendimiento con los insumos correctos que producimos. Por ende, es un buen inicio.

Luego se analizaron los precios de la competencia (en lo que respecta de los sahumeros) van entre \$160 y \$200 y si a nosotros nos da un resultado similar al momento de sacar costos, se podría poner un punto medio como precio unitario.

Y por otra parte, en los aceites se pudo ver un precio entre \$160 y \$260, lo cual nos pareció algo accesible y si los costos nos acompañan, podríamos venderlos en un punto medio, el cual sería de \$200

### Estrategias de marketing :

- Estudia a la competencia

Cuando te quedas sin ideas, un punto muy obvio es fijarse en qué está haciendo la competencia por tres motivos distintos:

- 1.Puedes “inspirarte” con lo que están haciendo.

- 2.Puedes ver lo que están haciendo mal para no repetir errores.

- 3.Y puedes “inspirarte”, eliminar la parte que no te sirve, completarlo y obtener mejores resultados.

## 2.- Diez acciones para Redes Sociales

Usa más imágenes

Usa más vídeo

Contesta siempre

## 3.- Acciones para mejorar tu estrategia de Email marketing

No hagas spam

Respetar la privacidad

## 4.- El decálogo del eCommerce

Mide todos los pasos

Céntrate en el funnel de venta

Y luego céntrate en el resto

Piensa siempre en margen, no en facturación

Los gastos de envío siempre visibles

Política de devoluciones clara y accesible

Juega con el scarcity

Las ofertas, con cabeza

Premia al recurrente

## 5.- Por último: 10 estrategias de marketing... ioffline!

Haz networking

Participa en eventos

O incluso hazte ponente

Los cursos de formación son grandes aliados

Colabora y recuerda que colaborar es gratis

Colabora y recuerda que colaborar es gratis

Identifica al decisor. Siempre

Hazte unas pegatinas

Piensa fuera de la caja

Ten siempre en mente la omnicanalidad

## Políticas y estrategias del departamento de recursos humanos (RRHH):

Las estrategias a utilizar se basan en el apoyo a los demás departamentos, ya que es con ellos nuestro principal trabajo. Se basará en buscar los puntos fuertes y débiles de cada compañero de proyecto e intentar, de la manera más óptima, eficaz y correcta posible, explotar esos puntos buenos y "anular" los puntos débiles, para esto necesitaremos una comunicación frecuente y buena con todos los directores y con los compañeros. Para esto se utilizarán las charlas de 5 minutos previamente la clase o posteriormente de esta.

También crearemos algunas actividades más recreativas, pero de aprendizaje para que los alumnos no se sientan agobiados en sus puestos de trabajo, sino que se lo tomen de la mejor manera posible.

- Agilizar el acceso a la información por medio de distintos informes (que es lo que ya estamos haciendo básicamente).
- Gestionar y desarrollar talentos y capacidades de los recursos humanos.

## Organigrama:

