FORMACIÓN COSTOS Y PRECIOS DE UN PRODUCTO
TALLER #1

NOMBRE: Felipe Perez
FECHA: ~~Abril~~

KIT DE ACTIVIDAD: EL PRODUCTO INÚTIL

Objetivo: Desarrollar creatividad, argumentación y habilidades de venta.

INSTRUCCIONES

1. Crea un producto que no sirva para nada.
2. Define nombre, precio y supuesto uso.
3. Prepárate para venderlo en 5 minutos.

FORMATO DEL PRODUCTO

Nombre del producto: Hojas de Café
¿Qué es?: una planta o Palo
¿Para qué sirve?: Para vender
Precio: $100 pesos

ESTRATEGIA DE VENTA

¿Por qué alguien lo compraría?: Para hacer una pocata
¿Qué problema soluciona?: Mata los ratones

Frase de venta: Se vende hoja de café
Para quererlo y ~~tener~~ ahuyar los ratones

REFLEXIÓN FINAL ¿Por qué funcionó o no funcionó tu venta?
Funcionó porque ya los ratones y ratones se iban a otra finca

"No necesitas el producto perfecto para empezar... necesitas la decisión de intentarlo y la valentía de mejorar en el camino."

INSTRUCTORA STEFANIA RIOS

Scanned with CamScanner

FORMACIÓN COSTOS Y PRECIOS DE UN PRODUCTO

TALLER #1

NOMBRE: Leandro Hurtado Tellez
FECHA: Abril

KIT DE ACTIVIDAD: EL PRODUCTO INÚTIL

Objetivo: Desarrollar creatividad, argumentación y habilidades de venta.

INSTRUCCIONES

1. Crea un producto que no sirva para nada.
2. Define nombre, precio y supuesto uso.
3. Prepárate para venderlo en 5 minutos.

FORMATO DEL PRODUCTO

Nombre del producto: BeBidas tropicales

¿Qué es?: Jugos Guanaba Mora mango

¿Para qué sirve?: hidratarse

Precio: $ 1.500

ESTRATEGIA DE VENTA

¿Por qué alguien lo compraría?: Dulce y Delicioso Natural

¿Qué problema soluciona?: La sed

Frase de venta: Bum Bum

REFLEXIÓN FINAL ¿Por qué funcionó o no funcionó tu venta?

Si funciono fue un producto muy conocido

"No necesitas el producto perfecto para empezar... necesitas la decisión de intentarlo y la valentía de mejorar en el camino."

INSTRUCTORA STEFANIA RIOS

Scanned with CamScanner

Sheril Betancur - Manuel Forero - Antonella García 10°B

Perros Calientes

Estrategia de precios y producto

- Perro Sencillo - Salchicha, papas y salsas al gusto $13.000
- Perro especial - Salchicha ranchera, papas, queso, 1 huevo codorniz y salsas $15.000
- Perro premium - 2 salchicha ranchera, papas, 2 quesos, cebolla, tocineta, 2 huevos codorniz y salsas. $20.000

Estrategia de ubicación

- La mejor ubicación se encuentra en lugares públicos o muy transitados como parques... o un local atractivo y agradable, y tranquilo para el público.

Estrategia de promoción

- La promoción serían 2 perros premium por un costo de $34.900, esto con el fin de atraer más clientes y que el producto salga fácil y rápido

Estrategia de servicio

- Para una mejor experiencia al cliente, nuestro lugar de venta será atractivo, limpio, seguro y sobre todo con una buena atención y respeto
- Que nuestros productos (perros calientes) sean apetecibles y de buena calidad, en donde se pone en primer lugar la higiene.

Estrategia de diferenciación

- La diferencia con otros locales son nuestros combos, la explosión de sabores al comer, nuestra gran variedad de precios y por supuesto la atención.

Scanned with CamScanner

Mariana Gamboa
Samuel Echeverri

Taller evaluativo

1. Estrategia de precio

Mantener los 3 tamaños de vasos

- Pequeño $3.000
- Mediano $5.000
- Grande $7.000

Aplicando promociones como

- Compra 2 recibe un descuento
- Combos de amigos reciben un descuento

2. Estrategia de producto

- Diferentes tamaños de vasos para que el cliente pueda elegir
- Diferentes tipos de toppings para que cliente tenga la oportunidad de escoger
- Variaciones en los diseños de los vasos

3. Estrategia de ubicación

- Vender en lugares donde se practique deporte
- En las salidas de los Colegios

Scanned with CamScanner

Julian Alvarez 10-B

D M A

Scribe

Estrategia de precio

Ofrecer precios accesibles entre 3.000 y 6.000 para traer clientes, pero manteniendo buena ganancia también puede ser precios de 5.990 o "2 helados por 9.000"

Estrategia de producto

Diferenciarte con helados naturales sabores unicos (mango biche, maracuya, brownie) y buena presentacion para llamar la atencion.

Estrategia de ubicacion

lugares con mucha gente como parques, colegios, calles principales y eventos del barrio donde haya calor y alta demanda.

Estrategias de promocion.

hacer promociones, dar degustaciones, usar redes sociales para traer mas clientes

Estrategia de Servicio

Brindar buena atencion, ser amable, rapido y limpio al servir, para que los clientes quieran volver.

Estrategia de diferenciacion

Ofrecer helados mas naturales que la competencia, con mejor sabor sin quimicos y con combinaciones diferentes que no se encuentran Facilmente.

Scanned with CamScanner

Julian Alvarez 10-B

Producción de 100 helados

- Fruta = 50.000
- leche = 40.000 total = 140.000
- Azucar = 15.000
- vasos = 20.000
- gas = 15.000 Precio ideal

Costo por unidad 3.000 por helado

140.000 ÷ 100 = 1.400 por helado

Cuales son los costos

- Costos Fijos

- gas = 15.000

- equipos (licuadora, congelador)

Costos variables

- Fruta: 50.000
- leche: 40.000
- Azucar: 15.000
- vasos = 20.000

ganancia por helado

3.000 - 1400 = 1600

ganancia total (100 helados)

1.600 x 100 = 160.000.

Scanned with CamScanner

Aimara Correa Tosses - Geronimo Benites Henao

Producto → Alipapas

• Estrategia de Precio:

Costos Fijos → [illegible]

Gas → $6.000 Total = $98.000

Luz → $6.000

Variables → Papas → $7.000 Harina → $10.000

Pollo → $15.000 Huevos → $9.000

Salsas → $20.000 Condimentos → $10000

Aceite → $10.000 Platos → $5.000

Ganancia deseada 50%.

Precio: $8.100 $8.167

$98.000 ÷ 12 = $8.167

8.167 x 0.5 = $12.000

÷ 4.000$ Por unidad

Estrategia de un producto: Papas crocantes y bien sazonadas, Pollo jugoso y variedades de salsas

Estrategia de ubicación: Plaza Bolivar, ya que es la plaza principal del Pueblo y una zona muy frecuentada por turistas, estudiantes y familias

Estrategia de Promoción:

Promociones: A estudiantes y 2x1 ~~otras~~ en días específicos

Estrategia de servicio: Atencion amable, y rapida y con buena higiene

Estrategia de diferenciación: El tiempo de espera y la tendencia cual es facil llegar. Nuestro local tendrá una tematica original y moderna

Veronica Aguirre - Hannah Trejos

Producto= Yogurt Artesanal

Estrategia de producto: Por la compra de un yogurt con trozos de fruta se le dará al cliente una galleta de granola, un cúvital, para la salud.

Estrategia de precio: Por la compra de un paquete de 16 yogures se le añadirá a la compra con solo 12 mil pesos más un paquete de 30 unidades de galletas de granola

Vaso pequeño= 12.500 mediano= 4.000

Grande= 10.000 Paquete 6 yogures: 8.1

Bolsa= 1.500

Estrategia de ubicación: local en el centro, cerca de instituciones

↓

Porque más personas lo van a ver

PUNTO DE EQUILIBRIO

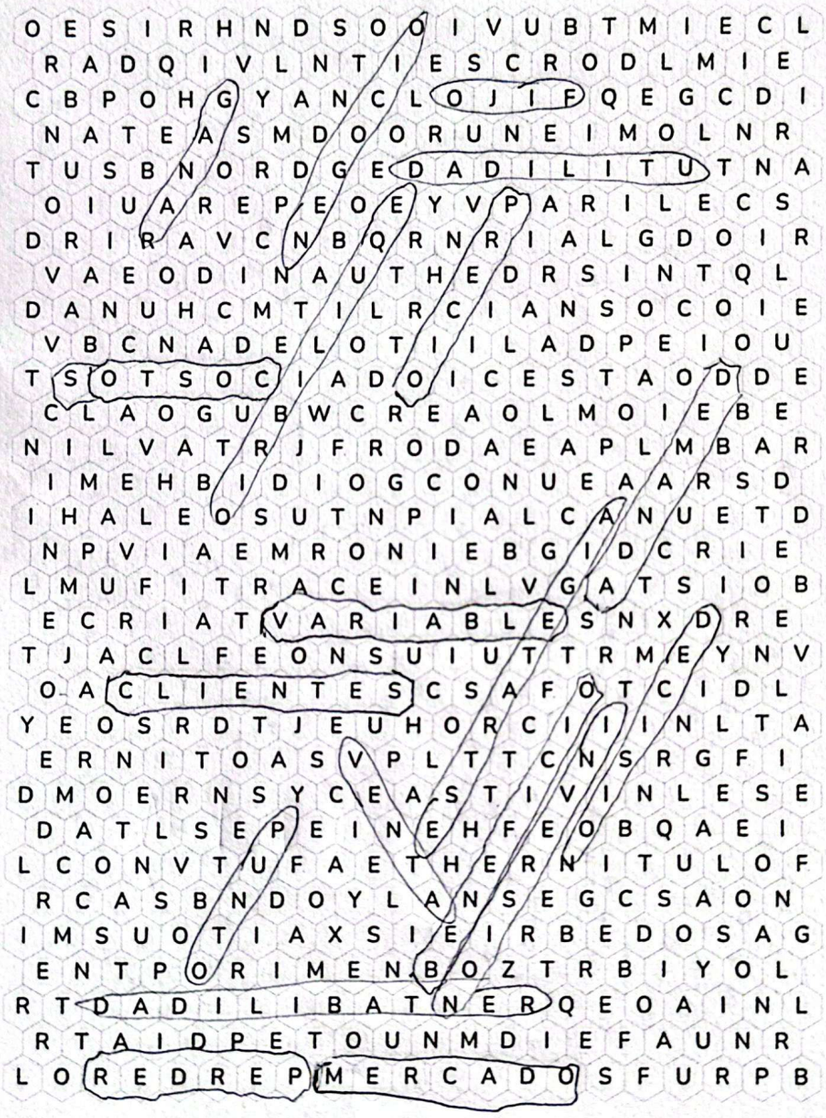
ABRIL

BENEFICIO
DEMANDA
GANAR
PERDER
UTILIDAD

CLIENTES
EQUILIBRIO
INVERSION
PRECIO
VARIABLE

COSTOS
ESTRATEGIA
MERCADO
PUNTO
VENTA

DECISION
FIJO
NEGOCIO
RENTABILIDAD



Jacobo Giraldo - Fundación

Instructora: Estefania Rios

Scanned with CamScanner

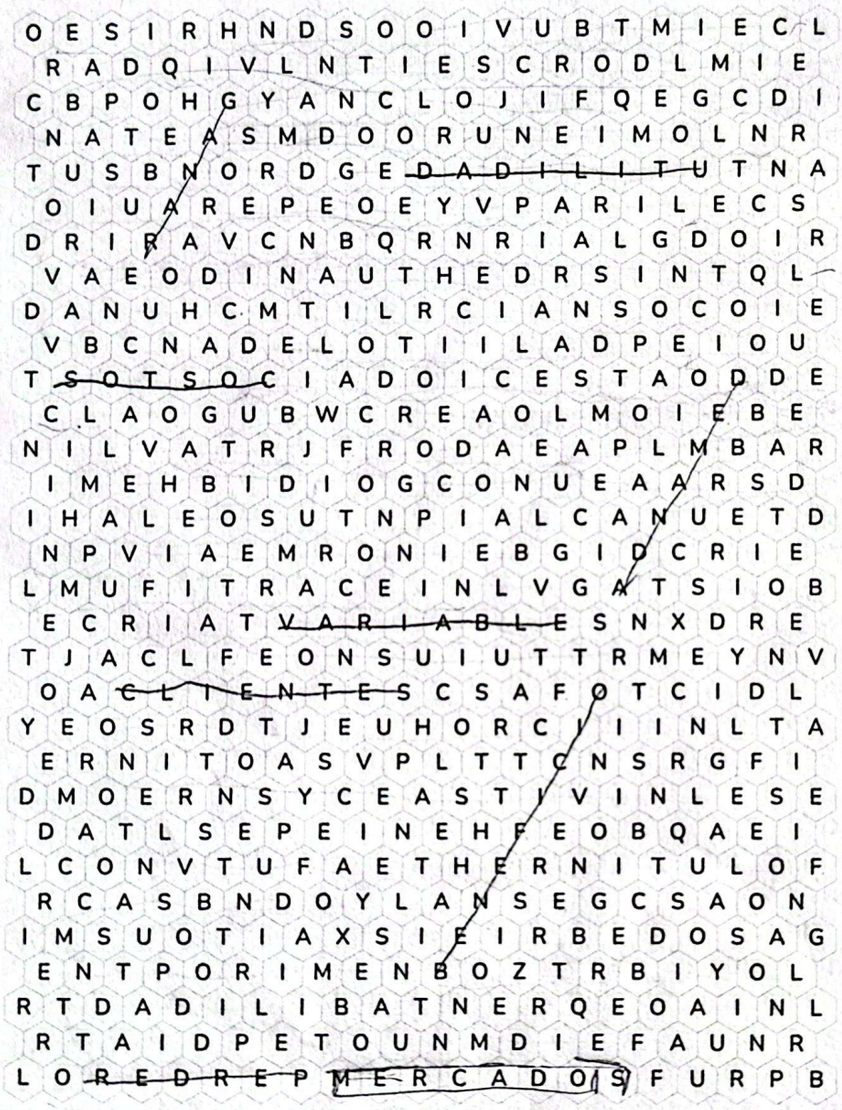
PUNTO DE EQUILIBRIO

BENEFICIO
DEMANDA
GANAR
PERDER
UTILIDAD

CLIENTES
EQUILIBRIO
INVERSION
PRECIO
VARIABLE

COSTOS
ESTRATEGIA
MERCADO
PUNTO
VENTA

DECISION
FIJO
NEGOCIO
RENTABILIDAD



Abril = Fundación Armon

Instructora: Estefania Rios

Scanned with CamScanner

Alexis Andres Yepez

PUNTO DE EQUILIBRIO

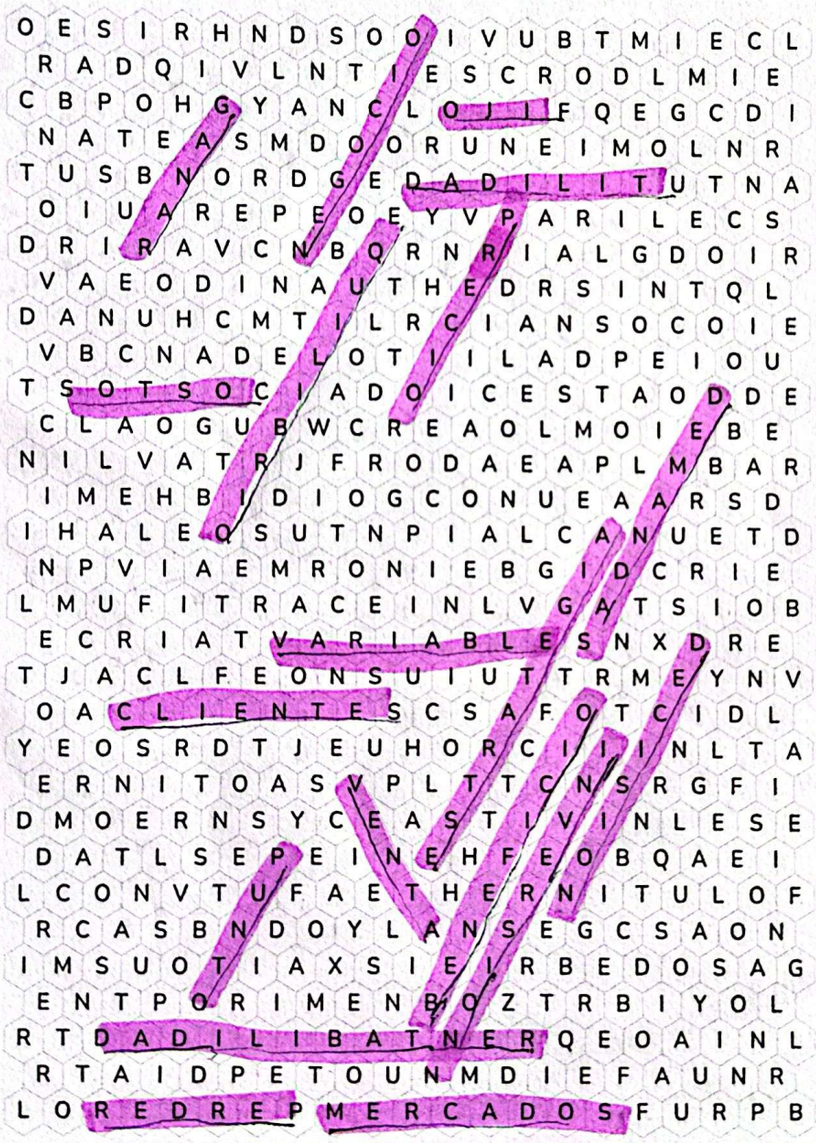
ABRIL

BENEFICIO
DEMANDA
GANAR
PERDER
UTILIDAD

CLIENTES
EQUILIBRIO
INVERSION
PRECIO
VARIABLE

COSTOS
ESTRATEGIA
MERCADO
PUNTO
VENTA

DECISION
FIJO
NEGOCIO
RENTABILIDAD



Fundacion Armenia

Instructora: Estefania Rios

Scanned with CamScanner

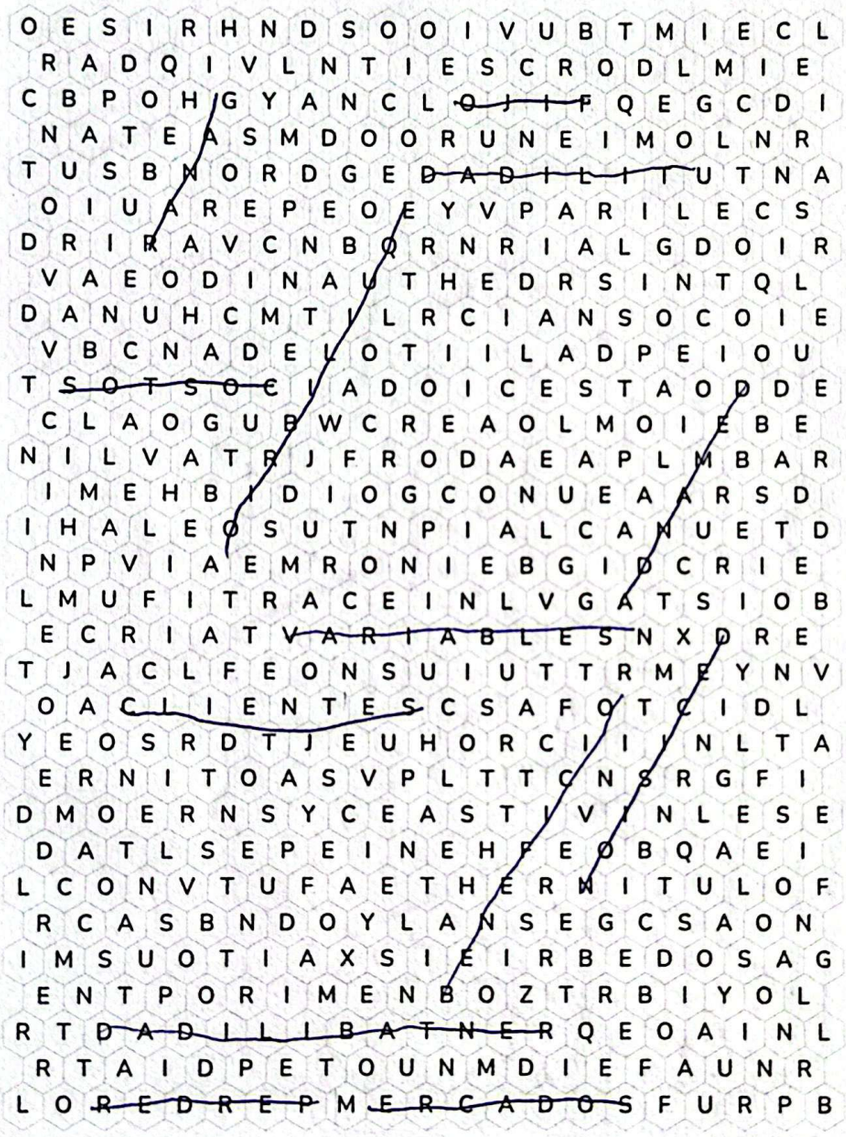
PUNTO DE EQUILIBRIO

BENEFICIO
DEMANDA
GANAR
PERDER
UTILIDAD

CLIENTES
EQUILIBRIO
INVERSION
PRECIO
VARIABLE

COSTOS
ESTRATEGIA
MERCADO
PUNTO
VENTA

DECISION
FIJO
NEGOCIO
RENTABILIDAD



Fundación Ármenia

Instructora: Estefania Rios

Scanned with CamScanner