



Proyecto fin de semestre.

Plan de negocios cariño animal

Autores:

- « Delarue Torres Andrea**
- « Martínez Rodríguez Brenda**
- « Ortega Ascencio Emiliano**

Fecha de publicación:

Febrero del 2020.

Palabras clave:

- « Cariño animal**
- « Modelo de negocios**
- « IAP**

Resumen

Los problemas que identificamos son la sobrepoblación de perros en el establecimiento, y la falta de espacio y techo para los animales, la falta de apoyo de parte de gobierno, solo recibe apoyo de particulares de una manera muy escasa.

Con este proyecto le brindaremos el conocimiento para crear las camas con material reciclado, para que pueda incluirlo como un taller en sus eventos y pueda ganar dinero por enseñar a hacer y vender las camas y así generar ingresos de una manera que no le quite tanto tiempo a la dueña de la IAP.

Nuestro valor se encuentra en la innovación del producto que desarrollamos el cual con camas para mascotas de material reciclado, ya que en el mercado tienden a ser más caras y las nuestras cuentan con diseños únicos para que resulte más atractivo al cliente con la finalidad de tener exclusividad a la hora de comprar. Es una idea que junta lo innovador con lo práctico, además de ser barato es de una calidad indiscutible.

Estructurando bien las ideas que ya hemos estudiado a fondo identificando la problemática y enseñando a la gente de la asociación como llevar a cabo cada paso del modelo de negocios dando cursos y donativos a la IAP haremos que este modelo se vuelva exitoso y ayude a sostener los gastos de la misma.

MATERIA LÍDER - PRINCIPIOS DE MERCADOTECNIA

1.- IDENTIFICAR EL MERCADO META PARA EL PRODUCTO TANGIBLE QUE COMERCIALIZARÁN CON BASE EN EL MODELO DE NEGOCIOS PLANTEADO.

El producto que se comercializará en este modelo de negocio serán camas para perros elaboradas con material reciclado, por lo que nuestro mercado meta son todas aquellas personas con perros, y que tienen esa consciencia ecológica, practicando el reciclaje.

2 IDENTIFICAR LA MEJOR ESTRATEGIA DE PRECIO PARA EL PRODUCTO Y MODELO DESARROLLADO.

La estrategia utilizada es “asignación de precio por penetración al mercado” ya que por lo general las camas industriales para perros están alrededor de los \$400 pesos y nosotros las venderemos en \$150 para así tener más ingresos, ventas y entrar rápidamente al mercado.

3 IDENTIFICAR EL MEJOR CANAL DE VENTA / DISTRIBUCIÓN.

Ya que este tipo de asociaciones no son apoyadas por los veterinarios porque dejan las cosas a precios más bajos, no podremos vender nuestro producto en veterinarias, pero podemos venderlo



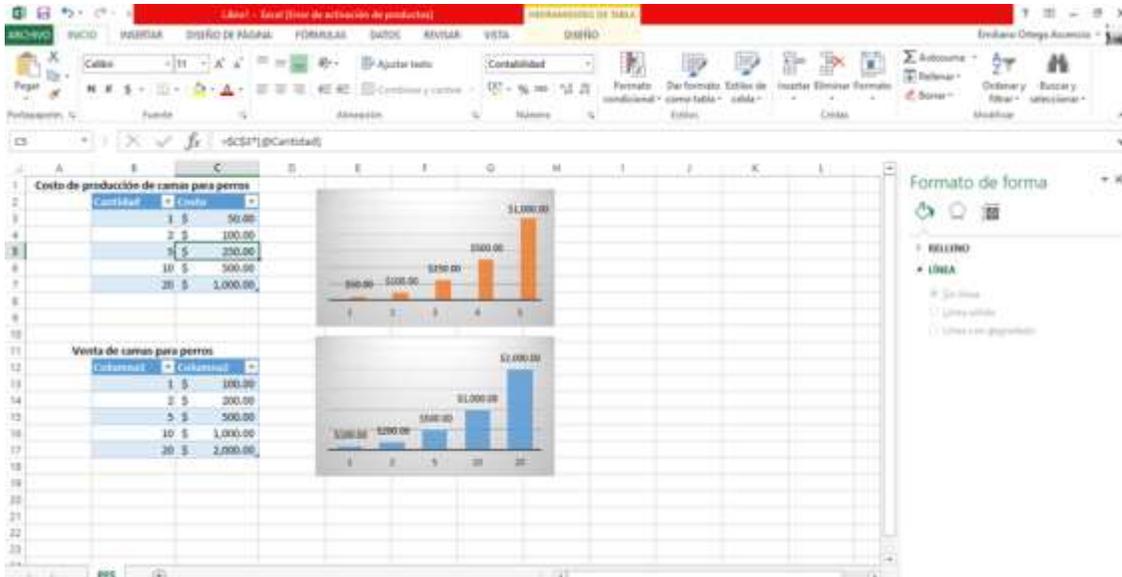
por internet ya que es un mercado más amplio porque personas de varios lugares pueden ver el anuncio, podemos hacer entregas personales o envíos y vender mucho más.

4 DISEÑAR EL CONCEPTO PUBLICITARIO / PROMOCIONAL PARA EL PRODUCTO Y MODELO DESARROLLADO.

Nuestro método de promoción es “BTL” en la modalidad on line. Mediante la página de Facebook de Cariño Animal difundiremos flyers digitales para que los seguidores conozcan nuestro producto y lo adquieran.

MATERIA ASOCIADA 1 - INFORMÁTICA APLICADA A LA EMPRESA

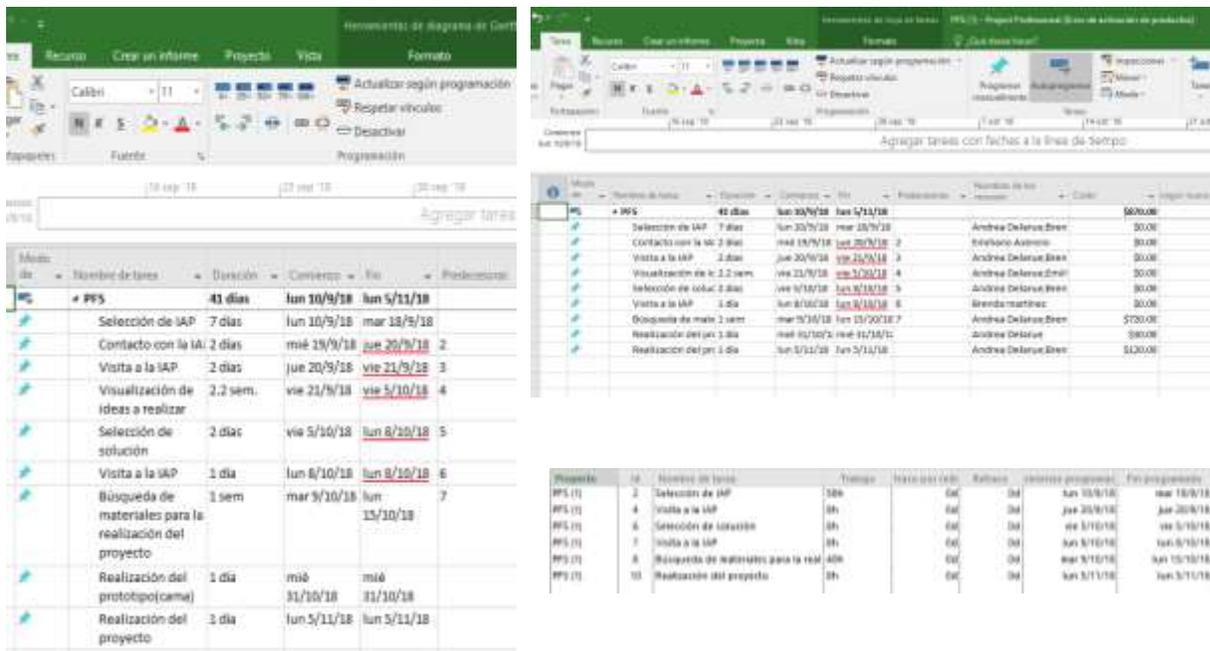
- 1 CON LA FINALIDAD DE FACILITAR LA ELABORACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIO, EL CUAL MOTIVE A LA REFLEXIÓN MEDIANTE UN LA IDENTIFICACIÓN DE LAS DISTINTAS PARTES QUE LO COMPONEN. UNA VEZ COMPLEMENTADAS TODAS LAS CUESTIONES QUE SE PLANTEAN, OBTENDRÁ SU PLAN ELABORADO CON FUNCIONES Y TABLAS DE EXCEL.



Con estas tablas y gráficos nos podemos dar una idea muy clara de cuánto nos costará hacer cada cama y en cuánto se venderán, para así saber la ganancia producto a producto que irá directamente a la IAP.

- 2 SE PLANEARA A DETALLE Y PRESUPUESTANDO, TAREAS, ESTRATEGIAS, COSTOS Y PLANES DE ACCIÓN SOBRE LA DESICION QUE SE TOMARA, FORMANDO UNA UNIDAD ESTRATÉGICA DE NEGOCIO O UNA EMPRESA, MISMA QUE SE ASENTARA EN LA HERRAMIENTA DE GESTION DE PROYECTOS (PROJECT).

Con esta unidad estratégica de negocio organizamos las tareas y actividades por hacer en el equipo, dividiéndolos por integrante y por tiempos de realización, una herramienta que nos ha facilitado el orden de lo que tuvimos que hacer.



3 PLASMAR EN DOCUMENTOS DE FACIL COMPRENCION Y SEGUIMIENTO PARA LOS CONTÍNUOS CAMBIOS DEL ENTORNO SOCIAL, POLÍTICO, DEMOGRÁFICO Y ECONÓMICO, QUE AFECTEN EL PLAN DE NEGOCIO; ES RECOMENDABLE ELABORARLO PARA PERIODOS A DESARROLLAR PARA LA CONSECUCCIÓN DE LOS OBJETIVOS (GENERAR DOCUMENTOS).

Generar documentos de fácil comprensión nos ayuda a tener un proyecto y completo con ideas aterrizadas y power point es la forma de presentarlo al espectador y que tenga la información bien clara.



4 SE PRESENTARA EN APOYA A LAS DECISIONES TOMADAS SOBRE LA DEFINICIÓN Y SELECCIÓN DEL MERCADO META, SU ORIENTACIÓN, OBJETIVOS CON EL CONSUMIDOR Y SUS NECESIDADES, CON LA INTEGRACIÓN Y RENTABILIDAD QUE ACCIONES TOMAR.

Nuestro mercado meta son personas que tengan perro/s o estén interesados en adoptar uno, al tratarse un miembro de familia, la relación con el cliente debe de ser de lo más acogedora. Las necesidades que detectamos en ellos son lo que nos mueve a apoyar a Cariño Animal, las personas que quieren adoptar perros necesitan encontrar un lugar en donde los rescaten y los perros necesitan una familia, sin embargo la necesidad que más nos interesa cubrir es la de la asociación, la cual necesita con urgencia darse a conocer para que el público en general le done o apoye económicamente, esto se debe a que la escasez de recursos no les permite darse la publicidad que necesitan para que más gente adopte a los perros.

5 SE PRESENTARA EL RESUMEN DE LA PLANIFICACIÓN CON TODOS SUS PUNTOS DEFINIDOS EN LAS DIFERENTES HERRAMIENTAS EXPERIMENTADAS PARA LOGRAR EL SEGUIMIENTO DE LAS FASES DE ANALISIS, DIAGNÓSTICO, PLANIFICACIÓN, RESULTADOS PREVISTOS Y SU PLAN DE NEGOCIO.

El primer paso del proyecto fue seleccionar una IAP que tuviera alguna necesidad, después de elegirla nos contactamos con ella. Una vez que les platicamos el proyecto y cómo pensábamos trabajar con ellos y lo aceptaron, visitamos todo el equipo sus instalaciones para conocer mejor y empatizar con sus problemáticas, después de analizar su mayor necesidad, hicimos una lluvia de ideas de soluciones para éste problema para terminar por escoger una.

Después de esto juntamos los materiales para hacer el producto y realizamos el primer prototipo que nos sirvió como base para el evento mayor. Realizamos este proyecto en un parque de perros, promocionándolo en Facebook e invitando a todos a llevar a sus perros disfrazados, aprovechando las épocas del día de muertos, y haciendo un curso de camas para perros, ayudándonos del prototipo que ya teníamos, sudaderas donadas y del crón comprado con una inversión inicial que se recuperó y hubo ganancias para la IAP. En este evento también mucha gente llevó donaciones de comida y cobijas para los perros.

MATERIA ASOCIADA 3 - ADMINISTRACIÓN (LCF / LAF)

1 APLICAR LA CORRECTA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA EN CUANTO A LA MISIÓN, VISIÓN Y VALORES DE LA EMPRESA

Planeación Estratégica:

1.1 Misión

Ayudar, difundir y promover la adopción de animales rescatados de situación de abandono y/o maltrato, realizadas por colaboradores y sociedad en conjunto, para mejorar su calidad de vida. Promover adopción y crear conciencia de la importancia y beneficio de la esterilización, así como el trato digno para los animales.

1.2. Visión

Nuestra visión es poder generar suficientes ganancias para poner donar continuamente a la fundación y que estas puedan seguir rescatando y cuidando de los animales que albergan, que sigan mejorando y expandiéndose a más.

1.3 Valores

- Integridad
- Respeto por otras vidas
- Respeto
- Responsabilidad

1.4 Objetivos

- Ayudar, difundir y promover la adopción de animales rescatados.

- Crear conciencia de la importancia y beneficio de la esterilización.
- Fomentar el trato digno hacia los animales.

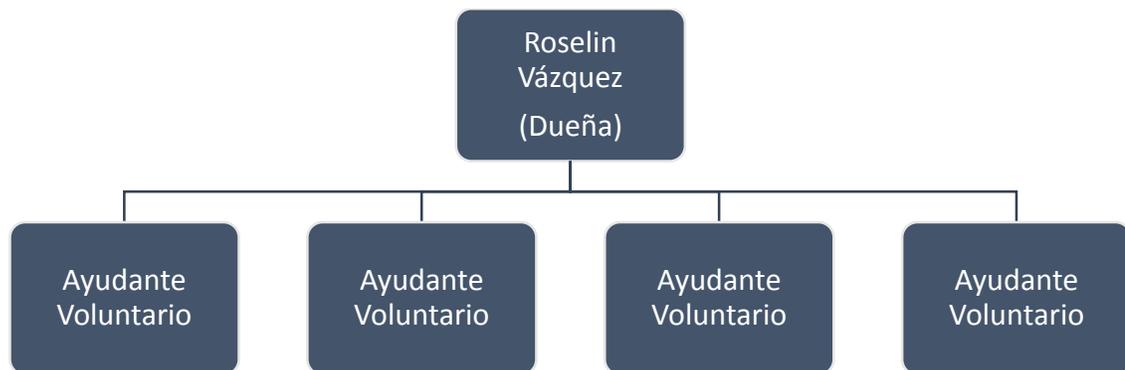
1.5 Metas

- Desegregación de los objetivos, cuantificando y estableciendo plazos.
- Poner en venta camas para mascotas a precios competitivos dentro del plazo de 6 meses
- Establecer una campaña masiva de promoción en todas las redes sociales posibles dentro del plazo de 6 meses

1.6 Estrategias

Aumentar la participación en el mercado mediante la oferta de un producto atractivo al cliente

2 DETERMINAR LA JERARQUÍA DE LA ORGANIZACIÓN INCLUYENDO LAS FUNCIONES DE CADA PUESTO



3 GENERAR UNA RED DE APOYO CON ADMINISTRACIONES PÚBLICAS, EMPRESAS, COLABORADORES Y ASESORES.

No pudimos conseguir con ningún proveedor porque nos ponían muchas trabas al querer donar producto, así que conseguimos donaciones independientes y la colaboración del M.V. Antonio Delarue Hawk

4 ESTIMAR POSIBLES INGRESOS A CORTO Y MEDIANO PLAZO Y DEMOSTRAR SU IMPACTO PARA LA FUNDACIÓN-ASOCIACIÓN

Inversión -\$50

Ingreso de ventas de producto x día del evento -\$950

Ingreso por participación de taller -\$180

Ingreso aproximado a 3 meses -\$3300

Ingreso aproximado a 6 meses -\$6600

5 DETERMINAR LOS GASTOS E INGRESOS PROYECTADOS ASÍ COMO EVALUAR LAS POSIBLES DESVIACIONES

Gastos proyectados -\$500 para 10 camas (ingresos suficientes)

Desviaciones- No hay

CONCLUSIÓN

Como equipo creemos que este proyecto no es solo para crear estrategias de negocios sino que también nos ayudó a ser conscientes de que hay cientos de asociaciones que necesitan esta clase de apoyo a nivel nacional.

Nos sentimos muy plenos al darnos cuenta de los resultados que nuestra idea estaba generando, finalmente queremos agradecer a la universidad Mondragón Mx. Por abrirnos esta posibilidad y estamos dispuestos a continuar ayudando y proponiendo, siempre con valores y buena voluntad.