

**FABRICACION Y COMERCIALIZACION DE ACCESORIOS
PARA LAS MASCOTAS**



SEBASTIAN GONZALES CONDE.

PAULA ANDREA SANCHEZ NARVAEZ.

**CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE
EDUCACIÓN SUPERIOR
CREACIÓN DE EMPRESA 2 - MODELOS DE
INNOVACIÓN 50101**

NEIVA –HUILA. BOGOTA DC.

2020.

COMPROMISOS DEL AUTOR

Yo Paula Andrea Sanchez Narváez identificado con C.C 1003801005 estudiante del programa de negocios internacionales declaró que: El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico ya administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Yo Paula Andrea Martínez Cabezas identificado con C.C 1003811276 estudiante del programa de negocios internacionales declaró que: El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico ya administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas

Yo Sebastián Gonzales Conde identificado con C.C 1012450983 estudiante del programa de ingeniería de sistemas declaró que: El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico ya administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

FIRMA

Paula Andrea Sanchez Narváz

1003801005

A photograph of a handwritten signature in black ink on a light blue background. The signature is cursive and appears to read 'Paula'. Below the signature, the word 'FIRMA' is printed in a small, black, sans-serif font.

Sebastián Gonzales Conde

1012450983

A photograph of a handwritten signature in black ink on a light gray background. The signature is highly stylized and cursive, with large loops and a prominent horizontal stroke across the middle.

TABLA DE CONTENIDO

| | PAG |
|---|------------|
| INTRODUCCIÓN | 6 |
| 1. DESCRIPCION DE LA IDEA DE NEGOCIO..... | 8 |
| 2. MODELO DE NEGOCIO..... | 10 |
| 2.1 ESTRUCTURA DE LA IDEA DE NEGOCIO..... | 10 |
| 2.2 MODELO DE NEGOCIO DE VENTAS POR INTERNET..... | 15 |
| 2.2.1 ¿COMO CAPTARÁ SUS CLIENTES SEGÚN EL MODELO DE VENTAS POR INTERNET ESCOGIDO?..... | 15 |
| 2.2.2 ¿COMO Y QUE ALTERNATIVAS OFRECERÁ A LOS CLIENTES SEGÚN EL MODELO DE VENTAS POR INTERNET ESCOGIDO?..... | 15 |
| 2.2.3 ¿COMO CERRARA LA VENTA POR INTERNET Y CUALES PODRÍAN SER LOS MÉTODOS DE PAGO UTILIZADOS ACORDE AL MODELO?..... | 15 |
| 3. INNOVACION SOSTENIBLE..... | 16 |
| 4. ANÁLISIS DEL SECTOR..... | 20 |
| 4.1 ESTRATEGIA OCÉANO AZUL..... | 20 |
| 4.2 ANALISIS PORTER..... | 22 |
| 5.MARKETING MIX..... | 25 |
| 5.1 ESTRATEGIAS DE PRODUCTOS PARA CLIENTES..... | 25 |
| 5.1.1 PORTAFOLIO..... | 26 |

| | |
|--|----|
| 5.2 ESTRATEGIAS DE PRECIOS..... | 36 |
| 5.3 ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCION..... | 38 |
| 5.3.1 ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN..... | 38 |
| 6.MATRIZ DE DESARROLLO DE MARCA..... | 42 |
| 7. ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL..... | 46 |
| 8. METRICAS CLAVES..... | 47 |
| 9. LOCALIZACION DEL PROYECTO..... | 51 |
| 10.INGENIERIA DEL PROYECTO..... | 53 |
| 11. PLANTILLA PMV..... | 56 |
| REFERENCIAS..... | 58 |

INTRODUCCION

la presente investigación nos muestra una idea de negocio moderna y al alcance de todos, como motivo principal de este proyecto es fabricar y comercializar ropa, camas y accesorios multifuncionales para las mascotas, buscando el bienestar, cuidado y estilo de nuestros animales.

nuestra idea de negocio busca una mejor protección, cuidado y estilo para las mascotas, brindando así productos de la mejor calidad. Buscamos ofrecer un excelente servicio y unos buenos productos.

Queremos ser los mejores en el mercado, reconocidos por nuestros productos de calidad, precio y multifuncionalidad. De esta manera mostraremos a nuestros clientes que pueden confiar en nuestro trabajo y en nuestros productos. Animal Style utilizara estrategias de marketing digital, siendo esta un gran potencial para la exhibición de nuestros productos (accesorios) caninos, brindando así nuestras asesorías, cuidados para ellos, nuestros catálogos y precios, con el cual buscar entablar una confianza del cliente con nosotros.

ANIMAL STYLE



1. DESCRIPCION DE LA IDEA DE NEGOCIO.



| | |
|---|---|
| <p>¿CUAL ES EL PRODUCTO OSERVICIO?</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Ropa, Camas y accesorios multifuncionales para cuidado e imagen de tu mascota. |
| <p>¿QUIEN ES EL CLIENTE POTENCIAL?</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Veterinarias, pet shops, hombres y mujeres entre los 16 a 60 años que ven a sus mascotas como un integrante más de su familia y buscan el bienestar, cuidado e imagen de ellos. |
| <p>¿CUAL ES LA NECESIDAD?</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Adquirir productos de calidad y diversidad de diseños para el bienestar y estilo de sus mascotas. |
| | |

| | |
|---------------------------------------|---|
| <p>¿COMO?</p> | <ul style="list-style-type: none">• Estableciendo un sector geográfico para la fabricación, comercialización y distribución de nuestros productos, diseñando estilos de ropa y camas multifuncionales y personalizados al gusto de nuestros clientes. |
| <p>¿POR QUÉ LO PREFERIRAN?</p> | <ul style="list-style-type: none">• Porque nuestros productos son multifuncionales, le brindan al cliente varias formas de uso, son de calidad, los precios son asequibles, además nuestros compradores tienen la opción de personalizar sus productos según sus gustos y preferencias. |

2. MODELO DE NEGOCIO

2.1 ESTRUCTURA DE LA IDEA DE NEGOCIO

| | | | | | |
|---|---|---|--|---|--|
| <p>¿Quiénes son los clientes? SEGMENTO</p> | <p>Nuestros principales clientes son Veterinarias, pet shops, hombres y mujeres entre los 16 a 60 años de la ciudad de Neiva, cuya necesidad es Adquirir productos de calidad y diversidad de diseños para el bienestar y estilo de sus mascotas.</p> | <p>¿Cuál es la propuesta de valor?</p> | <p>Para todas las personas que desean ver a sus mascotas al mejor estilo. Adquiriendo productos de calidad, estilo, multifuncionalidad, para el bienestar y apariencia de sus mascotas. nuestros precios son asequibles; con esto brindamos comodidad, estilo y protección a sus mascotas.</p> | <p>¿Cuáles son los recursos y procesos necesarios?</p> | <p>Para crear y elaborar nuestros productos principalmente necesitamos de personal que sepa coser (Modista) administrar redes sociales y venta.</p> <p>Otros recursos que necesitaremos son:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Materia prima -Mesa de corte -Cortadora - Máquinas de coser |
|---|---|---|--|---|--|

| | | | | |
|--|--|--|--|--|
| | | | | <p>- Telas, cordones, botones, hilo, aguja y cintas, etc.</p> <p>Nos contactaríamos con nuestros clientes a través de redes sociales, por este medio haríamos el proceso de compra donde nos especificarían el modelo, color talla, etc. de las camisas y ropa y que desearían adquirir. Y nosotros se los llevamos o entregamos hasta la puerta de su casa.</p> |
|--|--|--|--|--|

| | | | | | |
|--|---|--|---|---|--|
| <p>¿Cuáles son los costos para entregar una propuesta de valor?</p> | <p>Costos:</p> <p>-Materia prima: \$1'000.000</p> <p>-Tecnología: \$200.000</p> <p>-Empaque \$30.000 en un mes</p> <p>-Energía \$170.000 mensual</p> <p>-Maquinaria \$6'000.000</p> <p>Etc.</p> | <p>¿Cómo se entrega la propuesta de valor</p> | <p>comercializaremos ropa, camisas y accesorios multifuncionales para las mascotas, el precio varía según su diseño y tamaño. Tenemos estimado vender más de 100 camisas y prendas de ropa y demás accesorios. de esta manera generar ganancias aproximadas al 50%.</p> | <p>¿Cómo generar ingresos y fuentes de financiación?</p> | <p>Se genera una estrategia de mercadeo donde le damos la opción al cliente de poder personalizar la ropa y camisas de sus mascotas a gusto de ellos.</p> <p>se buscaría unir fuerzas con empresas textiles para buscar rebajar el precio de la materia prima lo máximo posible y así poder invertir en otras áreas, para así mejorar el nivel de satisfacción de cliente. De esta manera fidelizar nuestro cliente y así poder generar las ganancias que se tienen estimadas.</p> |
|--|---|--|---|---|--|

| | | | | | |
|---|--|---|---|---|--|
| <p>¿Cómo puede ser sostenible?</p> | <p>El capital necesario lo obtendremos mediante un préstamo del banco, luego necesitaremos máquinas de coser, cortadora, telas, cordones, botones, hilo, aguja y cintas y demás materiales que son necesarios para hacer la ropa y camas para las mascotas y de esa manera satisfacer las necesidades de nuestros clientes.</p> <p>Teniendo en cuenta los últimos resultados de Fenalco donde indican que el 37% de la población en Colombia poseen mascota, y que dicho animalito es principalmente tratado como un hijo, se buscaría entregar el mejor servicio y producto, cómodo y totalmente personalizado a un precio asequible.</p> | <p>¿Cómo se puede generar relaciones con los clientes?</p> | <p>Implementaremos promociones, descuentos exclusivos para nuestros clientes,</p> <p>Anuncios en las redes sociales para así llegar a más personas.</p> <p>Nuestros clientes tendrán asesoría personalizada para el cuidado y estilo de sus mascotas.</p> | <p>¿Qué alianzas estratégicas se pueden generar?</p> | <p>Las principales serían alianzas tanto con empresas textiles para reducir costos en materia prima y así favorecer el área de creación de nuestra marca.</p> <p>- veterinarias, pets shops y tipos de establecimientos que vendan ropa para mascotas.</p> |
|---|--|---|---|---|--|

Referencias

FENALCO. (s.f.). *FENALCO*. Obtenido de FENALCO: Fenalco Presidencia Nacional. 2020. Estudio De Mascotas. [en línea] Disponible en: <<http://www.fenalco.com.co/nod/e/1863>> [Ingreso 25 Agosto 2020].

2.2 MODELO DE NEGOCIO DE VENTAS POR INTERNET

2.2.1 ¿COMO CAPTARÁ SUS CLIENTES SEGÚN EL MODELO DE VENTAS POR INTERNET ESCOGIDO?

Implementaríamos estrategias de marketing digital, con promociones, productos exclusivos, además brindaremos asesoría personalizada para el cuidado y estilo de las macotas. Enviaremos la invitación para puedan visitar nuestra red social y de esta manera se puedan enterar de todas las sorpresas que tenemos preparadas.

2.2.2 ¿COMO Y QUE ALTERNATIVAS OFRECERÁ A LOS CLIENTES SEGÚN EL MODELO DE VENTAS POR INTERNET ESCOGIDO?

Ofreceremos diversidad de estilos, modelos y precios de nuestros productos (camas y ropa)

2.2.3 ¿COMO CERRARA LA VENTA POR INTERNET Y CUALES PODRÍAN SER LOS MÉTODOS DE PAGO UTILIZADOS ACORDE AL MODELO?

Mostraremos a nuestros clientes que nuestros productos son los mejores del mercado, daremos a conocer las características y precios. Después de que el cliente se haya decidido por adquirir nuestra ropa o camas, procederemos a pedir sus datos personales como: dirección, fecha de entrega, cantidad, color, diseño etc., para así poder hacer la respectiva entrega.

Nuestro medio de pago es por Efecty, transferencia bancaria o en efectivo.

3. INNOVACION SOSTENIBLE

|  | AGUA | ENERGIA | MATERIAS PRIMAS | EMISIONES | RESIDUOS |
|---|---|--|---|---|---|
| <p>Producto o servicio ¿El producto tiene un ecodiseño?</p> | <p>¿Usa eficientemente el agua?</p> | <p>¿Reduce los consumos de energía?</p> | <p>¿Reduce los insumos?</p> | <p>¿Ha medido su huella de carbono?</p> | <p>¿Qué residuos recicla?</p> |
| | <p>Si, dado que es importantísimo el cuidado del agua.</p> | <p>Si</p> | <p>Si</p> | <p>No</p> | <p>Prácticamente se recicla todo, ya que con las telas sobrantes se pueden generar mas prendas, caso igual que con los hilos.</p> |
| <p>Si, ya que los materiales usados son ecológicos con el medio ambiente,</p> | <p>Se disminuye el uso en lo mas posible, dado que las telas usadas son adquiridas de</p> | <p>Se utilizan focos de bajo consumo (ahorradores), las maquinas son</p> | <p>Se compra la materia prima necesaria para fabricar la cantidad de ropa</p> | <p>¿Cuál es el resultado?</p> | <p>Además de las prendas</p> |

| | | | | |
|--|---|--|--|--|
| se utilizarán telas ecológicas como el algodón o el bambú. | otras empresas textiles, por lo que se evita su fabricación, además en el establecimiento donde se diseñan las prendas, el agua es utilizada para lo necesario. | utilizadas en horas estimadas, los computadores tienen reguladores, que disminuyen al mínimo el gasto de la energía. | y camisas que se tienen estimadas. Los residuos de tala serán reutilizados en otras prendas de esta manera no se desperdiciará nada. | defectuosas se pueden reusar para otro tipo de prendas como pañoletas o pequeños sombreros, corbatas, almohadas, cucos de celo, corbatines, moños, vestidos talla mini |
| | | ¿Utiliza químicos? | | |
| | | No | | |
| | | ¿Qué empaque y embalaje utiliza? | | |
| | | Para empacar nuestros productos se utilizan bolsas de papel Kraft (bolsas de cartón reciclable). | | |

| | | | | | |
|---|--|--|---|--|--|
| | | <p>Además, vienen con un diseño único y colorido que permitirán que sean reutilizadas.</p> <p>Se usan cajas de cartón que se biodegradan mucho más rápido.</p> | | | |
| <p>Marketing</p> <p>¿Realiza algún tipo de campaña que favorezca al medio ambiente?</p> | | <p>¿Qué medios de transporte utiliza?</p> | <p>¿Qué materiales utiliza para las actividades de marketing?</p> | | |

| | | | | | |
|--|--|--|---|--|--|
| <p>Se transmite al público como son de sostenibles, los productos, las características, beneficios, etc. Además de que todas las materias primas son 100% amigables con el ambiente.</p> <p>Daremos a conocer los diferentes usos que se pueden dar a nuestros productos y empaques.</p> | | <p>Se utilizan medios tradicionales, como automóviles o bicicletas en caso de ser regional, o envíos por camión en caso de ser nacional.</p> | <p>utilizaremos catálogos digitales, flyers digitales, etc.</p> <p>Utilizaremos campañas de promoción virtuales. nuestro logo será impreso en papel reciclado</p> | | |
|--|--|--|---|--|--|

4. ANÁLISIS DEL SECTOR



4.1 ESTRATEGIA OCÉANO AZUL

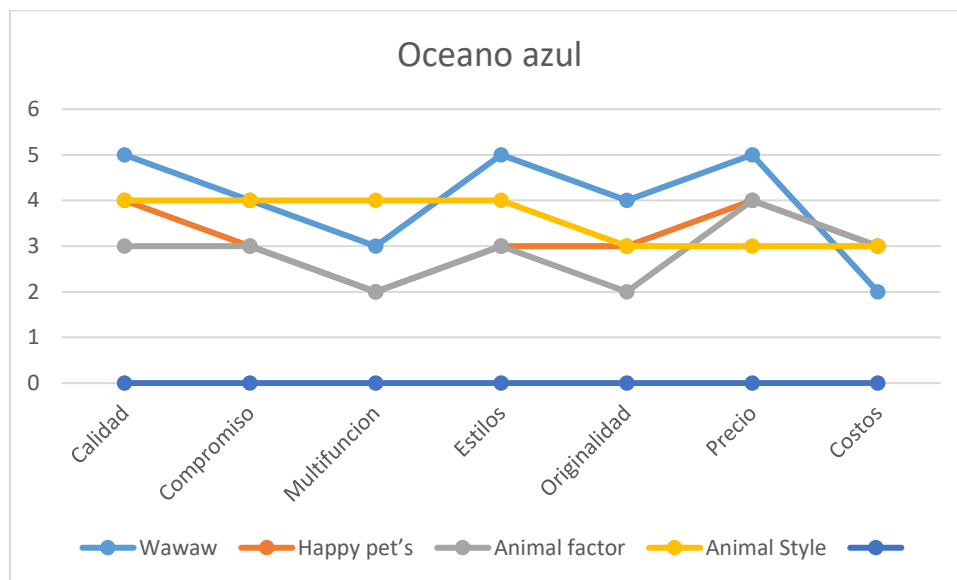
1. Identifique quien es su competencia

Nuestra competencia directa seria Wawaw, Happy pet's y Animal factor, son 3 empresas nacionales que se encargan de todo tipo de implementos para mascotas, desde arneses, ropa, y todo lo relacionado con servicios veterinarios.

2. Defina las variables importantes para su idea de negocio

- Calidad
- Compromiso
- Limpieza
- Multifunción
- Estilos
- Originalidad
- Precio

| Empresas | Calidad | Compromiso | Multifunción | Estilos | Originalidad | Precio | Costos |
|---------------------|-------------|-------------|--------------|-------------|--------------|----------|---------|
| Wawaw | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 2 |
| Happy pet's | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 |
| Animal factor | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 |
| Animal Style | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| | Incrementar | Incrementar | Incrementar | Incrementar | Incrementar | Mantener | Reducir |



ESTRATEGIAS

- A. Generar estrategias de promoción, de esta manera atraeremos más clientes.
- B. Dar a conocer por medio de publicidad por redes sociales nuestros productos y accesorios multifunción.
- C. Buscamos incrementar nuestra calidad mejorando los materiales.
- D. Reducir costos llegando a acuerdos con empresas textiles y de maquinaria, de esta manera comprar al por mayor
- E. Hacer alianzas con veterinarias y pet's shop, para que estas distribuyan nuestras ropa, camas y accesorios multifunción y de esta manera abarcar mas mercado.

4.2 ANALISIS PORTER

- **BARRERAS DE ENTRADA**

AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTOS

la ropa cumple la función de cubrir la piel como un abrigo, por ende, las personas pueden optar por hacer sus prendas ellos mismos o modificar y acoplar cualquier otro tipo de ropa. Los dueños también pueden elegir que la única protección para sus mascotas sea su pelaje y de esta manera no adquirir ninguna prenda.

- **FUERZAS DE LOS PROVEEDORES**

AMENAZA DE LOS NUEVOS COMPETIDORES ENTRATES

Las barreras de entrada en este sector son de muy fácil acceso, ya que este sector comercial está en constante crecimiento, cada vez son más las personas que quieren ingresar, su capital de inversión es bajo, no necesita de muchas cosas para llevarlo a cabo. Además, las personas se están dando cuenta que el tema de vender accesorios para mascotas es rentable por que últimamente las mascotas las han ido humanizando en el sentido de que las tratan como si fueran otro hijo más.

- **FUERZA DE LOS DISTRIBUIDORES**

PODER DE NEGOCIACION DE LOS PROVEEDORES

Es importante establecer una relación estratégica con los proveedores textiles y de maquinaria, ya que se pueden obtener ganancias y beneficios significativos para la empresa. Los proveedores son parte esencial y tiene gran importancia en la empresa. Hay gran variedad de proveedores por esto es importante que la empresa encuentre la mejor opción y de esta manera obtener productos de calidad y a un buen precio, con ello la empresa será más optima a la hora de la comercialización.

 **PRODUCTOS SUSTITUTOS****PODER DE NEGOCIACION DE LOS CLIENTES**

El cliente es libre de escoger en qué lugar y que modelo de ropa o cama desea comprar, puede optar por cambiarse para otra marca. Esto sucede porque el comprador busca calidad y un mejor precio en cada prenda o accesorio que adquiere. Existen muchas empresas que manejan sus precios muy parecidos, pero el cliente siempre buscara lo que mejor para su mascota y para si mismos, por eso en varios casos el cliente tienda a cambiar de marca y esto puede convertirse en una amenaza grande para nuestra empresa.

COMPETIDORES ACTUALES

RIVALIDAD ENTRE LAS EMPRESAS

En el mercado de los accesorios y ropa para las mascotas las empresas siempre buscan generar ventajas mediante estrategias de marketing, disminución de precios, cambios en su infraestructura, promociones, etc. De esta forma atraer y atrapar al cliente y así ir ganando mercado. Entre más fuerte sea una empresa en el mercado, mayor será su rentabilidad obtenida y menor será su riesgo de pérdida.

5. MARKETING MIX

5.1 ESTRATEGIAS DE PRODUCTO PARA CLIENTES

NUCLEO: Tipos de telas utilizadas en la fabricación de ropa para las mascotas, algunos de los tipos más utilizados son: algodón, bambú, ceda poliéster, Pat primo, Dacrón estampado etc.


CALIDAD: La fase de la producción está dirigida por personal altamente calificado para diseñar, confeccionar y manejar las herramientas como: maquina de corte, maquina plana, fileteadora, etc. Utilizando material de alta calidad además siendo materia prima ecológico, obtenidas de nuestros proveedores del sector textil.

ENVASE: bolsas de papel Kraft (bolsas de cartón reciclable), con un diseño único y colorido que permitirán que sean reutilizadas.



DISEÑO: Nuestros diseños cuentan con gran variedad de estilos, colores, tallas, formas, tamaños, que reflejan frescura, comodidad y moda a las mascotas.

5.1.1 PORTAFOLIO

CAMAS

| <p style="text-align: center;"><i>Cama cubo M</i></p>  | <p style="text-align: center;">CAMA CUBO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Materiales: Elaborados en Tela antifluído, Dacrón estampado, unicolor, Ceda poliéster y Tafeta. Espuma con densidad de 2. - Cama en forma de cubo - Multifunción: tiene 2 formas de uso - Fácil Lavado - Cojín removible -Diferentes Colores - Disponible en talla S y M - Medidas Talla S: 36 x110 - Medidas Talla M:44x166 |
|--|--|

| | |
|---|--|
| <p><i>Colores surtidos</i></p> <h2>Casa Enano</h2>  <p><i>colchón removible</i></p> <p><i>Desarmable, para fácil lavado y transporte</i></p>  <p><i>Talla Única Alto - 35 cm Fondo - 31 cm Ancho (piso) - 23 cm</i></p> | <h3>CASA ENANO</h3> <ul style="list-style-type: none"> - Materiales: Elaborados en Tela antifluido, Dacrón estampado, unicolor, Ceda poliéster. Espuma con densidad de 2. -Cojín Removible - Tiene desprendible (velcro) para facilitar su lavado y transporte. -Talla Única - Diferentes Colores |
| <h3>colchoneta unicolor</h3>  <p><i>fácil lavado</i></p> <p><i>cremallera en cada pieza</i></p> <p><i>diferentes colores</i></p>  | <h3>COLCHONETAS</h3> <ul style="list-style-type: none"> -Materiales: Elaborados en Tela piel de conejo o peluche, Tafeta. Relleno con algodón. - Disponibles en diferentes tallas: S, M, L, XL, XXL. - Variedad de colores -Fácil Lavado - Cremallera en ambos lados para facilitar su lavado. |

| | |
|--|---|
| <p><i>Ideal Para Razas Pequeñas</i></p> <h2>Iglú</h2>  <p>Cómodo</p> <p>Calientico</p> <p>Colchón Removible</p> <p>Talla única 43x35x38</p> | <h3>IGLÚ</h3> <p>Materiales: Elaborados en Tela antifluido, Dacrón estampado, unicolor, Ceda poliéster y Tafeta. Espuma con densidad de 2.</p> <ul style="list-style-type: none"> -Ideal para raza pequeña -Talla Única -Cojín Removible -Variedad de colores -Medidas: 43x35x38 |
| <h3>Cama Americana</h3>  <p>cremallera en cada pieza</p> <p>facil lavado</p> <p>diferentes colores</p> | <h3>CAMA AMERICANA</h3> <p>-Materiales: Elaborada en Tela fleece, Tela antifluido o Dacrón estampado, Tafeta. Espuma con densidad de 3 y 5.</p> <ul style="list-style-type: none"> -Disponibles en talla: XS, S, M, L -Fácil Lavado -Variedad de colores -Cremallera a un costado para facilitar el lavado. |

ROPA**CAMISETAS
HAWAIANAS**

Materiales: Tela rayón
estampado.

- Variedad de estampados
- Variedad de tallas

**CAMISETAS
PERSONALIZADAS**

Material: Elaborado en
tela Pat primo negro.

- Variedad de tallas,
estampados, colores.
- Variedad de diseños.

| | |
|---|---|
|  | <p>VESTIDOS FRESH</p> <ul style="list-style-type: none">- Material: Elaborado en tela pat primo, tela elástica de lycra.-Variedad de diseño, tallas, colores. |
|  | <p>VESTIDO CHOCHITOS</p> <ul style="list-style-type: none">- Material: poliéster algodón estampado, dacrón estampado, Cintas, flores, media argollas.- Variedad de diseño, tallas, colores. |

| | | |
|--|--|--|
|  | | |
|  | | <p>VESTIDO PINK</p> <ul style="list-style-type: none">- Material: poliéster algodón estampado, dacrón estampado.- Variedad de diseño, tallas, colores. |

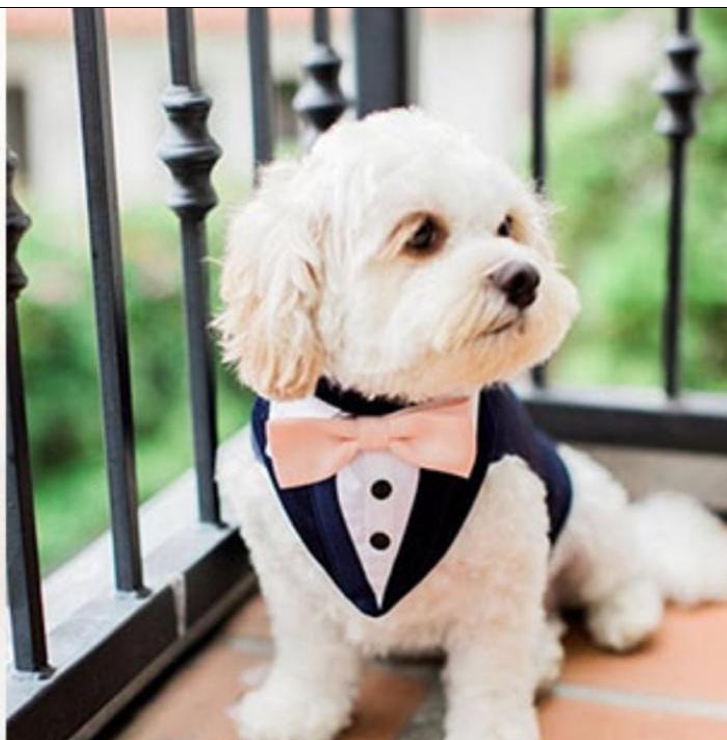
**VESTIDO ELEGANTE****ROSA**

- Material: Poliéster
algodón estampado,
Dacrón estampado, Satín.
- Variedad de diseño,
tallas, colores



VESTIO GALA

- Material: Elaborado en tela Satín, tela tul de poliéster con purpurina en color morado, cinta satinada.
- Variedad de diseño, tallas, colores



SMOKIN AZUL OSCURO

- Material: Elaborado en tela dacrón unicolor, paño, tela algodón, lana o satinadas.
- Variedad de diseño, tallas, colores.



VESTIDO GALA

- Material: Elaborado en tela Satín, tela tul de poliéster con perlas, cinturón de perlas, rosas en tela elegida.
- Variedad de diseño, tallas, colores

ACCESORIOS



GARGANTILLA BATMAN

- Material: Elaborado en riata 3/4, tradilla y chapas 3/4.
- Variedad de diseño, tallas, colores



GARGANTILLA PLACA

Material: Elaborado en riata de diferente tamaño: 5/8, 3/4, XL, XXL. tradilla y chapas, placas.

- Variedad de diseño, tallas, colores

5.2 ESTRATEGIA DE PRECIOS

| COSTOS FIJOS | | |
|---------------------------------|---------------------------|----------------------------|
| | PRODUCCION GENERAL | LINEA DE PRODUCCION |
| MANO DE OBRA | \$ 425.000 | \$ 150.000 |
| SERVICIOS PUBLICOS | 300.000 | 100.000 |
| TARJETAS DE PRESENTACION | \$ 50.000 | \$ 20.000 |
| TECNOLOGIA | \$ 200.000 | \$ 100.000 |
| | \$1'750.000 | \$720.000 |

| <u>COSTO DE PRODUCCION</u> |
|-----------------------------------|
| MATERIA PRIMA DIRECTA: |
| -TELA: 300.000 |
| -CREMALLERA: 30.000 |
| -ESPUMA: 100.000 |
| -CINTAS: 25.000 |
| -MP: 425.000 |

| |
|-------------------------------------|
| <u>MANO DE OBRA DIRECTA:</u> |
| -SUELDO OPERARIA 1: 500.000 |
| -SUELDO OPERARIA 2: 500.000 |
| MOD: 1'000.000 |

COSTOS INDIRECTOS:

MANTENIMIENTO MAQUINAS: 40.000

SERVICIOS PUBLICOS: 300.000

SALARIO VENDEDOR: 500.000

SEGURO MAQUINARIA: 50.000

EMPAQUE: 30.000

C.I.F: 920.000**+ COSTOS DE PRODUCCION**

M.P + M.O.D + C.I.F

425.000 + 1.000.000 + 920.000

C.P: 2.345.000**+ COSTO CONVERSION**

M.O.D + C.I.F

1.000.000 + 920.000

C.C: 1.920.000**+ COSTO UNITARIO**

C.P 2.345.000 \200 unds

C.V: 11.725

5.3 ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN

CANAL DE MARKETING INDIRECTO

ANIMAL STYLE llegará al cliente final por medio de veterinarias, pets shops y establecimientos que vendan ropa para mascotas.

5.3.1 ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

- **PUBLICIDAD:** contaremos con publicidad en las redes sociales, por medio de videos, ilustraciones, etc. Donde Comunicaremos y daremos a conocer las características de nuestros productos.
- **PROMOCION DE VENTAS:** Nuestra empresa maneja estrategias de promoción, descuentos 2 veces al mes. De la misma manera por compras iguales o superiores a 80.000 mil pesos, en nuestra página web adquirirán un cupón de descuento del 10% en su próxima compra.
- **VENTAS PERSONALES:** subiremos videos e imagines de nuestros clientes, de esta forma mostraremos el proceso final de nuestras ventas.
- **RELACIONES PUBLICAS:** Nuestra empresa cuenta con página web actualizada.

Link de la página: <https://animalstyle40.wixsite.com/animalstyle>

- **MARKETING DIRECTO:** Contamos con un correo electrónico animal.style4@gmail.com donde los clientes podrán enviarnos todas sus inquietudes relacionadas con los diseños, tallas, colores, etc., También podrán dejarnos sus sugerencias e inconformidades.

| MARKETING MIX | | | | | | |
|---------------|---|---|--|--|--|---|
| ESTRATEGIA | OBJETIVO SMART: | COMO (describa como llegara al objetivo) | QUIEN (con que medios o personas se apoyara) | CUANDO (tenga presente la fecha) | DONDE (defina específicamente el lugar donde lo realizara) | VALOR (aproximación al costo). |
| | aumentar las ventas en nuestra página web un 30%, de esta manera la producción será más elevada y así convertiremos en la empresa preferida de las personas | Llegaremos a nuestro objetivo por medio de incentivos (promociones, descuentos, cupones). | Los medios que se utilizaran son página web, redes sociales, y la técnica de la voz a voz. | Estimamos que en los próximos 6 meses. Siendo más claros el 25 de abril del 2021, nuestra empresa habrá aumentado su | Nuestra empresa se manejará principalmente por la página web, pero en la ciudad de Neiva tendremos ubicado nuestro taller de producción. | El costo estimado de producción es de: \$ 2.345.000 |

| | | | | | | |
|-----------------|--|----------------------------|--|---------------------------------------|----------------------------|--|
| | en los próximos 6 meses. | | | porcentaje de ventas y su producción. | | |
| PRODUCTO | ROPA (vestidos, smoking, tutus) | CAMAS IGLU | CAMAS AMERICANAS | CAMA CASA | CAMA CUBO | GARGANTILLAS |
| PRECIO | varían según su tamaño y estilo. Los precios estimados varían entre 8.000 mil, 25.000 mil a 40.000 mil | Su precio es de 30.000 mil | Su precio varía según su tamaño: - La talla XS cuesta 25.000 mil. -La talla S cuesta 30.000 mil. -La talla M cuesta 35.000 mil. | Su precio es de 38.000 mil | Su precio es de 40.000 mil | Varían según su tamaño: -La gargantilla 5/8 cuesta: 8.000 mil. -La gargantilla 3/4 cuesta 12.000 mil. -La gargantilla |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | -La talla L cuesta 40.000 mil. | | | XL cuesta 15.000 mil. -La gargantilla XXL cuesta 20.000 mil. |
| PROMOCIO N Y COMUNICA CIÓN | 2 veces al mes se implement arán promocio nes y descuento s. | 2 veces al mes se implement arán promocio nes y descuento s. | 2 veces al mes se implementa rán promocione s y descuentos. | 2 veces al mes se implement arán promocio nes y descuento s. | 2 veces al mes se implementa rán promocione s y descuentos. | 2 veces al mes se implementará n promociones y descuentos. |

6. MATRIZ DE DESARROLLO DE MARCA

| PASOS | OBJETIVOS | RESULTADO |
|--|--|---|
| <p>Primer Paso: Diagnostico del mercado</p> | <p>A. Identificar el sector</p> | <p>Moda y Accesorios para mascotas. Cultura y Creatividad.</p> |
| | <p>B. Identificar marcas en competencia</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Wawaw - Happy pet's - Animal factor - Kinky - Le pet |
| | <p>C. Soluciones principales y alternativas</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Servicios Médicos - Servicios Cosméticos - Bozales y Chalecos de Fuerza |
| | <p>D. Tendencias del mercado</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Alimentación - Vestimenta - Medicina |
| | <p>E. Arquetipo de la marca</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Inocente - Explorador - Protector |
| <p>Segundo Paso: Realidad psicológica de la marca</p> | <p>A. Percepción de las marcas de la competencia</p> | <p>Diseños innovadores, buena implementación, buena campaña de marketing y una página atractiva</p> |
| | <p>B. Identificar variables de neuromarketing</p> | <p>Usan muchos los colores que ahí en las tendencias de la moda actual, además usan diseños frescos e innovadores</p> |

| | | |
|---|--|---|
| <p>Tercer Paso:</p> <p>Posicionamiento</p> | <p>A. Identificar Top of mind</p> | <p>Los ven como personas responsables, que, si preguntan algo, saben que les van a contestar lo más rápido posible con la máxima amabilidad.</p> |
| | <p>B. Identificar Top of heart</p> | <p>Siempre buscan la comodidad de las mascotas, las tratan con la mayor delicadeza, por lo que los clientes los ven como personas en las que confiar para sus mascotas</p> |
| <p>Cuarto Paso: Realidad</p> <p>Material de la Marca</p> | <p>Traducir nuestra propuesta de valor en la marca</p> | <p>Nosotros buscamos ayudar a que las mascotas se sientan cómodas y a gusto.</p> <p>No solo buscamos lo económico si no más lo emocional ayudando a sus dueños a elegir con lo que mas se sientan a gusto y buscando la comodidad de las mascotas, con diseños totalmente personalizables, así nuestros clientes pueden elegir lo que quieren para sus amiguitos.</p> |

| | | |
|---|--|---|
| | | Además de ofrecer precios asequibles al público. |
| Quinto Paso: Estrategia de comunicación. | Desarrollar acciones continuas para la introducción de la marca en el mercado, que estén ligadas a la medicación tecnológica y de redes sociales | <p>Nosotros buscamos introducir nuestra marca mediante redes sociales, contamos con una página web activa y un Facebook totalmente funcional, además buscamos en diferentes blogs información de lo que las personas quieren y se está implementando en la plataforma.</p> <p>Además, en nuestra página web se encuentra un blog para que las personas dialoguen y dejen sugerencias para la mejora continua y tienen total contacto con nosotros en caso de dudas.</p> <p>La plataforma se irá actualizando conforme los clientes vayan dejando sus opiniones,</p> |

| | | |
|--|--|--|
| | | <p>además se irán agregando ofertas o descuentos por tiempo limitado.</p> <p>También se crea contenido atractivo e interesantes para atraer todo tipo de clientes, y para las personas que nos sigan conseguirán unos descuentos u ofertas exclusivos.</p> |
|--|--|--|

7. ESTRATEGIAS DE MARKETIN DIGITAL

Contamos con una página web y pagina de Facebook, donde podrás encontrar el catálogo de los productos, nuestra historia, medios de contactos, etc.

URL de la página web: <https://animalstyle40.wixsite.com/animalstyle>

URL de la página de Facebook: <https://www.facebook.com/Animal-Style-109626837600347/>

Las herramientas digitales que más utilizaremos son: Herramientas de página web, Herramientas de marketing y publicidad.

7.1 ESTRATEGIAS DE MARKETIN DIGITAL

Implementaremos estrategias de social media markeing; nuestro enfoque está en poner en parcha nuestra página web y pagina de Facebook. Donde compartiremos toda la información de nuestra empresa y nuestros productos. Allí encontraras promociones, grandes descuentos y cupones.

The image shows a screenshot of the Wix website editor interface. On the left, there is a dark sidebar with the 'ANIMAL STYLE' logo and navigation options like 'Menú principal', 'Productos de la tienda', 'Productos', and 'Categorías'. The main workspace displays a product page for 'Cama Cubo'. The top section is titled 'Imágenes y videos' and shows a product image of a patterned cat bed with a cat inside. Below this is the 'INFORMACIÓN DEL PRODUCTO' section, which includes 'INFORMACIÓN BÁSICA' with fields for 'Nombre' (Cama Cubo), 'Cinta' (NUEVO), 'Precio' (\$ 35000), and 'Oferta' (checked). There is also a 'Mostrar precio por unidad' option. On the right side of the editor, a Facebook sharing window is open, showing the product image and text: 'ANIMAL STYLE 40 WIXSITE.COM Cama Cubo | ANIMAL STYLE'. The window includes options to 'Compartir en Facebook', 'Etiquetar amigos', 'Estoy aquí', and 'Sentimiento/actividad'.

8. METRICAS CLAVES

← Estadísticas de la página

27 de septiembre - 24 de octubre Últimos 28 días ▼



Publicaciones ?

[VER MÁS](#)

17 publicaciones realizadas en los últimos 28 días.

PUBLICACIONES CON MÁS INTERACCIÓN



Vestido Gala 🥳

...

24 de octubre

Alcance 12

Interacciones 9



SMOKING AZUL OSCURO ❤️...

24 de octubre

Alcance 12

Interacciones 8



Vestido chochitos

👗 🐱 🐱 Exclusiv...

24 de octubre

Alcance 9

Interacciones 8

← Estadísticas de la página

Descubrimiento ?

17

Alcance de la página

▲ 17 últimos 28 días

46

Visitas a la página

▲ 46 últimos 28 días



Agrega contenido a la historia de tu página

Llega a las personas con una foto o un video en las historias de la parte superior de la sección de noticias.



Público

25

Total de Me gusta

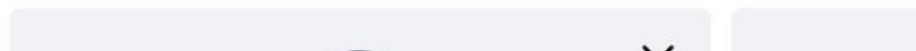
▲ 18 últimos 28 días



A Nini Narvaez, Rodolfo Cruz y 23 personas más les gusta tu página

Ver más >

Acciones recomendadas



← Estadísticas de la publicación



Vestido Gala 🤴

...
24 de octubre

Alcance 12

Interacciones 9



SMOKING AZUL
OSCURO ❤️...

24 de octubre

Alcance 12

Interacciones 8



Vestido chochitos
👗🐱🐱 Exclusiv...

24 de octubre

Alcance 9

Interacciones 8



Animal Style
actualizó su horari...

23 de octubre

Alcance 7

Interacciones 8



Vestido Elegante
Rosa 🌸🐱🐱...

24 de octubre

Alcance 11

Interacciones 7



Bienvenidos a
ANIMAL STYLE ...

24 de octubre

Alcance 8

Interacciones 7






Animal Style
actualizó su núme...

23 de octubre

Alcance 7

Interacciones 7



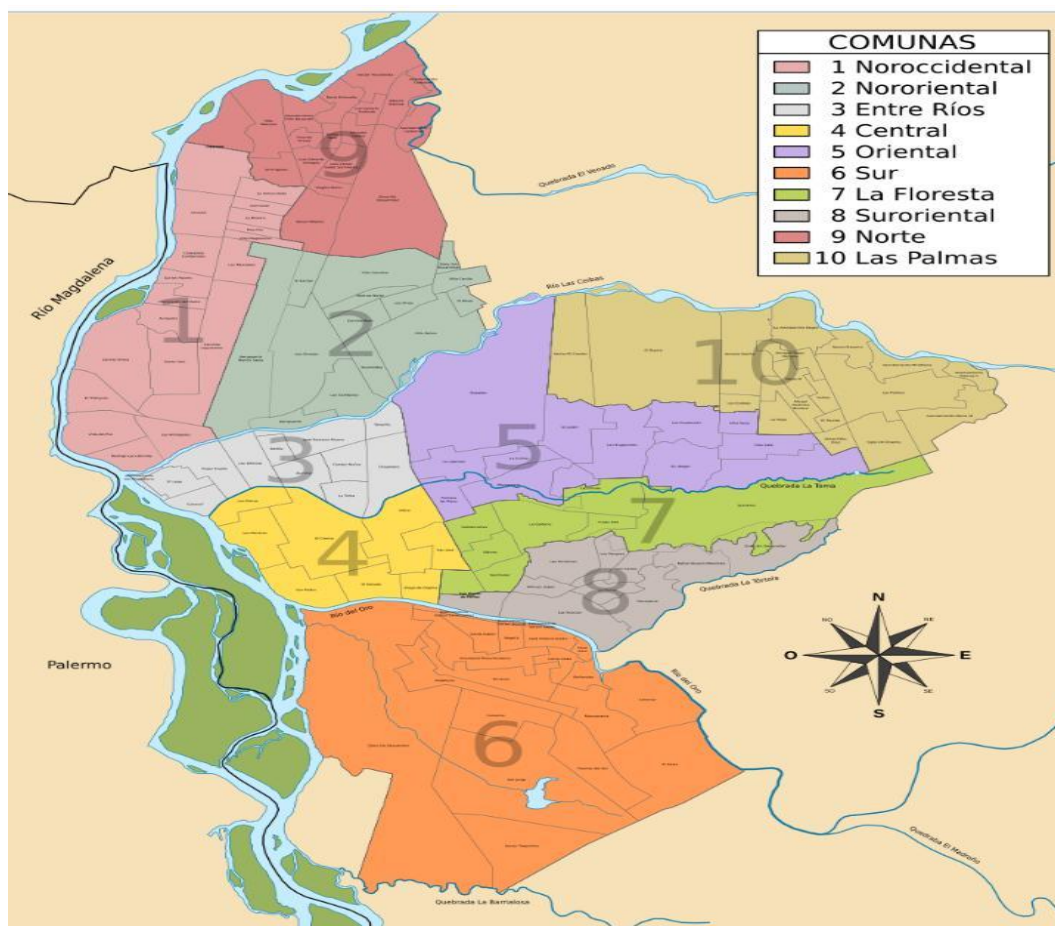
| | | |
|---|--|-----------------|
|  | Animal Style actualizó la direcc... 23 de octubre | Alcance 7 |
| | | Interacciones 7 |
|  | CAMISETAS PERSONALIZADA... 24 de octubre | Alcance 10 |
| | | Interacciones 6 |
|  | Animal Style 23 de octubre | Alcance 0 |
| | | Interacciones 6 |

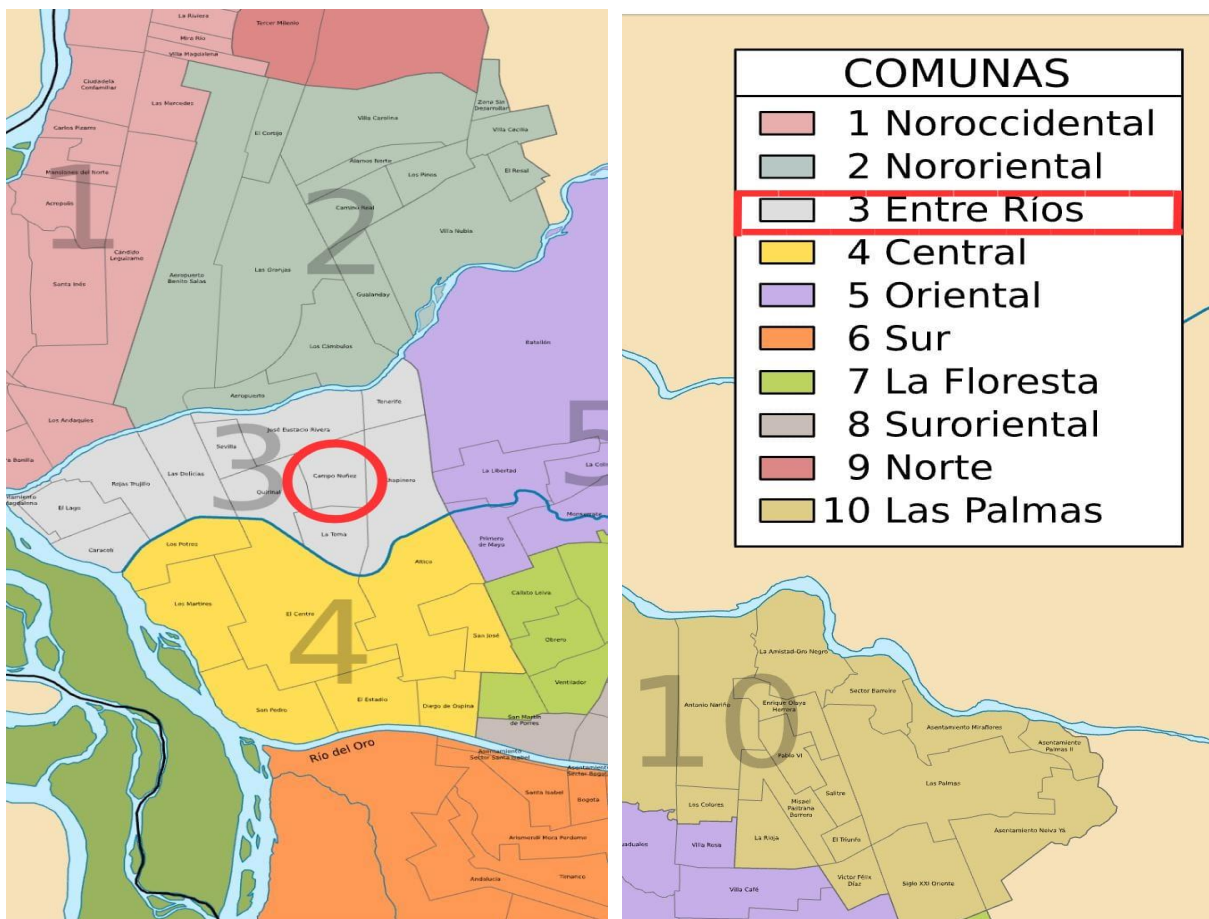
Como podemos evidenciar en las imágenes, nuestra empresa tuvo un alcance del 9% en las publicaciones, con 59 interacciones y 18 nuevos me gustas. También tuvimos 46 nuevas visitas en nuestra página.

9. LOCALIZACION DEL PROYECTO

MACROLOCALIZACION= Nuestra fabrica y tienda ANIMAL STYLE estará ubicada en el sector del barrio Campo Núñez de la ciudad de Neiva, localizada en el centro del área urbana, este sector cuenta con servicios públicos, como agua, energía, cable, internet, alcantarillado, teléfono y recolección de basura.

Las principales calles que rodean este sector son la avenida Tenerife y la carrera séptima y novena. Las razones por las cuales se escogio este sector es que cuenta con todos los servicios públicos, está cerca al centro de la ciudad, en este sector también se encuentran varios hoteles y almacenes de cadena, además cuenta con varios parques con una alta presencia de mascotas.





MICROLOCALIZACION= la infraestructura de muestra tienda (ANIMAL STYLE) estará localizada en el sector del barrio Campo Núñez de la ciudad de Neiva, ubicado a media cuadra de un parque donde muchas mascotas visitan este lugar. Su estrato socio-económico es de 2 y 3. Cuenta con un área de 100 metros cuadrados. Será alquilado por un valor mensual de cuatrocientos cincuenta mil pesos (450.000). Los aspectos importantes por los que se escogió este sitio son: su ubicación central, la gran presencia de mascotas en el sector, Precio bajo en el arriendo, además es un sector seguro y esto permite que los clientes sientan una gran tranquilidad al momento de visitarnos.

10. INGENIERIA DEL PROYECTO

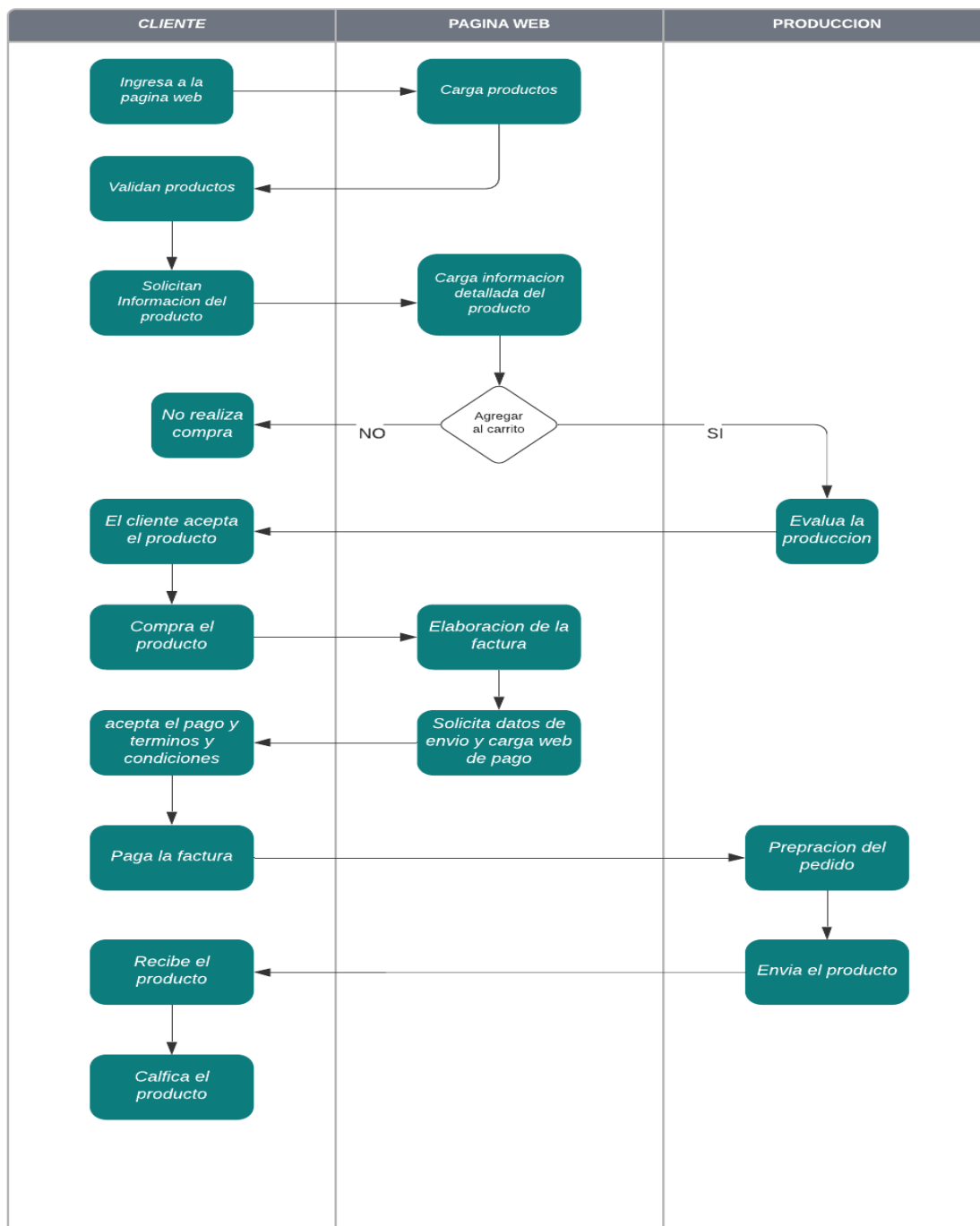


Ilustración 1 Flujo Grama Compras

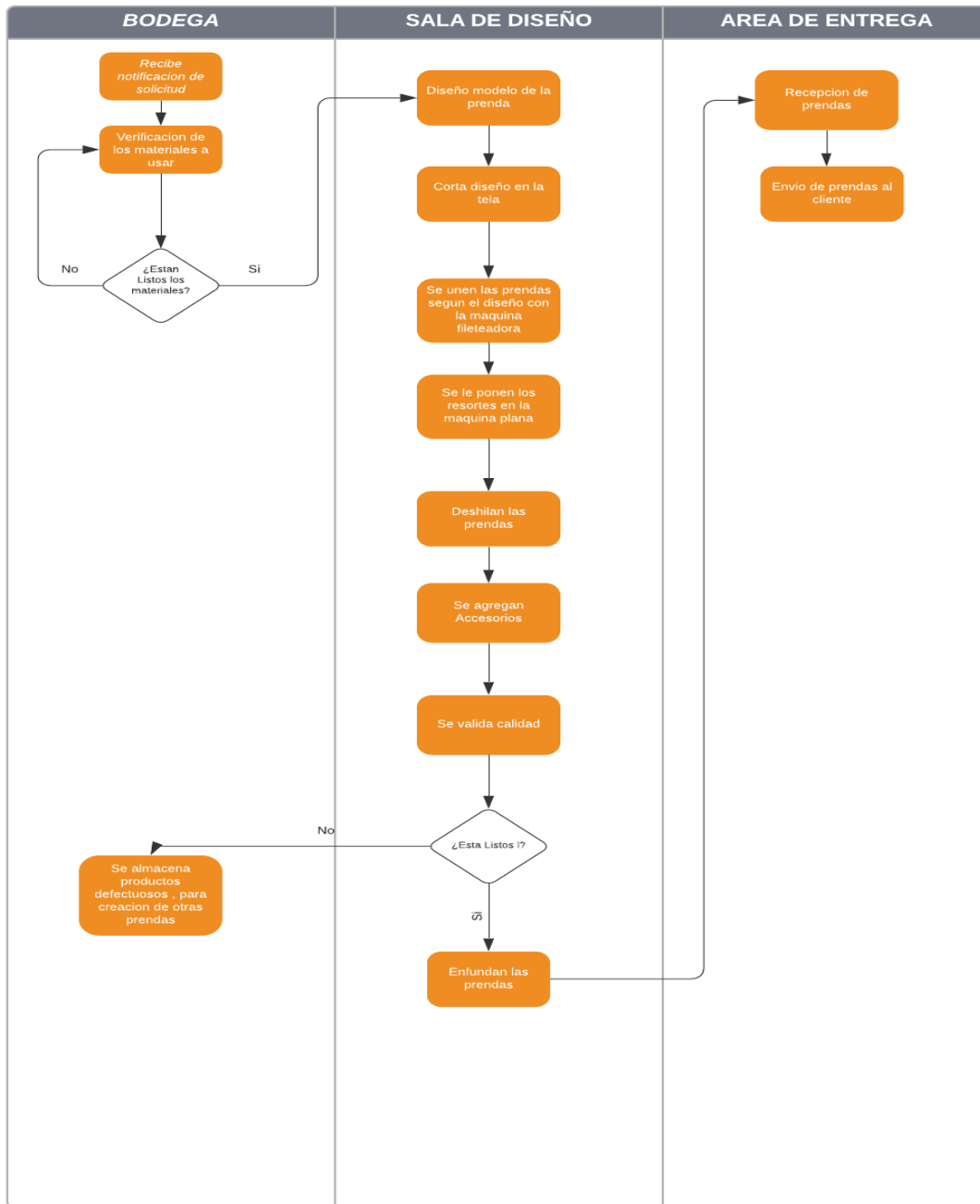
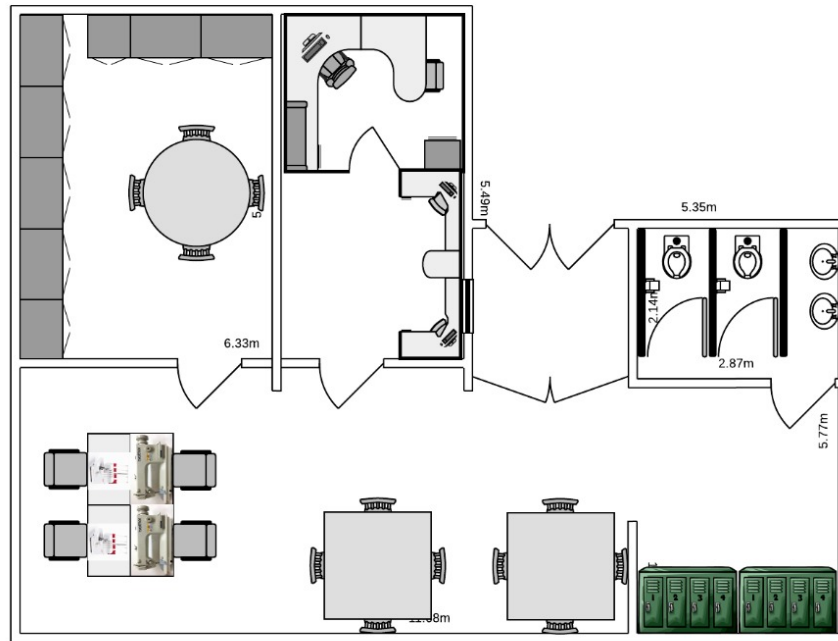


Ilustración 2 Flujo Grama Camisetas

PLANOS DE PLANTA

Planos de planta de oficina

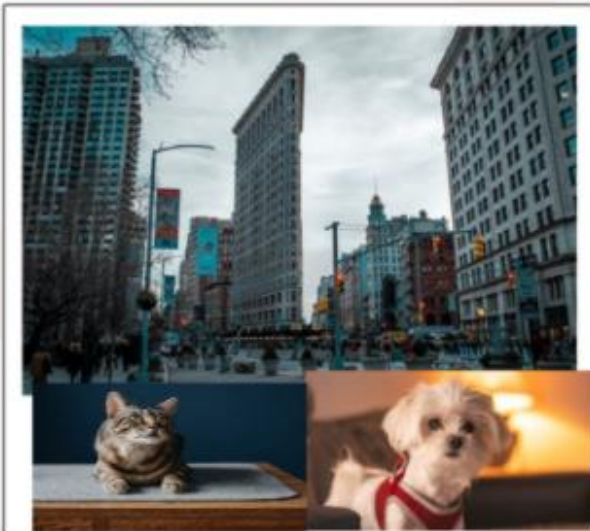
Sebastian Gonzalez Conde | November 16, 2020



11. PLANTILLA PMV

| ¿Que problema estas tratando de resolver? | ¿Quién es tu público objetivo? |
|--|--|
|  |  |
| <p>el mayor problema es que en el sector de las mascotas, las empresas que se dedican hacer los productos los hacen por hacerlos, no piensan en el bienestar y cuidado de la mascotas.</p> | <ul style="list-style-type: none"> Veterinarias, petshops, hombres y mujeres entre los 16 a 60 años que ven a sus mascotas como un integrante más de su familia y buscan el bienestar, cuidado e imagen de ellos. |

Create your own at [Storyboard That](https://www.storyboardthat.com/)

¿Cómo resolverás este problema?

- **Estableciendo un sector geográfico para la fabricación, comercialización y distribución de nuestros productos, diseñando estilos de ropa y camas multifuncionales y personalizados al gusto de nuestros clientes.**

Cuál es el primer paso?

Implementar estrategias de marketing, con promociones, productos exclusivos. Brindar asesoría personalizada para el cuidado y estilo de las macotas.

REFERENCIAS

- *Animal Factor Ropa, accesorios e importados para mascotas.* Animal-factor.com. (2020). Revisado 12 septiembre 2020, en <https://www.animal-factor.com>.
- Happypetsco.com. (2020). Revisado 12 septiembre 2020, en <https://www.happypetsco.com>.
- *Petlist.co | Directorio y comercio de productos y servicios para mascotas.* Petlist.co | Directorio y comercio de productos y servicios para mascotas. (2020). Revisado 12 septiembre 2020, en <https://www.petlist.co>.
- *Wawaw® - Ropa y accesorios para mascotas perros y gatos.* Ropa y accesorios para mascotas perros y gatos. (2020). Revisado 12 septiembre 2020, en <https://wawaw.co>.
- <http://observatorio.desarrolloeconomico.gov.co/comercio-al-por-menor-industria-servicios/la-economia-alrededor-de-las-mascotas-en-bogota>
- <https://www.eltiempo.com/vida/medio-ambiente/asi-se-mueven-las-tendencias-en-el-mundo-de-los-peluditos-530828>
- <https://kinkymascotas.co>