

Plan de Negocios

Entrega final

BIOPETS

Juan José Bautista Durán.
Martha Adelaida Ortiz Madrid
Jaime Andrés Villamil Mora
Noviembre 2020.

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior
Creación de empresas 2.

Dentro del marco de la globalización nos hemos visto inmersos en un sistema capitalista que nos ha exigido analizar diferentes frentes, uno de ellos es el impacto social y ambiental que no está siendo tomado con la responsabilidad necesaria.

Es importante que la concepción de todo tipo de empresas permita generar compromiso con el medio ambiente y que lleve contenido social que optimice no solo los objetivos propuestos de la organización, sino que retribuya paralelamente con nuestro ecosistema y sociedad de manera positiva.

Con este proyecto deseamos más allá de crear una visión de negocio, generar conciencia social y ambiental que vislumbre desde todos los ámbitos que si tomamos la iniciativa podemos ser parte del cambio.

Contenido

Lista de figuras v	5
Capítulo 1 Descripción de la Idea de Negocio	1
Capítulo 2 Modelo de Negocio	3
2.1. Lienzo Modelo de Negocio	4
2.2. Modelo de negocio de ventas por Internet	4
2.2.1. ¿Cómo captará sus clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?	4
2.2.2. ¿Cómo y qué alternativas ofrecerá a los clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?	5
2.2.3. ¿Cómo cerrará la venta por Internet y cuáles podrían ser los métodos de pago utilizados acorde al modelo?	5
Capítulo 3 Ecoinnovación	7
3.1. ¿Qué es ecoinnovación?	7
3.1.1. ¿Cómo surge el término?	7
Capítulo 4 Análisis del Sector	12
Capítulo 5 Estrategia Océano Azul	14
5.1. Análisis de Porter	15
5. MARKETING MIX	17
6. DESARROLLO DE LA MARCA	19
7 MARKETING DIGITAL	22
8 METRICAS CLAVE	31
8.1. CAC (customer acquisition cost)	31
8.2. LTV (life time Value)	31
¿Cuál es el proceso que se debe seguir para la producción del bien o prestación de servicios?	32
Shampoos y/o Jabón:	32
Esencias:	32
Accesorios:	33
Servicios de aromaterapia:	33
ESTUDIO TECNICO	36
Macro localización	36
1. Factores primarios	36
2. Factores secundarios	36
Micro localización	36
FICHA TECNICA	40
Producto mínimo viable	42
Primer paso: Crear:	42
Segundo paso: Medir:	42
Tercer Paso: Aprender:	42
Lista de referencias	43

Lista de tablas

Tabla 1. Descripción de la idea de negocio 6

Lista de figuras

v

Figura 1. Lienzo Modelo de Negocio.....	9
Figura 2. Ecoinnovación.....	13
Figura 3. Fuente de Esencias Aromatizantes	14
Figura 4. Plásticos Biodegradables.....	16
Figura 5. Becerra, L. (5 de junio de 2020).....	18
Figura 6. Plan Estratégico del Océano Azul	19
Figura 7. Análisis de Variables	20
Figura 8. Análisis de Porter.....	21

Capítulo 1

Descripción de la Idea de Negocio

El preocuparnos por el medio ambiente es una de las tendencias actuales y como proyecto que estamos manejando nos enfocamos en ayudar y darles una mejor calidad de vida a nuestras mascotas y a los dueños de las mismas, ya que son ellas las que se han convertido en parte fundamental de nuestros entornos.

Por lo tanto, proporcionaremos productos y servicios que van desde jabones, shampoo, eliminadores de olores proporcionados a partir de productos biodegradables, hasta servicios de aromaterapia y relajación que se llevaran a cabo con servicio a domicilio y ahorro de traslados de las mascotas para que nuestros clientes sientan la tranquilidad y confianza de lo que estamos ofreciendo

Tabla 1. Descripción de la idea de negocio.

Descripción de la idea de negocio	
¿Cuál es el producto o servicio?	Nuestro servicio se enfoca en la preparación de productos que pueden aportar a las mascotas en su aseo personal diario teniendo como objetivos la base de productos biodegradables.
¿Quién es el cliente potencial?	Tiendas de mascotas, clínicas veterinarias, negocios de artículos orgánicos y dueños de mascotas.
¿Cuál es la necesidad?	El ahorro implementado en los gastos que se generan diariamente en la limpieza adicional del hogar y enfermedades que pueden tener las mascotas
¿Cómo?	Enfocándonos en las zonas de mayor flujo de transeúntes con mascotas dividiéndolos por estrato y brindado las soluciones bioseguras.

Descripción de la idea de negocio

¿Porque lo preferiría?

Por un ahorro que se ve significativamente en los hogares de los dueños de las mascotas y/o lugares como escuelas donde pasan mucho tiempo.

Capítulo 2

Modelo de Negocio

Año tras año vemos la importancia que cobran nuestras mascotas a nivel familiar y como ellas llegan a ocupar un papel fundamental en nuestro círculo tanto familiar como social y hasta profesionalmente.

Es por eso que expuesto lo anterior nos enfocamos en darles a nuestros animales una vida más saludable y más extensa, razón por la cual nos surge la idea de darles a conocer a todos los dueños de las mismas, los beneficios que traen la utilización de nuestros productos en ellas.

Con el uso de nuestros productos que van desde los Shampoos, productos de aromaterapia, relajantes, jabones y demás productos de nuestro catálogo, se verá reflejada no solo una mejor vida para nuestras mascotas sino también un ahorro significativo en gastos de alimentación adicional y/o enfermedades que puedan llegar a ocurrir.

En nuestro siguiente lienzo podemos observar mejor nuestro modelo de negocio y como este llega a aportar un cambio significativo en nuestras vidas

2.1. Lienzo Modelo de Negocio

<p>Segmento</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Tiendas de mascotas. ➤ Clínicas veterinarias. ➤ Escuelas de mascotas ➤ Dueños de mascotas 	<p>Propuesta de Valor</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Se ayuda con el manejo del estrés de las mascotas. ➤ Eliminar el mal olor generado por productos que tienen componentes químicos. 	<p>Arquitectura del servicio</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Capacitación para trato con el cliente. ➤ Conocimiento básico de los productos esperados. ➤ Conocimientos en la generación de los mismos para mejora de la calidad de vida de las mascotas.
<p>Costos y precios</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Dependiendo del tipo de servicio o producto solicitado se confirmará el costo 	<p>Mecanismos de entrega</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Nuestros servicios inicialmente se entregan a domicilio para ahorros de arriendo. ➤ Los domicilios se realizan a través de nuestra página donde daremos a conocer los beneficios y ahorros por hacerlo virtualmente. 	<p>Ganancias Esperadas</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Por medio de las ventas de los productos nos generan un 50% de ganancia neta. ➤ Por medio de los servicios prestados a domicilio el acuerdo que se tiene con la persona que realiza las visitas, el esperado es del 40% por la pauta que genera con nosotros.
<p>Recursos</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Haciendo una planeación de mercado de las necesidades de las localidades donde vamos a generar el servicio. ➤ Basándonos en una estrategia de Ecommerce, que nos dará mejores frutos. 	<p>Fidelidad</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Dando nuestros datos para una comunicación más asertiva y un acompañamiento postventa para generar empatía y atraer más clientes. ➤ Se pueden generar por medio de encuestas, buzón de sugerencias. ➤ Mostrando personal capacitado para las actividades. 	<p>Cadena</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ El darnos a conocer inicialmente es nuestro objetivo, pero nuestra cadena sería iniciar con grandes ciudades y colocar sedes a nivel nacional para mostrar lo mejor de nuestra propuesta.

Figura 1. Lienzo Modelo de Negocio.

2.2. Modelo de negocio de ventas por Internet

2.2.1. ¿Cómo captará sus clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?

Por medio del modelo que escogimos y que empezaremos a realizar será el crowdfunding, sabiendo que este consiste bien sea en la recaudación de dinero de nosotros mismos o apoyo por parte del gobierno, se invertirá una parte de este en la elaboración de la página web y darnos a conocer por medio de tarjetas de presentación.

Recordemos que nuestra principal fuente para darnos a conocer son las redes sociales y página web, debemos hacer una muy buena presentación de videos y experiencias sobre lo que estamos ofreciendo.

2.2.2 ¿Cómo y qué alternativas ofrecerá a los clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?

Las alternativas que se podrán ofrecer a nuestros clientes van desde llamadas a los números indicados en nuestras redes y tarjetas de presentación, así como las consultas que ellos necesitan.

Se atenderá por videollamada si se solicita por parte de los clientes, para que ellos puedan validar y estén con certeza de que lo que están comprando les genere confianza y sea de su agrado.

Por medio del E-commerce podemos mejorar muchos aspectos que pueden llegar a ocurrir en nuestra sociedad. La agilidad en los procesos, evitar salir a exponerse de diferentes maneras en esta época y dando a conocer a las personas que internet es una herramienta muy importante y adaptable a nuestras vidas.

2.2.3 ¿Cómo cerrará la venta por Internet y cuáles podrían ser los métodos de pago utilizados acorde al modelo?

Las ventas se cerrarán con una previa autorización para la factura por parte del cliente, en ella se incluye el servicio a domicilio o si desea pasar por el al lugar de almacenamiento, esta misma le llegará al correo electrónico como soporte de la compra a realizar. Los métodos de pago se realizan directamente en nuestra página a la cuenta

asociada de la empresa ya si la persona no cuenta con los medios electrónicos de pago, brindaremos un código para generar el pago por vía Daviplata, baloto y/o Nequi y facilitarle los procesos al cliente.

Capítulo 3

Ecoinnovación

Para empezar, vamos a definir el concepto de ecoinnovación, luego de tenerlo claro, vamos a asociar el concepto, directamente a nuestro proyecto, el impacto que tiene y como vamos a aprovecharlo a favor de nuestro proyecto.

3.1. ¿Qué es ecoinnovación?

También llamada 'innovación ecológica', consiste en el desarrollo de productos y formas de trabajar que contribuyan al desarrollo sostenible, es decir, aprovechando los recursos que nos da el planeta, pero asegurándonos de que se regeneran para mantenerlos en un nivel adecuado.

La ecoinnovación trabaja constantemente en nuevas ideas relacionadas con las nuevas tecnologías para poder aplicarlas al desarrollo sostenible y conseguir así aprovechar todos los recursos que tenemos a nuestra disposición sin dañar el medio ambiente.

3.1.1. *¿Cómo surge el término?*

Se trata de una idea bastante nueva que todavía está calando en varios sectores. Una de las primeras referencias al concepto lo tenemos en el libro de Claud Fussler y Peter James, los cuales hablan de este fenómeno en clave de avance social.

Uno de sus autores, Peter James, define ecoinnovación como “productos y procesos que dan valor al cliente y a la empresa y que disminuyen de forma eficaz el impacto al medio ambiente”. ¿Se te ocurren ya maneras de empezar a aplicarlo?

Tomado de (<https://blog.oxfamintermon.org/que-es-ecoinnovacion/>)



Figura 2. Ecoinnovación.

Luego de definir lo que representa en la actualidad la eco innovación, usaremos todos estos conceptos básicos, sumados a los que adquirimos en clase para plantear nuestro proyecto basándonos en este concepto. Partimos de este desarrollando una idea que el principio lo que busca es utilizar materiales biodegradables, para a través de ellos crear estos productos que tendrán una transformación tecnológica de estos materiales biodegradables.

El objetivo principal es crear un catálogo en el cual describiremos todos nuestros productos, incluyendo como plus que a modo de resumen buscaremos mostrar una parte de la composición de cada uno de los mismos, para que de esa manera, nuestros compradores puedan tener acceso a esta información y conozcan como es que trabajamos los materiales y demás.

Además de esto, explotaremos recursos naturales que son renovables y a través de ellos es que crearemos nuestros productos, usando una transformación tecnológica de dichos recursos.

Para nuestros aromatizantes, utilizaremos esencias de frutas, las cuales nos dan la posibilidad de al exprimirlas generar buenos olores; frutas como la naranja, la piña, la mandarina, el mango.



Figura 3. Fuente de Esencias Aromatizantes

Estos mismos materiales los utilizaremos para nuestros productos como jabones y shampus, tenemos la posibilidad de hacer con base de estos recursos los productos mencionados.

Otro item importante serán los materiales plásticos en los que embazaremos nuestros productos; básicamente utilizaremos plásticos biodegradables, en el siguiente párrafo vamos a definir lo que es este material.

Plásticos biodegradables. Fabricados a partir de materias primas renovables, como el maíz, la yuca, las patatas o el trigo. Estos plásticos sí se pueden biodegradar y, por lo tanto, transformarse en elementos químicos naturales y reintegrarse al ciclo natural de carbono.

¡Perfecto! Entonces con este tipo de plásticos acabamos con los problemas de los plásticos convencionales. Proceden de fuentes naturales que la naturaleza puede reabsorber. ¿Qué más podemos pedir?

Lo que se ve tan maravilloso a primera vista deja de serlo cuando lo miramos con más detenimiento. Los plásticos biodegradables pueden ser menos dañinos para el medio ambiente que los convencionales y el futuro de los plásticos puede ir por ahí pero siguen planteando muchos problemas.

Tomado de (<https://vivirsinplastico.com/plasticos-biodegradables/>)

Como ya en la definición anterior se especifica usaremos materiales que directamente nos entrega el planeta como lo es la yuca las papas o el trigo.



Figura 4. Plásticos Biodegradables

Por último, de la misma forma en la que vamos a explotar la naturaleza y sus recursos, a futuro realizaremos una plantación de las frutas y legumbres esto con el objetivo de reponer de alguna forma los mismos recursos que estamos explotando del planeta.

Capítulo 4

Análisis del Sector

Con el tiempo las mascotas han ganado un lugar importante en cada uno de los hogares del mundo donde no solo son animales de acompañamiento siendo al grado de ser considerados como hijos de la familia, esto hace que las personas realicen mas gastos en cada una de las necesidades que las mascotas presentan como son alimentación, cuidado personal y todo tipo de productos que mejoren el bienestar de estos, ya si bien es cierto que Colombia es el 4to país de Latinoamérica en la industria y comercio para mascotas con un crecimiento porcentual de 13% en el último año, lo que ha generado un gran número de ventas de productos para mascotas.

Biodegradables para mascotas es una empresa en la línea de productos para el cuidado y aseo de mascotas a base de aceites esenciales, productos orgánicos en la línea principal de abastecimiento de veterinarias, con la posibilidad de apertura de nuevos mercados personalizados en productos para mascotas, a continuación, se relaciona total de gastos en el primer cuatrimestre del año 2020.

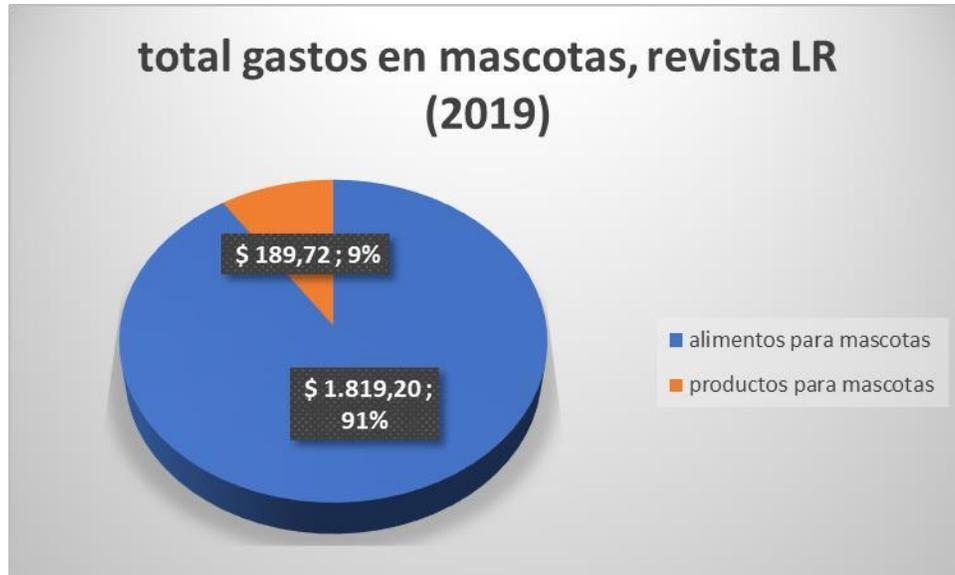


Figura 5. Becerra, L. (5 de junio de 2020)

Capítulo 5

Estrategia Océano Azul

El océano azul es una estrategia que busca que las empresas abandonen el océano rojo de la competencia sangrienta creando espacios no competitivos en el mercado, aumentando el tamaño de la demanda y dejando atrás la competencia, Kim, W. C., Mauborgne, R., & de Hassan, A. (2008).

El océano azul se caracteriza por la creación de mercados en áreas que no están explotados en la actualidad, pudiendo generar oportunidades de crecimiento rentable a largo plazo enfocando la estrategia hacia un segmento de clientes diferente al acostumbrado, Kim, W. C., & Mauborgne, R. (2004).

De acuerdo con lo anterior se establecerá plan estratégico del océano azul para el proyecto de Biodegradables para mascotas.

Animal factor: con más de 20 años de experiencia en producción importación y distribución de productos para mascotas en Colombia

Laika: plataforma de emprendimiento colombiano que ofrece soluciones y servicios para perros y gatos

VARIABLES	LINEA ASEOS	SERVICIO	PRODUCTOS	SEGURIDAD	CONTAMINANTES	PERSONALIDAD	PRECIO
BIOPETS (IDEA DE NEGOCIO)	2	4	2	4	1	5	3
LAIKA	4	3	4	3	3	4	4
ANIMAL FACTOR	2	3	5	3	2	4	4
	INCREMENTAR	REDUCIR	INCREMENTAR	INCREMENTAR	ELIMINAR	CREAR	REDUCIR

Figura 6. Plan Estratégico del Océano Azul

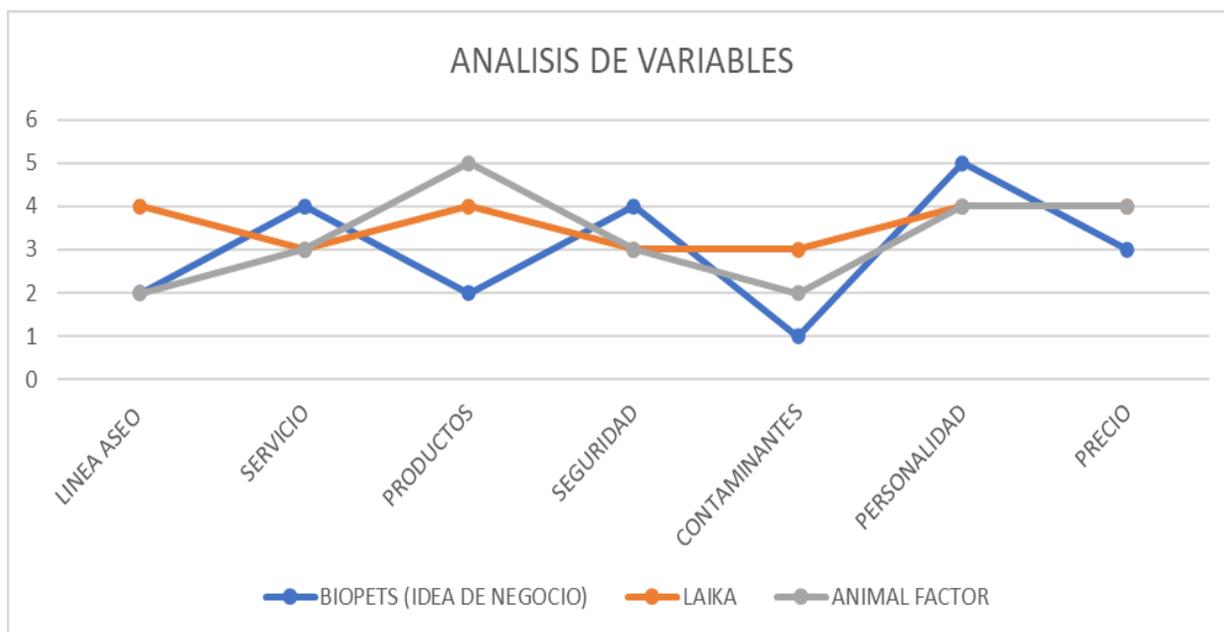
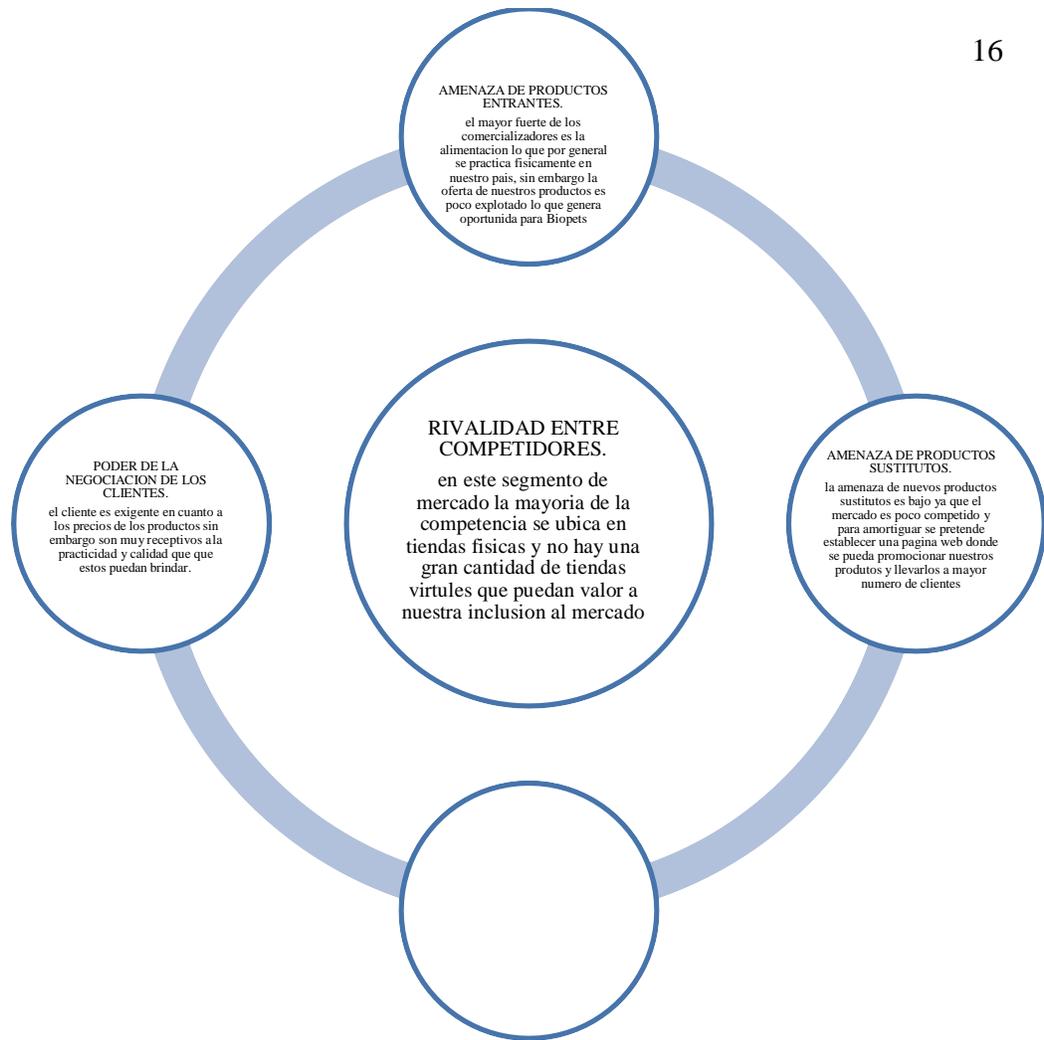


Figura 7. Análisis de Variables

5.1. Análisis de Porter

Según el economista Michael Porter en su libro considera que existen 5 fuerzas que pueden determinar la rentabilidad a largo plazo de un mercado y consiste en evaluar sus objetivos y recursos con respecto a las 5 fuerzas de su negocio, Herrera, R., & Baquero, M. (2018).



PODER DE NEGOCIACION
CON LOS PROVEEDORES.
ya que el sector de comercio de
productos para mascotas es
bastante amplio a los
proveedores les resulta
favorable realizar negociacion
con nuestra empresa

Figura 8. Análisis de Porter

5. MARKETING MIX

5.1 Estrategias de producto para clientes

Núcleo: Nuestro producto además de todos los productos que están en el comercio actual, representa una ayuda a nuestras mascotas y propietarios de las mismas. Estos productos están hechos a base de artículos reciclados como cartón, plásticos y creamos los juguetes y accesorios para nuestras mascotas.

Calidad: en cuanto a la calidad que manejamos, contamos con los estándares solicitados por los entes reguladores para poder realizar la distribución y comercialización de nuestros productos, ya que ayuda al medio ambiente y le da una ayuda a nuestras mascotas para alargar su periodo de vida y disfrutar mucho más de ellas en su salud.

Envase: Nuestros productos se diferencian del resto de los productos ofrecidos en cuanto a la preparación para poder enviar a los clientes, contamos con un epaue amigable con el medio ambiente para evitar las bolsas y demás cartones que manejan la competencia y que llevamos una ventaja en el mercado por cuanto a eso.

Diseño: El diseño como es de esperar contamos con colocarle nuestro logo oficial para distribuirlo y dar a conocer la empresa a todos los clientes y allegados y seguir creciendo en el proceso. De modo que tengan nuestros datos de contacto y medios de comunicación para poder tener una mejor oferta en todo.

5.1.1 Portafolio.

Contamos con nuestra presentación en tipo folleto que llevara a cabo la función de dar a conocer los productos y los medios de comunicación que tendrán con nosotros.



5.2 Estrategia de precio

En cuanto a los precios contamos con la estimación de gastos de servicios y productos de una ganancia del 50% de lo invertido, contamos con una distribuidora que nos genera el 80% de los productos a un bajo costo por compras a mayor, costos que son invertidos en el local que generará la ganancia pertinente para el crecimiento del mismo.

5.3 Estrategia de distribución

Contamos con diferentes formas de dar a conocer nuestros productos y servicios en el ámbito social y cultural.

- Tenemos a disposición de nuestros clientes nuestra página web, donde se pueden validar los servicios que prestamos y los productos que pueden obtener:
<https://productosbiopets.wixsite.com/biopets>
 - Nuestro canal de conocimiento social que corresponde a nuestra página de Facebook:
<https://www.facebook.com/Biopets-106547201251306/>
 - Nuestro canal de comunicación pertinente de correo electrónico:
productos.biopets@gmail.com.
 - Adicional de los canales de distribución físicos donde contamos con los folletos antes planteados, la distribución de las tarjetas de presentación que se entregaran en el momento de los domicilios que se realizan.
 - Cabe aclarar que los domicilios son directamente por parte de la compañía, lo que implica que se entregará lo más posible en cuanto a publicidad para atraer a nuevos clientes.
 - Adicional una de las estrategias que implementaremos será la solicitud de autorización para el envío semanal y mensual de información por medio de correo electrónico para que conozcan los beneficios que estamos brindando en el mes.
- Esto se realizará en el mismo caso de realizar la facturación y/o entrega a domicilio de los servicios prestados.

6. DESARROLLO DE LA MARCA

A lo largo de la vida muchas historias terminan y otras a penas comienzan, para que un producto pueda ser integrado en la vida de un consumidor debe poder unirse a su historia de vida generando su propia historia

ofreciendo al consumidor ser el propio protagonista de esa historia generándole gratificación lo que lleva a situar al consumidor en el centro de la estrategia, atribuyéndole experiencias sensoriales y emocionales a través del consumo, Ruiz Collantes, F. X. (2011).

De acuerdo con lo anterior se realiza matriz para determinar la marca de nuestra idea de negocio.

6.1 Matriz

MATRIZ DE DESARROLLO DE MARCA

Nombre de la idea:

BIOPETS

PASOS	OBJETIVOS	RESULTADO
Primer paso: diagnóstico del mercado	A. Identificación del mercado	productos de aseo mascotas, mascotas,
	B. Identificar marcas en competencia	Laika, Animal Factor, Petys, Bolfo, Canamor
	C. Soluciones principales y alternativas	ecológicos, biodegradables, higiénicos, divertidos
	D. Tendencias del mercado	productos no contaminantes
	E. Arquetipo de la marca	creativo, fresco, moderno, carismático, juguetero
Segundo paso: realidad psicológica de la marca	A. Percepción de la marca en competencia	gran número de publicidad y trayectoria en el mercado
	B. Identificar variables del neuromarketing	creativos, sencillos, dinámico
Tercer paso: posicionamiento	A. Identificar Top of mind	economía y calidad
	B. Identificar Top of heart	mascotas felices
Cuarto paso: Realidad material de la marca	Traducir nuestra propuesta de valor en la marca	Cuidado Natural, saludable, divertidos, emocionante, interactuar con las mascotas, practicidad, conmovedor, verde enfocando lo ecológico y natural, acompañado del rojo que motiva el sentimiento por nuestras mascotas
Quinto paso: estrategia de comunicación	Desarrollar acciones continuas para la introducción de la marca en el Mercado que están ligadas a la mediación tecnológica y de redes sociales	página web, redes sociales como Facebook, Instagram, YouTube, emisoras de radio, programa en televisión local y perifoneo regional

6.2 Creación de la marca

Mediante la aplicación de Wix se realiza la creación de marca siendo muy acertada en los colores y lo que se



BIOPETS

AMOR NATURAL PARA NUESTRA MASCOTA

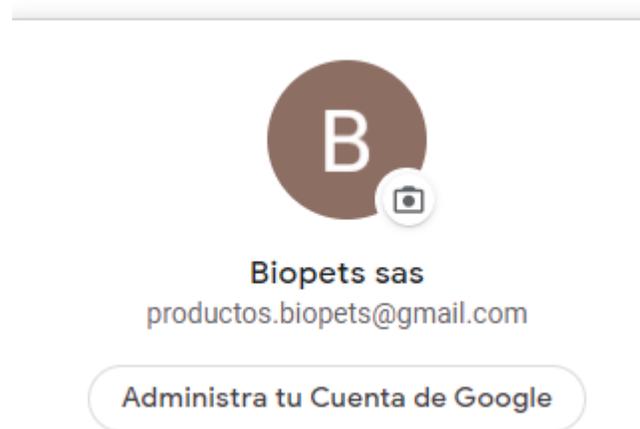
quiere expresar al consumidor.

7 MARKETING DIGITAL

Para este modulo nos tomamos la tarea de crear un sitio en una red social que coincidimos todos que es una de las mas visitadas y de mejor manejo como lo es Facebook; además realizamos la creación de la página web a través de la plataforma WIX como nos lo sugirieron. En este capitulo mostraremos un pequeño paso a paso de la creación de nuestros sitios web con los que vamos a promocionar nuestro producto.

En principio creamos un correo electrónico con la plataforma de Google, incluyendo en su dirección el nombre de la marca, esto con el objetivo de tener también comunicación con nuestros clientes vía correo electrónico y además para que nuestro nombre sea el que se perciba en los sitios web que vamos a crear a partir de este correo.

El correo que aperturamos es productos.biopets@gmail.com, a continuación, mostraremos el correo creado.



Además, conseguimos con este sitio, poder interactuar con nuestros clientes a través de las diferentes plataformas que virtualmente nos ofrecen las plataformas que se han vuelto virales con el fenómeno de la pandemia por la cual estamos atravesando como humanidad. Cabe mencionar que la administración de este y todos nuestros sitios, la realizamos todos los integrantes del grupo.

Posterior a esto, realizamos la pagina web en la plataforma de Facebook, registrándola bajo el mismo correo que anteriormente habíamos creado. El sitio web en Facebook se puede encontrar como Biopets y cumple con todos los parámetros establecidos en la asignatura que directamente podemos aplicar por temas de políticas de publicidad de la aplicación de Facebook; dentro de la pagina el objetivo es realizar publicaciones de nuestras ofertas y de nuestros productos, en principio ganar seguidores a través de esta, luego la intención es expandirnos a las demás redes

sociales como lo son Twitter e Instagram.

En lo que a Facebook se refiere permite la posibilidad de realizar promociones de nuestros productos, pero esta opción no es gratuita totalmente, por lo que no podemos ejecutarla hasta no tener un poco mas de estructura a nivel empresarial.

A continuación, mostraremos el proceso de creación de nuestro sitio web.



Esta es una interfaz de la página de inicio de nuestro sitio

 **Biopets** 2 h · 

Adquiere nuestros aromatizantes, solo por hoy con un 25% de descuento



5 Personas alcanzadas 5 Interacciones [Promocionar publicación](#)

 Tú y 4 personas más

Aquí evidenciamos una publicación de promoción de nuestros productos

Tu página 

 **Biopets**

 Mensajes

 Notificaciones 1

 Publicar  Foto  En vivo  Invitar

Me gusta Visitas Publicaciones

5

0 Me gusta nuevos esta semana

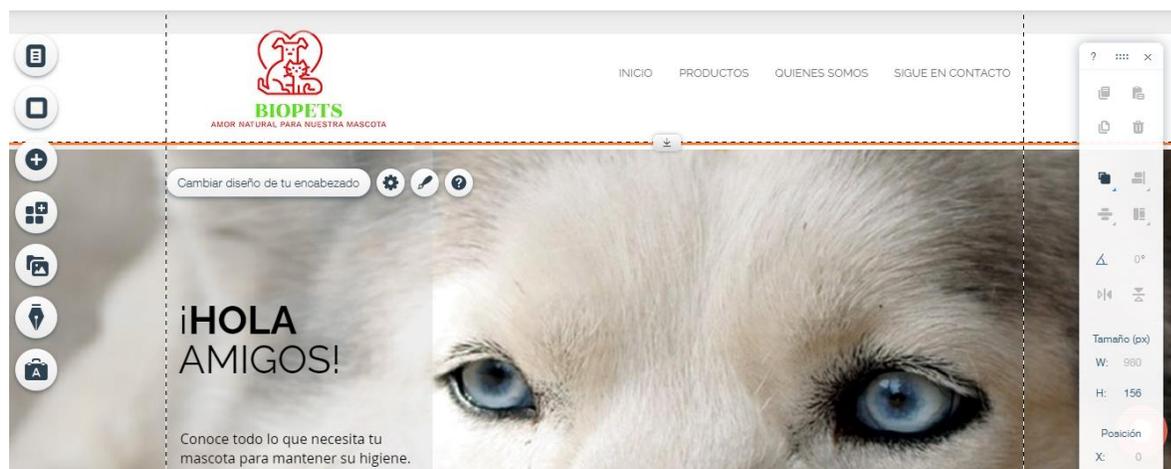
Por último, queremos mostrar la interacción que hemos tenido con nuestra página, que hasta el momento es poca

pero que a medida que anunciemos el sitio a través de nuestras redes sociales personales tomara mucha más fuerza.

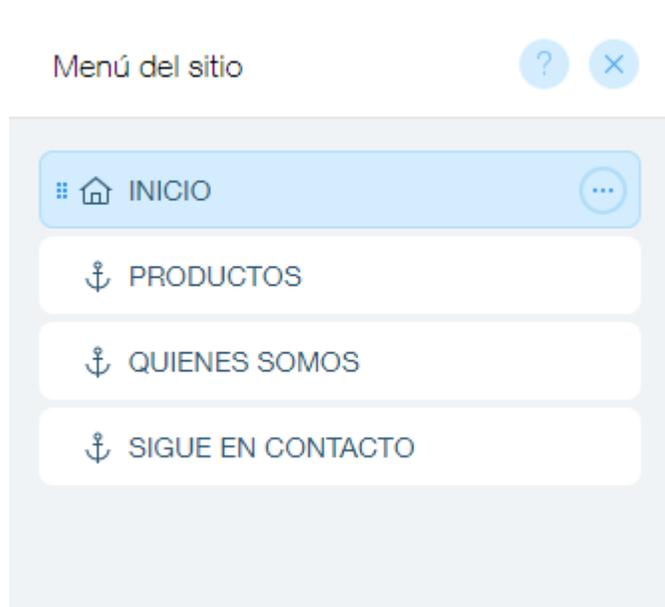
Te invitamos a seguirnos <https://www.facebook.com/Biopets-106547201251306/>.

Continuando con nuestra estrategia de marketing digital realizamos la creación de nuestro sitio web a través de la plataforma de Wix como nos lo sugirieron en un principio; para esto nos pedían realizar un registro en la plataforma el cual lo realizamos a través del correo electrónico que en un principio habíamos creado.

Estando en el editor de Wix y aprovechando el conocimiento que teníamos respecto a la creación de sitios web, descargamos una plantilla creada en código html5 y fue la que utilizamos como base para nuestro front end, cabe mencionar que el uso de plantillas en wix es totalmente gratuito; el resultado de nuestro query fue el siguiente:



Le añadimos a la página 4 vínculos:



Dentro de la pestaña de productos y quienes somos resumimos los datos de la empresa a nivel general; en la ultima pestaña usamos nuevamente con base en una plantilla la función de maps para simular una ubicación espacial de la empresa, para darle un poco mas de estilo al sitio, a continuación, adjuntamos cada una de las pestañas.

NUESTROS PRODUCTOS

Cambiar diseño de tu encabezado

⚙️
✍️
❓

> AROMATIZANTES NATURALES

Creados con productos biodegradables con esencias naturales que eliminan los malos olores que puede llegar a generar tu mascota



> SHAMPOOS A BASE DE FRUTAS

Especiales para aplicarle a tu mascota en su baño; previenen los malos olores y las enfermedades que pueda tener tu mascota



> JABONES NATURALES

Especiales para aplicarle a tu mascota en su baño; previenen los malos olores y las enfermedades que pueda tener tu mascota



> lociones para tu mascota

Al igual que tu, tu mascota merece tener una fragancia agradable



QUIENES SOMOS

Cambiar diseño de tu encabezado

⚙️
✍️
❓

El preocuparnos por el medio ambiente es una de las tendencias actuales y como proyecto que estamos manejando nos enfocamos en ayudar y darles una mejor calidad de vida a nuestras mascotas y a los dueños de las mismas, ya que son ellas las que se han convertido en parte fundamental de nuestros entornos.

Por lo tanto, proporcionaremos productos y servicios que van desde jabones, shampoo, eliminadores de olores proporcionados a partir de productos biodegradables, hasta servicios de aromaterapia y relajación que se llevaran a cabo con servicio a domicilio y ahorro de traslados de mascotas para que nuestros clientes sientan la tranquilidad y confianza de lo que estamos ofreciendo.

Nuestro servicio se enfoca en la preparación de productos que pueden aportar a las mascotas en su aseso personal diario teniendo como objetivos la base de productos biodegradables.



SIGUE EN CONTACTO

Cambiar diseño de tu encabezado

NUESTRA DIRECCIÓN

CRA 24 # 70 A 63
110111, Bogota

Email: productos.biopets@gmail.com
Facebook: https://www.facebook.com/Biopets-106547201251306/?modal=admin_todo_tour
Tel: 3132090450

HORARIO ATENCION

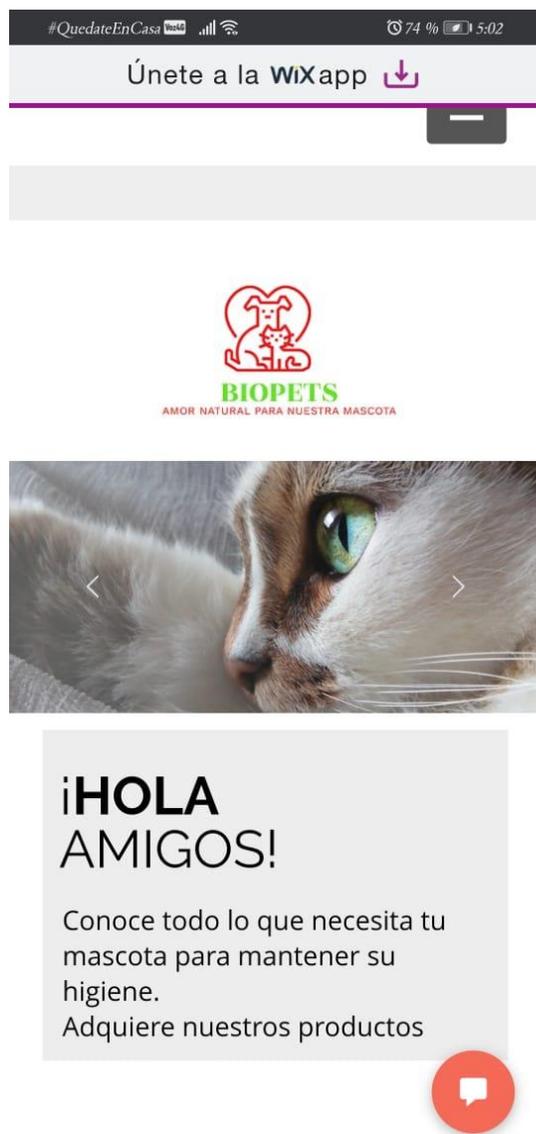
7:00 AM - 10:00 PM
Lunes- Sábado

10:00 AM - 6:00 PM
Domingo

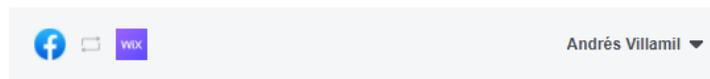
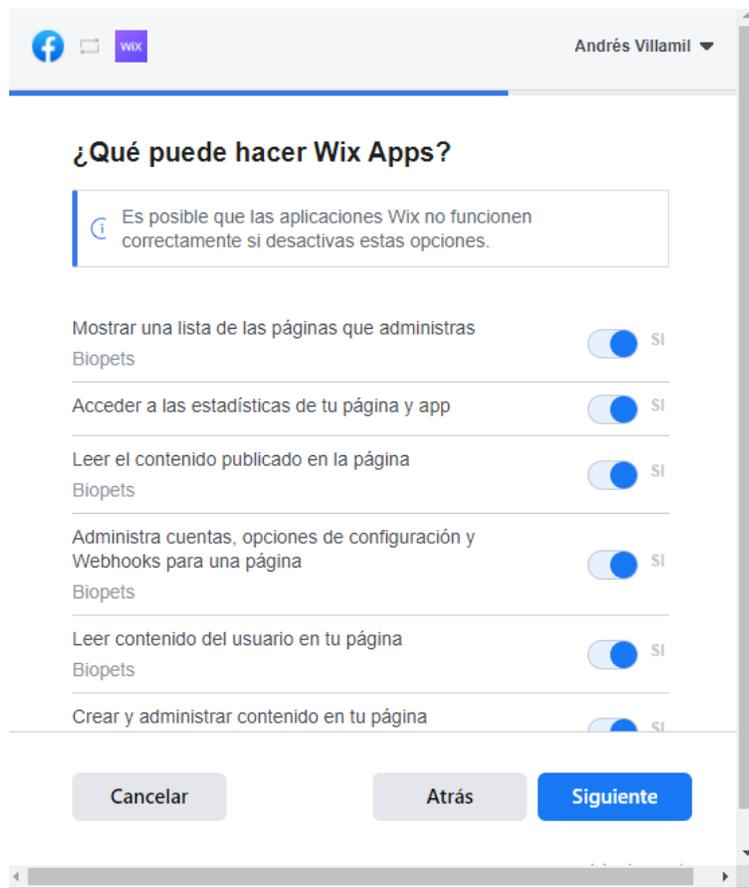


Aquí dejamos el link de nuestra pagina finalizada: <https://productosbiopets.wixsite.com/biopets>

Por ultimo incluimos capturas de pantalla de la interfaz móvil de la pagina web:



Para finalizar, realizamos a través de la plataforma Wix el paso a paso para compartir nuestro sitio web por medio de las redes sociales; a continuación les mostraremos cual fue este paso a paso y por supuesto, el resultado que conseguimos.



Vinculaste Wix Apps a Facebook

Puedes actualizar lo que Wix Apps puede hacer en la [configuración de integraciones comerciales](#). Es posible que Wix Apps deba realizar pasos adicionales para finalizar la configuración.

[Aceptar](#)

Selecciona tu página de negocios de Facebook



¿Dónde quieres compartir tus entradas?



Biopets

Cancelar

Elegir página

Como resultado, realizamos una publicación en nuestro Facebook a través de la pagina web, es decir, promocionamos nuestro sitio a través de nuestra página en Facebook.

Biopets
Publicado por Wix Apps (?) · 29 min · 🌐

**Animate y
visita
nuestro
sitio**

1
Personas alcanzadas

0
Interacciones

Promocionar publicación

8 METRICAS CLAVE

8.1. *CAC (customer acquisition cost)*

costo de adquisición del cliente me permite identificar el beneficio que causa una campaña publicitaria y la podemos calcular de la siguiente forma:

$CAC = \text{GASTO TOTAL EN CAPTACION} / \text{N}^\circ \text{ CLIENTES CAPTADOS}$

$CAC = \$120.000 / 8$

$CAC = \$15.000$

8.2. *LTV (life time Value)*

valor del tiempo de vida es la estimación del valor que tienen los clientes para el negocio durante el tiempo de relación que dure con la marca y se calcula de la siguiente forma:

$LTV = \text{Gasto mensual del cliente} * \text{Tiempo de vida del cliente (meses)}$

$LTV = \$50.000 * 2$

$LTV = \$100.000$

Es muy importante que la proporción ideal entre CAC y LTV debe ser equivalente a 1 de 3 en su relación para que el negocio pueda ser rentable

¿Cuál es el proceso que se debe seguir para la producción del bien o prestación de servicios?

Es importante que la concepción de nuestra empresa permita generar compromiso con el medio ambiente como se ha venido trabajando anteriormente, desde el inicio que se implementó el proyecto. Por ende nuestros procesos cuentan con estándares de elaboración.

A continuación, se relacionan los productos que se tendrán en nuestro negocio para venta y utilización.

Shampoos y/o Jabón:

Es uno de los procesos más demorados en nuestro negocio puesto que demorará 2 semanas en total, debido a que relaciona los hechos que se deben dejar en reposo para generar el PH que se necesita para que cumpla con los estándares de calidad que se necesitan en la empresa.

La persona que realizara esta función será nuestro técnico de producción, y revisado por parte de certificación interna de nuestra empresa quien es el consultor externo con el que contamos para la viabilidad de los productos.

Esencias:

ofertaremos productos de:

- Lavanda: el cual produce tranquilidad en nuestras mascotas
- Limón: emite mayor concentración, mejora la digestión y aumenta la resistencia del sistema inmune
- Manzanilla: es un calmante muy efectivo, también funciona como antidepresivo.

Las esencias se realizarán durante el mismo día que se empiecen a preparar. Es decir el tiempo de preparación del producto es de 1 día.

La persona que realizara esta función será nuestro técnico de producción. Y será el mismo quien

tiene la potestad de indicar si cumple con los requisitos solicitados por calidad.

Accesorios:

Se realizarán accesorios que corresponden a casas para mascotas, collares, juguetes. Todos estos productos se realizarán con productos reciclados que nos ahorran dinero en su inversión y disminuyen los gastos de la operación.

Servicios de aromaterapia:

Inicialmente contamos con el personal idóneo para poder realizar estas funciones. Esta persona ya cuenta con todos los certificados correspondientes para generar visitas y su título que le otorga el permiso para realizarlos legalmente, lo llamaremos nuestro Veterinario Especialista.

Gracias a la aromaterapia podemos actuar de forma íntegra y no invasiva sobre el organismo de nuestra mascota, además es una forma sencilla y agradable de mejorar su bienestar sin someterla a situaciones de estrés.

Materias primas o insumos

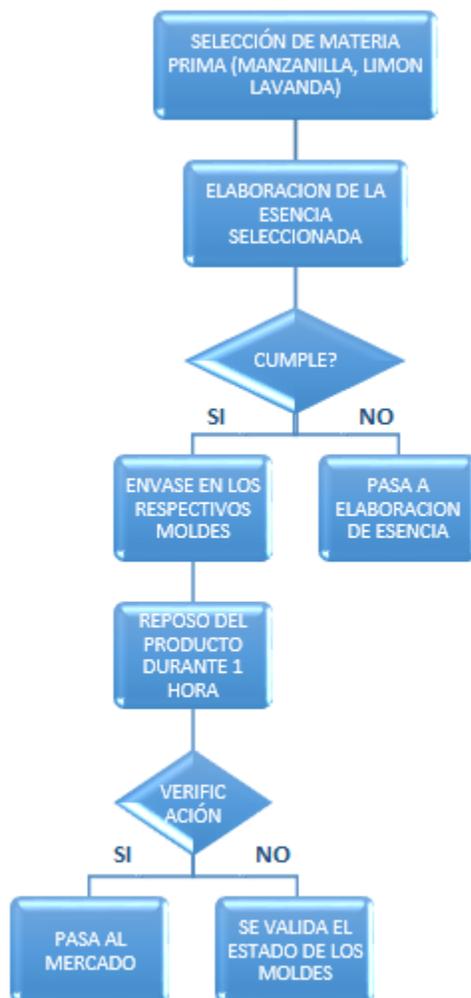
Bien / Servicio: Shampoo				
Unidades a producir: 300				
Actividad del proceso	Tiempo estimado de realización	Cargos que participan en la actividad	Número de personas que intervienen por cargo	Equipos y maquinas que se utilizan. Capacidad de producto / unidad de tiempo
Mezcla de elementos	3 horas	Técnico farmacéutico	1	Licadora especial – 100 prod x hora
Reposo de Ph	10 días	Técnico farmacéutico	1	Moldes – 300 reposo
Revisión producto	1 día	Auditor interno	1	Laboratorio – 300 prod x hora
Total	11 días y 3 horas		2	

Gráfico 1. Organigrama del producto Shampoo



Bien / Servicio: Esencias				
Unidades a producir: 500				
Actividad del proceso	Tiempo estimado de realización	Cargos que participan en la actividad	Número de personas que intervienen por cargo	Equipos y maquinas que se utilizan. Capacidad de producto / unidad de tiempo
Mezcla de elementos	2,5 horas	Técnico farmacéutico	1	Licadora especial – 200 prod x hora
Revisión producto	1 hora	Técnico farmacéutico	1	Laboratorio – 500 x hora
Rotulo y envase	1 hora	Técnico farmacéutico	1	Empaquetadora – 500 prod x hora
Total	4,5 horas		1	

Gráfico 2. Organigrama del producto Esencias



ESTUDIO TECNICO

Macro localización

La Macro localización hacer referencia a la determinación de la región, el territorio donde es posible y viable realizar la instalación de la empresa en un entorno geográfico que corresponda al tipo de industria a instalar.

Para la instalación de Biopets, una empresa comercializadora y transformadora de materia prima artesanal en productos ecológicos para mascotas se deben determinar los siguientes factores:

1. Factores primarios

- ✓ Localización geográfica (ubicado en el perímetro urbano de la ciudad de Yopal)
- ✓ Factores socioeconómicos (comercial y de servicios)
- ✓ Fuentes de materias primas (materias primas regionales de la ciudad de Yopal y sus alrededores)
- ✓ Vías de comunicación (corredor vial Yopal, Sogamoso, Tunja, Bogotá) y (aéreo aeropuerto Alcaraván)

2. Factores secundarios

- ✓ Facilidades de transporte (transporte terrestre principalmente y aéreo)
- ✓ Infraestructura (local comercial y de fabricación artesanal, edificación de 1 piso)
- ✓ Fuentes de suministro de agua, electricidad, y gas natural (proveedor de servicios Enerca S.A. E.S.P., Eaaay empresa prestadora de acueducto y alcantarillado)
- ✓ Disposiciones legales (cámara de comercio, registro de empresa, certificado disposición de suelos, certificación sanitaria)

Micro localización

La micro localización es el tipo de instalaciones pertinentes de acuerdo a la empresa que se va a gestionar acorde a la elección de la macro localización elegida, donde finalmente se realizara distribución de las instalaciones.

Medida de espacio requerido

Tipo de estructura

Recolecciones de residuos

Área de comercialización

Área de almacenamientos de productos, maquinarias y equipos.

Tipo de actividad

Evaluación comercial del terreno (costo, servicios públicos, vías de comunicación y tipos de transporte, topografía), Chávez, M. (2010).

Requerimientos Técnicos

Tipo de Activo	Descripción	Cantida	Valor Unitario*	Requisitos
----------------	-------------	---------	-----------------	------------

		d		técnicos**
Infraestructura – Adecuaciones	Lote /bodega	1	\$ 600.000	precio por arrendamiento mes
	Adecuación de áreas de operación (cuarto de máquina, producción, empaquete, bodega, inventario. Etc)	1	\$ 2.000.000	adecuaciones generales y modificacione s
Maquinaria y Equipo	licuadora industrial	1	\$ 1.140.000	capacidad 15lts, 2 hp a 3600 rpm
	moldes	300	\$ 300.000	material siliconado varias presentaciones
	cacerola	1	\$ 200.000	capacidad 15 litros en acero inoxidable
	cuchara	1	\$ 50.000	de 1mt en madera
Equipo de comunicación y computación	Computador de mesa	1	\$ 1.400.000	capacidad moderada
	Impresora	1	\$ 600.000	E cono-tanque a color
	teléfono fijo y móvil	2	\$ 800.000	celular móvil y teléfono fijo
Muebles y Enseres y otros	Escritorio de en L	1	\$ 250.000	en material sintético
	muebles de sala de estar	1	\$ 660.000	juego de sillas de espera
	silla tipo escritorio	1	\$ 130.000	silla tipo gerencial
	Archivador	1	\$ 120.000	mueble archivador de cajones
Otros (incluido herramientas)	Herramienta de reparación	1	\$ 120.000	juego de llaves mixtas para realizar pequeñas reparaciones y ajustes
	anaquel	2	\$ 250.000	estante de almacenamien to
	vitrina	1	\$ 350.000	vitrina exhibidora

	mueble para mascotas	1	\$ 280.000	mueble adecuado para aromaterapia de mascotas
Gastos pre- operativos	Constitución	1	\$ 600.000	servicios de Asesorías y solicitudes de registros de funcionamiento
	Apertura	1	\$ 1.200.000	lanzamiento del producto
	Registro	1	\$ 280.000	Cámara de comercio

Mapa de infraestructura de la empresa BIOPETS



Marín, D. (2012). Macro-localización y Micro-localización. *Recuperado el, 21.*

Chávez, M. (2010). Estudio de localización para una empresa fabricante de herramientas.



BIOPETS

CODIGO

VERSIÓN

FECHA

FICHA TECNICA DEL PRODUCTO

A. NOMBRE DEL PRODUCTO (Defina el nombre tecnico del producto)

Nuestra empresa maneja un catalogo que en principio ofrece a nuestros clientes 4 productos que son: 1) Aromatizantes naturales. 2) Jabones Naturales. 3) shampoo a base de frutas. 4) Losiones para tu mascota

B. COMPOSICION DEL PRODUCTO EN ORDEN DECRECIENTE

1) Creados con productos biodegradables con esencias naturales que eliminan los malos olores que puede llegar a generar tu mascota.

C. PRESENTACIONES COMERCIALES



D. TIPO DE ENVASE

materiales plásticos; básicamente utilizaremos plásticos biodegradables, los cuales contribuyen al medio ambiente por que su composicion facilita su reutilizacion.

E. MATERIAL DE ENVASE

Plásticos biodegradables



F. CONDICIONES DE CONSERVACION

Nuestros aromatizantes estaran sellados con corchos como en la imagen anterior se puede

G. TIPO DE TRATAMIENTO (PROCESO DE ELABORACION)

Para nuestros aromatizantes, utilizaremos esencias de frutas, las cuales nos dan la posibilidad de al exprimirlas generar buenos olores; frutas como la naranja, la piña, la mandarina, el mango. Estos mismos materiales los utilizaremos para nuestros productos como jabones y shampos, tenemos la posibilidad de hacer con base de estos recursos los productos mencionados.

H. VIDA UTIL ESTIMADA

Nuestros productos en principio por su elaboracion tendran una vida util de seis meses, como estrategia, lo que haremos sera embazar nuestros aromatizantes en cantidades de 500 mlros los cuales según su aplicación tendran una duracion para el cliente de un mes, esto esta sujeto a variaciones segun el tamaño de cada mascota.

I. PORCION RECOMENDADA

Esta parte es realmente relativa, nuestros diseños estan hechos para que un tarro de aromatizante de 50 mlros dure aproximadamente un mes; esta sujeto a cambios ya que no todas las mascotas son igual de grandes por los que este es un factor que puede hacer que el frasco dure menor cantidad de tiempo.

J. PERFIL DE QUIEN INTERVIENE EN EL PROCESO

Se requiere personal capacitado que maneje las plataformas digitales con facebook e instagram para que promueva nuestros productos a traves de internet; entendiendo que por la situacion actual del pais es complejo utilizar otro metodo de comercializacion. Esta persona debe tener conocimientos comerciales para poder debatir objeciones que nuestros posibles clientes presenten.

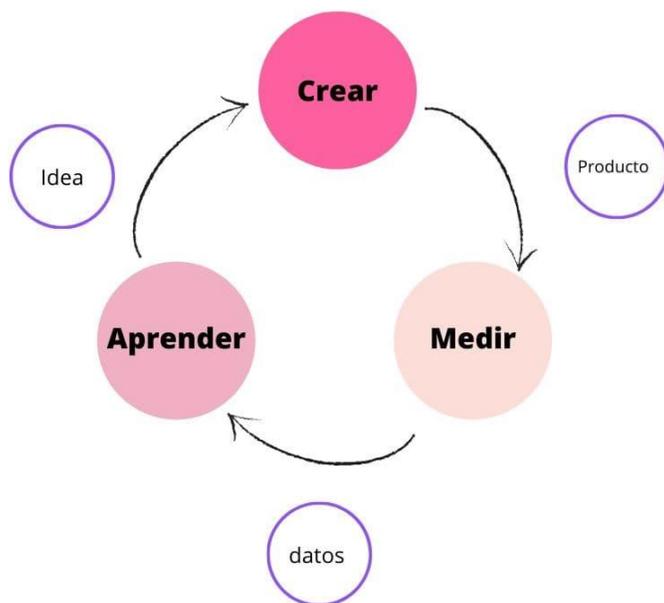
K. GRUPO POBLACIONAL

Toda persona que tenga acceso a internet y que tenga una mascota. Manejaremos envíos a nivel bogota con pago contraentrega y a nivel nacional a traves de servientrega

Firma del responsable
del producto:

Juan Bautista Martha Ortiz Andujar

Producto mínimo viable



Primer paso: Crear:

Nuestro producto mínimo viable es uno de nuestros productos del catálogo, por decirlo de alguna manera es nuestro producto emblema y son los aromatizantes para mascotas.

Segundo paso: Medir:

Al seleccionar el producto para empezar tomamos medidas basándonos en una de las mascotas que más tiende a tener un olor que puede llegar a ser perjudicial y es el perro; esta mascota requiere de un mayor cuidado de sus dueños en cuanto a su higiene y además de eso, en los seres humanos genera una cercanía bastante fuerte con sus dueños por lo que utilizaremos ese sentimiento para crear una necesidad.

Tercer Paso: Aprender:

Usamos en principio las mascotas de los miembros de nuestra empresa para usarlos y probarlos cada vez una fragancia diferente hasta conseguir la que más se ajuste a cada tipo de cliente, basándonos siempre en que cada cliente gusta de una fragancia diferente.

Lista de referencias

Kim, W. C., Mauborgne, R., & de Hassan, A. (2008). La estrategia del océano azul. Grupo Editorial Norma.

Kim, W. C., & Mauborgne, R. (2004). La estrategia del océano azul. Harvard Business Review, 82(10).

Becerra, L. (5 de junio de 2020) Fabricantes, distribuidores y tiendas se han adaptado durante la pandemia para comercializar por medio de canales digitales. Larepublica.co. <https://www.larepublica.co/empresas/mercado-de-alimentos-y-productos-de-mascotas-movera-43-billones-en-2020-en-colombia-3014644>.

Guerra Domínguez, A. M. (2018). Plan de negocio Laika Food.

Herrera, R., & Baquero, M. (2018). Las 5 fuerzas de Porter. Obtenido de [http://www.elmayorportaldegerencia.com/Documentos/Emprendedores/\[PD\]% 20Documentos](http://www.elmayorportaldegerencia.com/Documentos/Emprendedores/[PD]%20Documentos).

Herrera, R., & Baquero, M. (2018). Las 5 fuerzas de Porter. Obtenido de [http://www.elmayorportaldegerencia.com/Documentos/Emprendedores/\[PD\]% 20Documentos](http://www.elmayorportaldegerencia.com/Documentos/Emprendedores/[PD]%20Documentos). <https://blog.oxfamintermon.org/que-es-ecoinnovacion/>.

<https://youtu.be/y0OTfydMpNk> link de apoyo

Ruiz Collantes, F. X. (2011). Marcas para vender historias para vivir: marca, narración y sentido. *DeSignis*, (17), 0060-68.

Calderon Nicolas(2018) el costo por adquisición de cliente (CAC) y el Lifetime Value(LTV). Revista empresarial, recuperado de: <https://revistaempresarial.com/marketing/digital/el-costopor-adquisicion-de-cliente-cac-y-el-lifetime-value-ltv/>