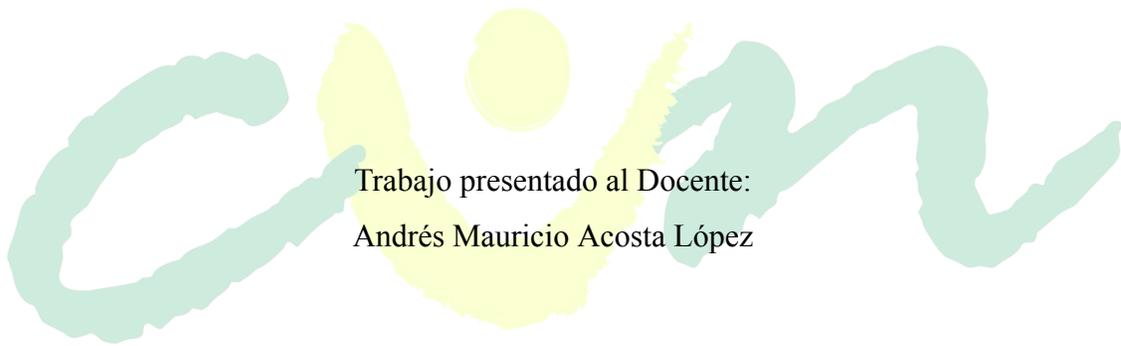


PROYECTO OPCIÓN DE GRADO II

PET HOME

Isabel Andrea Benítez

Yury Paola Castañeda



Trabajo presentado al Docente:
Andrés Mauricio Acosta López

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN

Opción de Grado II- Disciplinar Administración de Empresas

Grupo: 10109

Administración de Empresas

2017



Resumen:

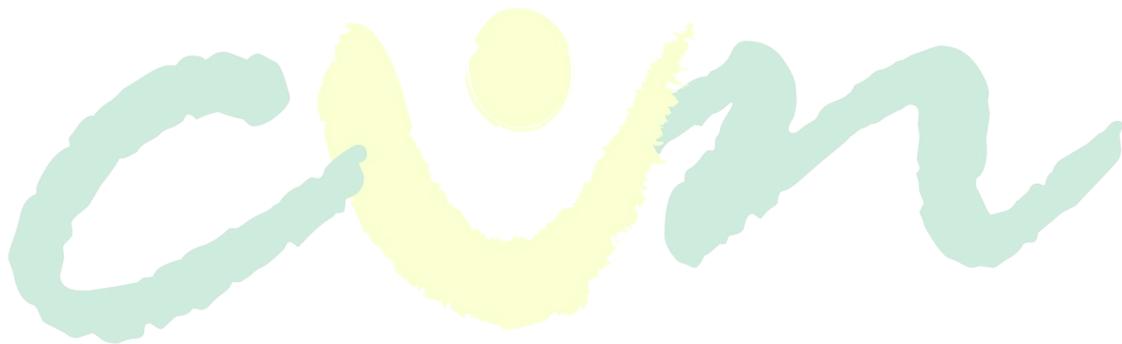
En este documento usted podrá encontrar el desarrollo y ejecución de un proyecto enfocado en la reutilización de neumáticos, convirtiéndolos en camas para nuestras mascotas. Adicionalmente se puede evidenciar el estudio de mercado que se realizó con el fin de llegar al cliente objetivo.

1. Tabla de Contenido

UNIDAD 1 CONTEXTO	4
Aspectos históricos de este tipo de negocio en Bogotá o el país	5
Marco legal del negocio	6
Aspectos Ecológicos	6
Aspectos políticos y económicos.	8
La tecnología y el negocio.	9
Aspectos sociales del negocio	10
UNIDAD 2 MERCADO	11
Estudio y cifras generales del sector de la economía y actividad del negocio dentro del sector.	11
Segmentación geográfica del grupo objetivo B2B o B2C (TAM, SAM y SOM).	12
Economía e ingresos grupo objetivo.	12
Psicografía del grupo objetivo (personalidad, motivos, estilo de vida).	12
Edad, género y ciclo de vida.	12
Diseño de instrumento y aplicación en campo.	12
Conclusiones y recomendaciones (Cierre investigación).	14
UNIDAD 3 MARKETING	16
Decisiones de producto sustentadas	16
Decisiones de distribución sustentadas	17
Decisiones de promoción sustentadas	17
Actividades justificadas de promoción y ventas	22
Decisiones de precio sustentadas	23
Presupuesto general del plan de marketing	24
Paso a paso y bocetos de desarrollo del PMV.	24

2. Lista De Tablas:

1. **Tabla 1.** *Variación de la producción real industria Manufacturera*
2. **Tabla 2.** *Encuesta y análisis.* Fuente. Creación propia.
3. **Tabla 3.** *Estudio interno de Precio.* Creación propia.
4. **Tabla 4.** *Estudio externo de Precio.* Creación propia.



Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior

3. Lista De Figuras:

Figura 1. *Logo empresa - Creación propia*

Figura 2. *Imagen publicitaria - Creación propia*

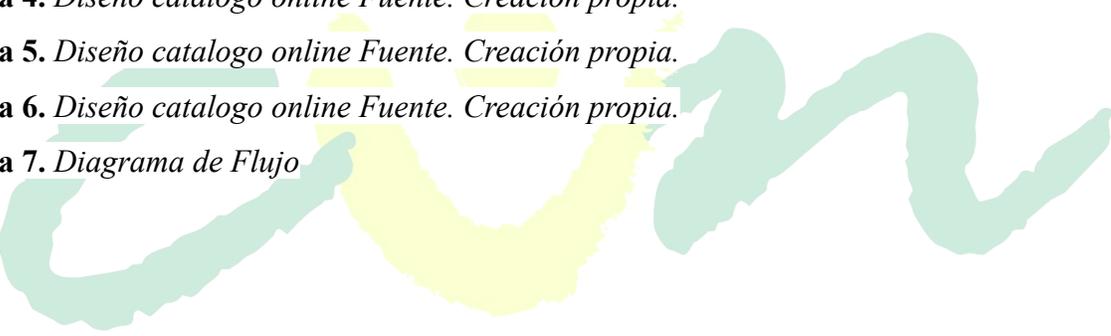
Figura 3. *Diseño Página en Facebook. Creación propia*

Figura 4. *Diseño catalogo online Fuente. Creación propia.*

Figura 5. *Diseño catalogo online Fuente. Creación propia.*

Figura 6. *Diseño catalogo online Fuente. Creación propia.*

Figura 7. *Diagrama de Flujo*



Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior

UNIDAD 1 CONTEXTO

Aspectos históricos de este tipo de negocio en Bogotá o el país

En Colombia se generan unas 27.500 toneladas de residuos al día (Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial [MADVT], 2004), de las cuales, el 40% son dispuestos en rellenos sanitarios y otro 50% en botaderos a cielo abierto y enterramientos. Únicamente el 12% es reincorporado en el ciclo productivo.

La actividad del reciclaje se ejerce en Colombia desde hace más de 40 años y según organizaciones de recicladores hay 50.000 familias que viven de esta actividad, aproximadamente 300.000 personas (MADVT, 2004). En una guía sectorial del reciclaje (Corredor, 2010) se encontró que sólo se realiza el reciclaje en las grandes ciudades en Colombia y los materiales que más se aprovechan son el vidrio, papel, cartón y plásticos.

La actividad del reciclaje inició desde la década de los años cincuenta y desde su comienzo, los principales recuperadores de materiales fueron los recicladores de oficio y luego se conformaron los intermediarios, cuya función principal es la de almacenar los materiales que finalmente llegaban a la gran industria (Corredor, 2010). Posteriormente se han ido integrando nuevos actores y nuevos materiales de reciclaje como los plásticos, el tetrapack, también se crearon nuevas cadenas de comercialización de productos para reutilización, como envases, empaques y con estas cadenas llegaron pequeñas y medianas industrias que demandaron este tipo de materia prima. En cuanto a las llantas usadas en la ciudad de Bogotá, se conocen tres cadenas de aprovechamiento: uso energético (71,9%), reencauche y como materia prima para la fabricación de artículos de caucho. El uso energético está dirigido especialmente para hornos de producción de panela, actividad que genera impactos ambientales y de salud pública. (Organización de Control Ambiental y Desarrollo Empresarial [OCADE], 2000).

Marco legal del negocio

Las llantas son consideradas un residuo sólido. Las empresas dedicadas al reciclaje deben acogerse a una política de ordenamiento territorial del sistema general de residuos sólidos. Lo anterior, de acuerdo al capítulo IV del Título IV del Decreto 312 del 2006 expedido por el Alcalde Mayor de Bogotá D.C. y complementado posteriormente por el Decreto Distrital 620 de 2007 en el cual se adopta el Plan Maestro para el Manejo Integral de Residuos Sólidos para Bogotá Distrito Capital PMIRS cuya última actualización fue en el 2011. Este plan este compuesto por un representante de: el Departamento Administrativo de Planeación Distrital DAPD; Departamento Administrativo de Medio Ambiente DAMA; organizaciones de recicladores de oficio; de las alcaldías locales y de control social del servicio Público de Aseo. La Unidad Administrativa de Servicios Públicos UESP en su Plan Maestro para el Manejo de Residuos Sólidos coordinará las reuniones para recopilar información y mantener una base de datos sobre servicio, zonas, tarifas, indicadores de calidad del manejo de residuos.

Normatividad Ambiental 86 Resolución 2309 de 1986: Se regula lo relacionado con el manejo, uso, disposición y transporte de los residuos sólidos con características especiales Ley 142 de 1994: Establece el régimen de los servicios públicos domiciliarios, entre los que se encuentran los servicios de aseo y reglamenta su administración a cargo de los municipios. Decreto 1713 de 2002: Reglamenta la Ley 142 de 1994 y otras disposiciones en relación con la prestación del servicio público de aseo Decreto 1505 de 2003: Por medio del cual se modifica parcialmente el Decreto 1713 de 2002 en relación con los planes de gestión integral de residuos sólidos Resolución 1045 de 2003: Por medio de la cual se adopta la metodología para residuos PGIRS Resolución 1457 de 2010: Por la cual se establecen los sistemas de recolección selectiva y gestión ambiental de llantas usadas y se adoptan otras disposiciones. Resolución 6981 de 2011: Por la cual se dictan lineamientos para el aprovechamiento de llantas y neumáticos usados en el Distrito Capital.

Aspectos Ecológicos

Hasta hace pocos años, incluso aún, era frecuente encontrar en la mitad de patios, o en potreros, montañas interminables de llantas ardiendo bajo el fuego. Este es un sistema equivocado e ilegal que se utiliza para acabar con los cauchos usados, puesto que genera un humo negro intenso y dura muchos días en apagarse, lo cual que causa una contaminación ambiental elevada y genera emisiones tóxicas de elementos como dioxinas, plomo y arsénico.

También es frecuente ver barcos zarpano de los puertos, cargados de neumáticos, que los llevan al fondo del mar para convertirlos en bases para zonas de arrecifes. Este procedimiento es menos contaminante a corto plazo, pero su logística es muy costosa y con el tiempo acabará por afectar el océano y a sus seres vivientes. También están quienes, por ignorancia, intentan repetir este mismo procedimiento, abandonando los neumáticos en las orillas del río. Por eso es frecuente que los paseos de olla los adornen las llantas que nunca se van a desintegrar.

Pero estos problemas de contaminación que generan los intentos de salir de las aproximadamente 200 mil llantas que deja el parque automotor todos los años se les ha dado una nueva solución. Un nuevo método de reciclaje está siendo utilizado en Colombia por la ANDI y las plantas aliadas, del programa, aunque hasta el momento son pocas las que lo pueden realizar. Se trata de un sistema de separación y reutilización de materiales con los cuales que se fabrican.

*Todo sirve: Mediante una planta que no genera humo ni contamina, la llanta pasa por un proceso de trituración que separa el caucho del textil y el metal, tres elementos que sirven como materia prima para otros productos. El textil es utilizado como relleno, el metal va a las siderúrgicas y el caucho sirve para fabricar canchas de fútbol sintéticas, tapetes y asfalto.

*Falta mucho todavía: Además de la necesidad de que haya más plantas de trituración de llantas, también urge una inversión en industrias que puedan, en un futuro cercano, utilizar la materia prima que resulta en grandes toneladas, una vez se logre reciclar la totalidad de las llantas usadas.

El caso de Bogotá, el Grupo Renova es una de las pocas plantas que realizar utiliza este novedoso sistema de reciclaje desde hace dos años.

De acuerdo con información de Martín Vargas, gerente general de ese conglomerado, en estos dos años de trabajo se ha estado reciclando una tonelada, es decir, 20 llantas, cada hora, para un total de 300 llantas al día.

En otras palabras, en los 365 días del año se estaría procesando científicamente un promedio de 106.800 llantas en esa planta.

Aspectos políticos y económicos.

Desde el 2012, los residuos sólidos que necesitan un tratamiento especial, ya sea porque se consideran peligrosos o porque pueden ser aprovechados como nuevos insumos, son tratados en el país en programas de pos consumo. De esos materiales hacen parte productos cotidianos como llantas, pilas, plaguicidas, tecnológicos, medicamentos, bombillas y baterías.

Organizaciones como la Asociación Nacional de Industriales (Andi) han tomado el liderazgo de la recolección de esos residuos a partir de recursos de sus afiliados, y los resultados son alentadores. Pero en el caso de las llantas, el único producto que puede ser reprocesado en su totalidad para obtener nuevas materias primas, se han encontrado obstáculos, particularmente en materia de comercialización, los cuales no permiten cerrar con éxito su ciclo de vida útil. Élmer Cardozo Guzmán, director de Rueda Verde, el más grande de los cinco programas que hay en el país para la recuperación de llantas usadas, asegura que los gestores, encargados de transformar los neumáticos en subproductos como caucho, acero y fibras, solo llegan a comercializar entre el 50% y el 60% de las nuevas materias primas generadas.

Esa cifra contrasta con el éxito que se ha evidenciado en la primera parte del ciclo, es decir, la recuperación. La meta de Rueda Verde para el 2016 es recoger dos millones de llantas en el país, medio millón menos de las desechadas por Bogotá cada año. Para cumplir con esa labor, la

Opción de grado II

fundación dispone de 20 puntos en varios departamentos. Esa cifra de recuperación es esperanzadora, teniendo en cuenta que apenas están comenzando las campañas de concientización de los usuarios, afirma Cardozo. No puede perderse de vista que en el 2015 salieron a la venta más de 5,3 millones de llantas en Colombia, las cuales, una vez cumplido su ciclo de vida, pueden terminar en calles, avenidas y parques, generando un problema ambiental y de salud pública para los ciudadanos.

El país tiene capacidad para procesar 10 millones de llantas al año, pero se llega solo al 20% porque los subproductos obtenidos no están cumpliendo con su cuota de comercialización. Según Cardozo, de Rueda Verde, una de las primeras dificultades fue buscar una infraestructura que se encargara de la reprocesamiento de los neumáticos y llevara a cabo los procesos de trituración y separación.

La segunda causa, según expertos consultados, fue la no creación de un mercado y de una cultura de uso de materiales reciclados, en específico del caucho, cuyas propiedades y precios lo hacen atractivo para diversos sectores de la industria.

Una de las salidas que podrían tener las llantas procesadas está en el asfalto modificado, que se combina con granos muy pequeños de caucho reciclado para ofrecer mayores condiciones de calidad en la construcción de vías. No obstante, el ingeniero José Hernando Marín, jefe de la planta de reciclaje de Corpaúl, uno de los gestores que trabajan con Rueda Verde, señala que ese mercado aún no se ha explotado. Además, parte del material derivado del neumático para ese uso en Colombia ha sido importado de países como España y Trinidad y Tobago, restándole competitividad de precios al producto nacional. Además, dice que en otros usos como los granos de caucho de las canchas sintéticas se debe competir con productores informales que llegan a ofrecer precios inferiores hasta en 25% por kilo.

La tecnología y el negocio.

La tecnología y el negocio, se pueden a nuestro favor utilizando herramientas que nos permitan compartir publicidad, por medio de redes sociales, de esta manera reducimos costos y generando

una posición en el mercado. La tecnología nos brinda más facilidades y oportunidades, esto generando así la necesidad que sin notarlos nos crea una dependencia tecnológica, PET HOME le brindara a sus clientes la facilidad de comprar nuestros productos, permitiéndoles que gracias a la tecnología puedan realizar sus pagos en línea

Nuestra página web, es un apoyo esencial para el funcionamiento de nuestra empresa, ya que este tipo de actividades económicas le facilitan la información y la compra y monitoreo al cliente generándoles ahorro de tiempo, con la implementación de un sistema donde el cliente realice su pedido, realiza el pago y monitorea con frecuencia el estado en que se encuentra la solicitud realizada, por lo anterior la evolución de las tecnologías nos brindan en la actualidad un mejor servicio, clientes satisfechos que tienen la confianza y fidelidad con la empresa.

Aspectos sociales del negocio

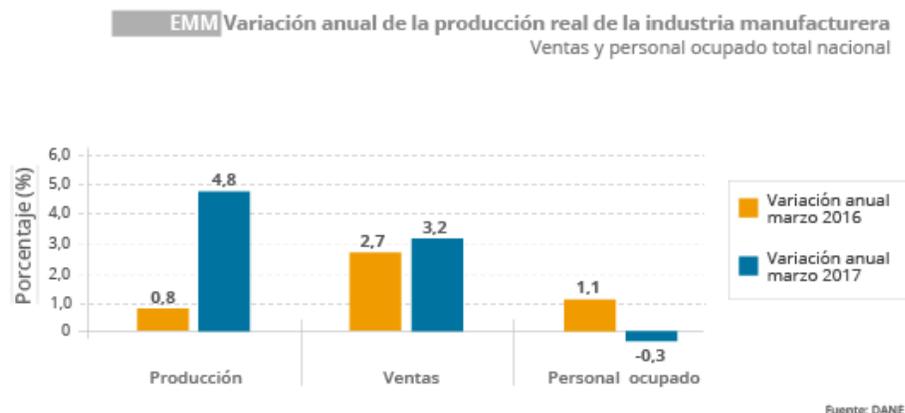
Con el desarrollo de este proyecto se busca no solo impactar positivamente la conservación del medio ambiente, si no también impactar en la vida diaria de las madres cabezas de hogar de la ciudad de Bogotá; para lo cual se busca trabajar en pro del desarrollo de la mujer y sus virtudes, brindándole a la mujer y en especial a estas madres, una oportunidad de empleo en la cual cumplan sus expectativas y sean valoradas por su gran labor y contribución.

UNIDAD 2 MERCADO

Estudio y cifras generales del sector de la economía y actividad del negocio dentro del sector.

En marzo de 2017 la producción real de la industria manufacturera registró una variación anual de 4,8%, en marzo de 2016 fue 0,8%. En marzo de 2017 de las 39 actividades industriales 27 registraron variaciones positivas en la producción real de la industria manufacturera.

- En marzo de 2016 la variación de la producción real de la industria manufacturera fue 0,8%.
- En marzo de 2017 las ventas reales registraron una variación de 3,2% y el Personal ocupado fue -0,3%. En marzo de 2016 la variación de las ventas fue 2,7% y el personal ocupado 1,1%
- La producción real de industria manufacturera registró una variación de 0,4% en lo corrido de 2017. Entre enero y marzo de 2016 la variación fue 4,8%.
- Entre abril de 2016 y marzo de 2017 la variación de la producción real de la industria manufacturera fue 2,8%; en el periodo abril 2015 a marzo 2016 registró una variación



3,2%

Tabla 1. Variación de la producción real industria Manufacturera

Segmentación geográfica del grupo objetivo B2B o B2C (TAM, SAM y SOM).

La segmentación geográfica de acuerdo al grupo B2C es la siguiente:

*TAM: Bogotá (7.363.782 habitantes)

*SAM: Localidad de Kennedy (1.827.000 habitantes)

*SOM: 500 Unidades vendidas en el primer año, de acuerdo al consumo

Economía e ingresos grupo objetivo.

Ingresos superiores a 1SMLV (\$7.737.717)

Pictografía del grupo objetivo

- ✓ Personalidad: Introversos, extroversos, individualistas, familiares, generosos, comprensivos, alegres y solitarios.
- ✓ Estilos de vida: Personas que amen los animales, personas que tengan familia propia y personas que sean independientes.
- ✓ Valores: Amorosos, Familiares, responsables, Respetuosos y tolerantes.

Edad, género y ciclo de vida.

Nuestro producto aplica desde Preadolescentes, hasta adultos jóvenes, tanto para hombres como para mujeres.

Opción de grado II

Diseño de instrumento y aplicación en campo.

Tabla 2. Encuesta y análisis. Fuente. Creación propia.

N°	PREGUNTA		A	B	C	D	E
1	¿Cuál es la razón principal por la cual compra productos para la comodidad de su mascota al descansar?		18	13	29	0	0
2	Cuándo compra productos para el descanso de su mascota. ¿Su calidad y precio es importante?		7	11	36	6	0
3	¿Que incomodidades o frustraciones ha tenido usando camas o productos para el descanso de su mascota?		20	22	18	0	0
4	¿Por qué razón dejaría de usar este tipo de cama para su mascota?		20	16	22	2	0
5	¿Con que frecuencia le cambia la cama a su mascota?		4	13	15	28	0
6	¿Cuanto dinero ha pagado por una cama para su mascota?		13	11	11	11	14
7	¿Qué mejoras le harías a nuestro producto presentado?		19	12	28	11	0
8	¿Que otro tipo de cama usarías para tu mascota?		4	17	11	14	14

8	¿Que otro tipo de cama usarías para tu mascota?		4	17	11	14	14
9	¿Qué probabilidad hay de que compre este producto, si sale al mercado?		19	24	13	4	0
10	¿Cuánto dinero estaría dispuesto a pagar por una cama ecológica para su mascota?		22	15	12	11	0
11	¿Qué canal de distribución le gustaría usar para comprar nuestro producto?		8	39	13	0	0
12	¿Porque canal de comunicación, le gustaría encontrar la cama ideal para su mascota?		14	28	10	3	5
13	¿Qué tipo de mascota tiene?		13	23	7	10	7

1.7 Conclusiones y recomendaciones (Cierre investigación).

Conclusiones:

- ✓ Se puede concluir que en los hogares que tienen mascotas desean el bienestar de los mismos.
- ✓ Se puede concluir que en los hogares que tienen mascotas le brindan productos de calidad y precio.
- ✓ Podemos concluir que las familias con el tiempo han descubierto que la calidad que compraron no fue la mejor en calidad frente al precio que pagaron.

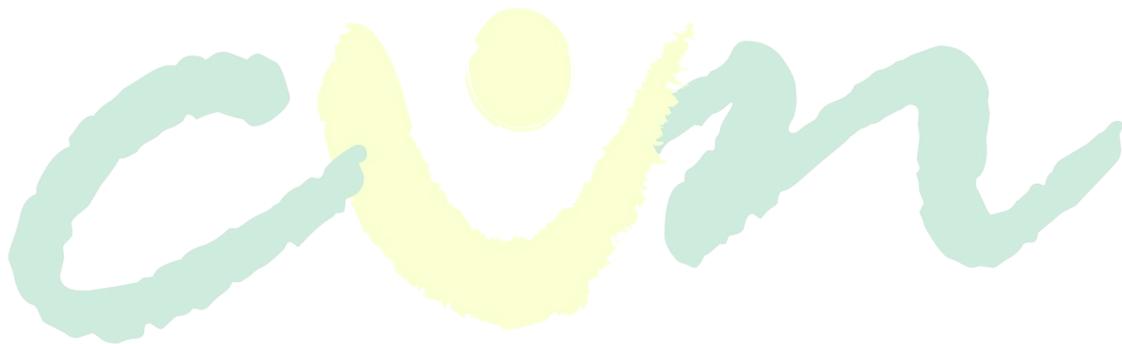
- ✓ Las personas buscan la comodidad y el bienestar de sus mascotas al igual que su buen calidad y precio.
- ✓ Las personas cambian las camas de sus mascotas cada año.
- ✓ Las personas en promedio están dispuestas a pagar un buen precio por la cama de sus mascotas.
- ✓ Las personas buscan diversidad en forma, textura y más acolchado al momento de buscar la cama para su mascota.
- ✓ Las personas están dispuestas a brindarles a su mascota una cama para su bienestar.
- ✓ Las personas están dispuestas a darle la oportunidad de usar nuestro producto.
- ✓ Las personas al momento de brindarles la facilidad de un pagar un buen producto a menor precio prefieren esta opción.
- ✓ Las personas están dispuestas a comprar nuestro producto en la tiendas veterinarias y en un punto de venta propio.
- ✓ Las personas les gustaría encontrar en las diferentes redes sociales y volantes nuestro producto.
- ✓ Gran porcentaje de la muestra prefiere tener como mascota perros y gatos.

Recomendaciones:

Opción de grado II

- ✓ Con este indicador podemos determinar que hay que implementar una idea de venta, tocando los corazones de las personas.
- ✓ Brindar un producto de calidad y con un buen precio, para esto debemos estudiar más a fondo la materia prima.
- ✓ Brindar un producto con muy buenas materias primas para que al momento del control de calidad sea exitoso.
- ✓ Brindar un producto que sea amigable con el medio ambiente.
- ✓ Brindar una cama para mascota que dure más 12 meses
- ✓ Brindar un buen precio al alcance de las personas para la venta de nuestros productos
- ✓ Brindar diversidad de camas en lo que respecta a formas, colores para mascota con una espuma de buena calidad y duradera.
- ✓ Brindar un producto al alcance de las personas para que tengan siempre a la mano la posibilidad de brindarle una cama a su mascota
- ✓ Realizar un buen plan de mercadeo para que nuestro producto sea una oportunidad para el mercado.
- ✓ Hacerle ver a las personas que un buen producto no es el más económico y tampoco debería ser el más costoso.
- ✓ Distribuir nuestro producto en tiendas veterinaria y la opción de poner un punto de venta propio.

- ✓ Crear, elaborar y desarrollar páginas de diferentes redes sociales para el desarrollo para el lanzamiento del nuestro producto, ayudándonos con volantes.



UNIDAD 3 MARKETING

Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior

Decisiones de producto sustentadas

Figura 1. Logo empresa



Cuida el ambiente, cuida tus huellitas

Cada año, millones de llantas son desechadas en todo el mundo. Son visualmente contaminantes, atentan contra la salud pública y crean peligro por ser generadoras de incendios. Las llantas presentan inconvenientes para su disposición final porque son consideradas un desecho sólido

Opción de grado II

que se entierra, almacena y es destruido por incineración. De acuerdo con lo anterior, Pet Home busca ser una solución rentable y amigable con el ambiente a través del reciclaje de las llantas desechadas en la ciudad de Bogotá. Este proceso consiste en la transformación de la llanta, en una cómoda cama para el descanso de nuestras mascotas.

Los colores corporativos de nuestro logo, se escogieron con base a la actividad de nuestra empresa; la cual consiste en la transformación de un elemento no convencional en una linda cama para nuestras mascotas. Allí visualizamos los dos colores que se encuentran claramente acorde con los valores que nos representan.

Utilizaremos empaques llamativos y novedosos de forma que atraigan la atención de nuestros clientes a primera vista. Estos empaques serán producidos con material reciclable y de fácil desintegración.

Decisiones de distribución sustentadas

Los canales de distribución que llevaremos a cabo para la entrega de nuestro producto serán los siguientes:

Tiendas especializadas: Nuestra atención se realiza con auto-venta y merchandising en la misma visita lo que nos permite una velocidad de ejecución óptima a tiendas de mascotas, clínicas veterinarias y almacenes de cadena, todos de formatos modernos y funcionales, que ofrecen de una forma más dinámica la adquisición de camas para nuestras mascotas.

A parte de la planta como punto de venta, se utilizarán también como distribuidores empresas dedicadas a brindar productos y servicios veterinarios en la ciudad de Bogotá y empresas que se dediquen a la comercialización de accesorios para mascotas, ampliando de esta manera la cobertura de puntos en la ciudad y facilitando al cliente la fácil y rápida adquisición del producto.

Opción de grado II

Decisiones de promoción sustentadas

Tipo de publicidad y objetivo final de la comunicación: El tipo de publicidad que utilizara Pet Home para llegar al cliente será tipo “Motivacional” ya que, buscamos lograr que las personas adquieran nuestro producto y al mismo tiempo contribuyan a la conservación del medio ambiente. Adicionalmente queremos generar en nuestros clientes un sentimiento favorable hacia la marca.



Figura 2. Imagen publicitaria

¿Qué información se quiere transmitir al grupo objetivo?

Pet Home busca transmitir y promover al público objetivo, participar en la contribución al medio ambiente a través de la transformación de elementos no convencionales como lo es la llanta de automóvil, en una linda y cómoda cama para nuestras mascotas. Adicionalmente se

quiere hacer conciencia frente la situación que por la que pasando el planeta, sobre el alto grado de contaminación que nosotros mismos como seres humanos estamos generando.

Personalidad de la marca: Los rasgos de personalidad que caracterizan nuestra marca son: personas conscientes del alto impacto que tiene la conservación del medio ambiente en nuestras vidas. Adicionalmente debe ser una persona apasionada por lo que hace y muy enfocada en sus objetivos.

Medios de comunicación:

Los medios de comunicación que utilizara Pet Home para dar a conocer sus productos serán los siguientes:

- Redes sociales/Facebook/Página

Se realiza página web por medio de la red social Facebook. En esta página, nuestro consumidor y/o cliente, podrá consultar toda la información que requiera de nuestro producto. Como lo es galería de fotos, medios de pago, puntos de venta, entregas a domicilio, promociones, novedades y toda la información que este necesite.

Esta página será actualizada constantemente por nuestro personal encargado, con el fin de tener a nuestros ciber fans 100% informados sobre nuestros productos. Adicionalmente se trabajará el PQRS por medio de mensaje directo con el fin de mejorar cada día y a petición de nuestros clientes, la calidad y el diseño de nuestros productos.



Figura 3. *Diseño Página en Facebook. Creación propia*

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior

Para consultar nuestra Fan Page consulta el siguiente link:

<https://www.facebook.com/PET-HOME-316636648753421/>

□ Volantes y tarjetas de presentación:

Se realizan tarjetas de presentación y volantes, permítenos llegar a toda tipo de clientes de una manera directa, y más rápida, toda vez que en estas se encuentra nuestros contactos y un aviso promocional del 10% de descuento presentando el volante en cualquier tipo de compra.

Opción de grado II

□ Catálogo de productos online

Se realiza catálogo de productos online por medio de la aplicación lookandremember. En este catálogo nuestros clientes podrán encontrar imágenes y diseños de nuestros productos, los cuales serán producidos de acuerdo a la solicitud de nuestros clientes. En este catálogo, también podrán encontrar la información correspondiente a las ofertas del mes según sea la temática.

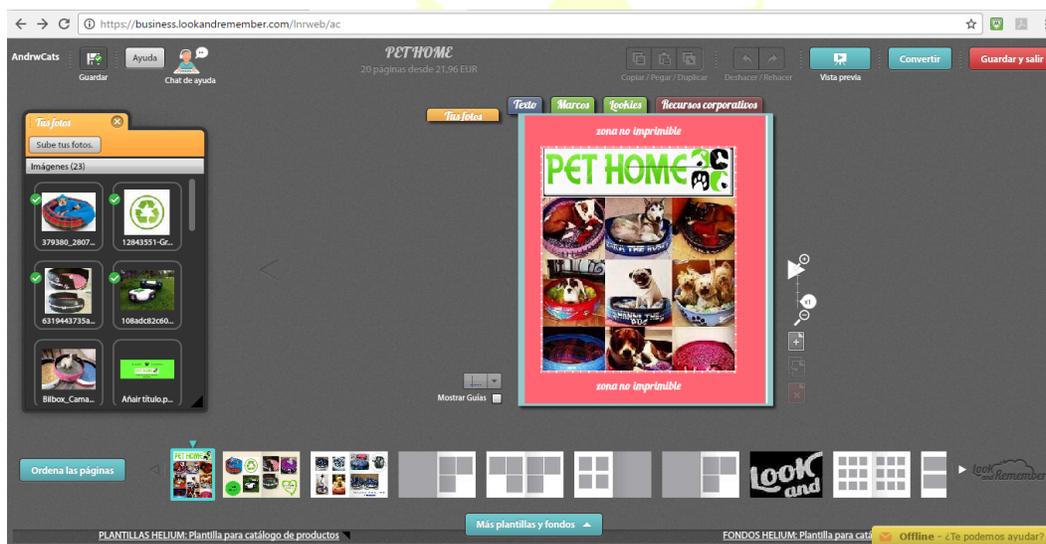
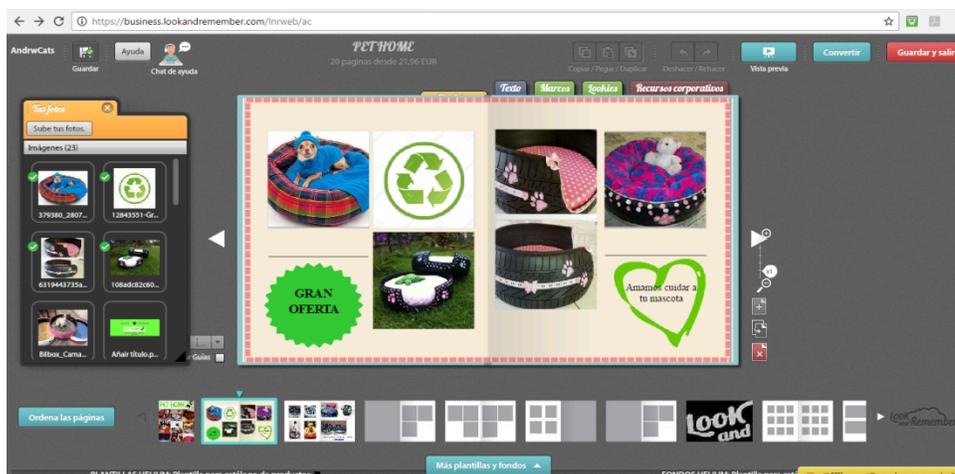


Figura 4. Diseño catalogo online Fuente. Creación propia.



Opción de grado II

Figura 5. *Diseño catalogo online Fuente. Creación propia.*

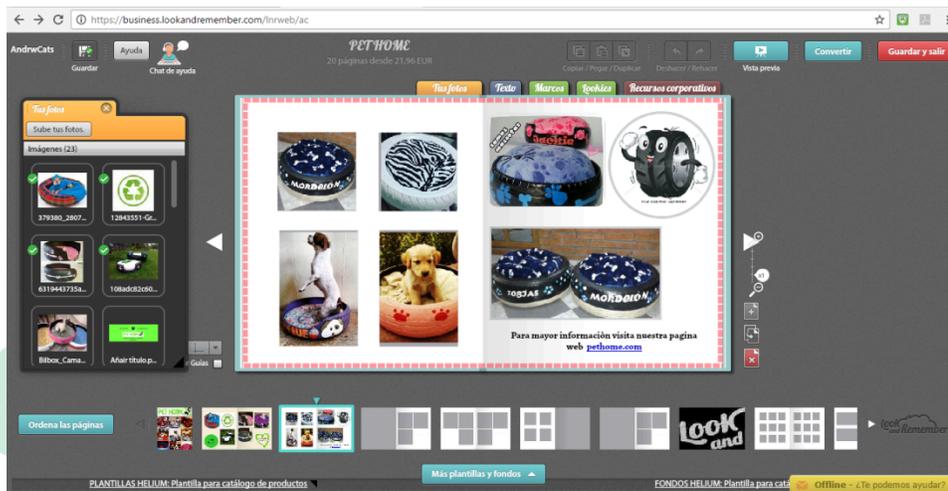


Figura 5, *Diseño catalogo online Fuente. Creación propia.*

Después de terminado nuestro catálogo, este será compartido con nuestro posible cliente a través de su correo electrónico. Los correos electrónicos serán obtenidos por medio de las páginas web de cd una de las veterinarias con las cuales estamos interesados en realizar la alianza comercial.

Actividades justificadas de promoción y ventas

Pet Home busca que sus clientes se sientan a gusto con sus productos, por lo tanto se implementaran las siguientes promociones de ventas, con el fin de suplir la necesidad y la plena satisfacción del cliente:

- Las promociones que realizara PET HOME para atraer más clientes, consiste en armar paquetes de productos de aseo los cuales serán entregados por la compra de una cama grande sencilla. Esta promoción se llevará a cabo durante un periodo de tiempo de 30 días y/o hasta agotar existencias.
- Se realizan tarjetas de presentación y volantes, permitiéndonos llegar a los clientes de una forma directa, y rápida, toda vez que en estas se encuentra nuestros contactos y un aviso promocional del 10% de descuento presentando el volante en cualquier tipo de compra.



Figura 4. Tarjetas de Presentación. Creación propia.



Figura 5. Volantes. Creación propia.

- Otra de las ofertas que brindamos a nuestros clientes, consiste en que, por la compra de una cama mediana personalizada, el cliente podrá participar en la rifa de un día de spa para su mascota. Esta promoción se llevara a cabo durante dos meses, haciéndose el sorteo los días sábado de cada semana, durante el alcance de la promoción.

Decisiones de precio sustentadas

Estrategia de precio penetración: Nuestra estrategia de precio tiene como objetivos principales, penetrar de inmediato en el mercado masivo (clínicas veterinarias), generar un volumen importante de ventas, lograr una gran participación en el mercado de las mascotas, y atraer clientes adicionales que se sientan cautivados por el precio.

Opción de grado II

ESTUDIO INTERNO DE PRECIO			
COSTOS	Materia prima	*Neumaticos	\$ 8.000
		*Tela	\$ 4.500
		*Resorte	\$ 500
		*Taches	\$ 650
		*Hilo	\$ 1.500
		*Guata siliconada	\$ 6.500
		Subtotal	\$ 21.650
	Capital humano	*Confeccionista	\$ 3.333
		*Administrador	\$ 3.750
		*Entregador	\$ 2.875
	Subtotal	\$ 9.958	
	Acabado	*Empaque	\$ 2.500
	Subtotal	\$ 2.500	
Subtotal costos		\$ 34.108	
GASTOS	Servicios públicos	*Agua	\$ 25.000
		*Energía	\$ 35.000
		*Teléfono	\$ 28.000
		*Internet	\$ 35.000
		Subtotal	\$ 123.000
	Arriendos	*Fabrica	\$ 250.000
	Subtotal	\$ 250.000	
Subtotal gastos		\$ 1.554	
TOTAL		\$ 35.663	

UTILIDAD 10% ALOR TOTAL DEL PRODUCTO \$ 35.663
 \$ 3.566 TOTAL PRECIO PRODUCTO \$ 39.228,8

Tabla 3. Estudio Interno de Precio. Creación propia.

ESTUDIO EXTERNO DE PRECIO		
ITEM	EMPRESA	PRECIO
1	ANIMAL FACTOR	\$ 33.000
2	DOG TOYS LTDA	\$ 45.000
3	PET SHOT	\$ 39.000
4	CASTELLPET	\$ 55.000
PROMEDIO	\$	43.000

Tabla 4. Estudio externo de Precio. Creación propia.

Presupuesto general del plan de Marketing

PRESUPUESTO DE MARKETING				
Presupuesto para acciones de marketing				
Categorías	Presupuesto Total	Gastado hasta Hoy	Presupuesto Restante	%Restante
Relaciones Públicas	\$ 2.000.000	\$ 750.000	\$ 1.250.000	63%
Impresión volantes	\$ 890.000	\$ 200.000	\$ 690.000	78%
Publicidad Online	\$ 2.000.000	\$ 450.000	\$ 1.550.000	78%
Eventos y obsequios	\$ 4.500.000	\$ 860.000	\$ 3.640.000	81%
Gasto en Agencia de Publicidad	\$ 3.000.000	\$ 900.000	\$ 2.100.000	70%
Total	\$ 12.390.000	\$ 3.150.000	\$ 9.230.000	74%

Pasó a paso y bocetos de desarrollo del PMV.

Esta cama está diseñada para el descanso y cuidado de las mascotas, contribuyendo al cuidado del medio ambiente.

Materia Prima

1. Neumático usado
2. Tela
3. ¼ de Pintura
4. Algodón siliconado
5. Lamina espuma rígida

Elaboración

1. Lavar muy bien el neumático
2. Pinar el neumático a su gusto del interesado
3. Cortar la tela en forma de acuerdo al tamaño que se requiere
4. Cortar la lámina de espuma rígida
5. Seca la pintura se decora
6. Armar el empaque para entregar

Opción de grado II

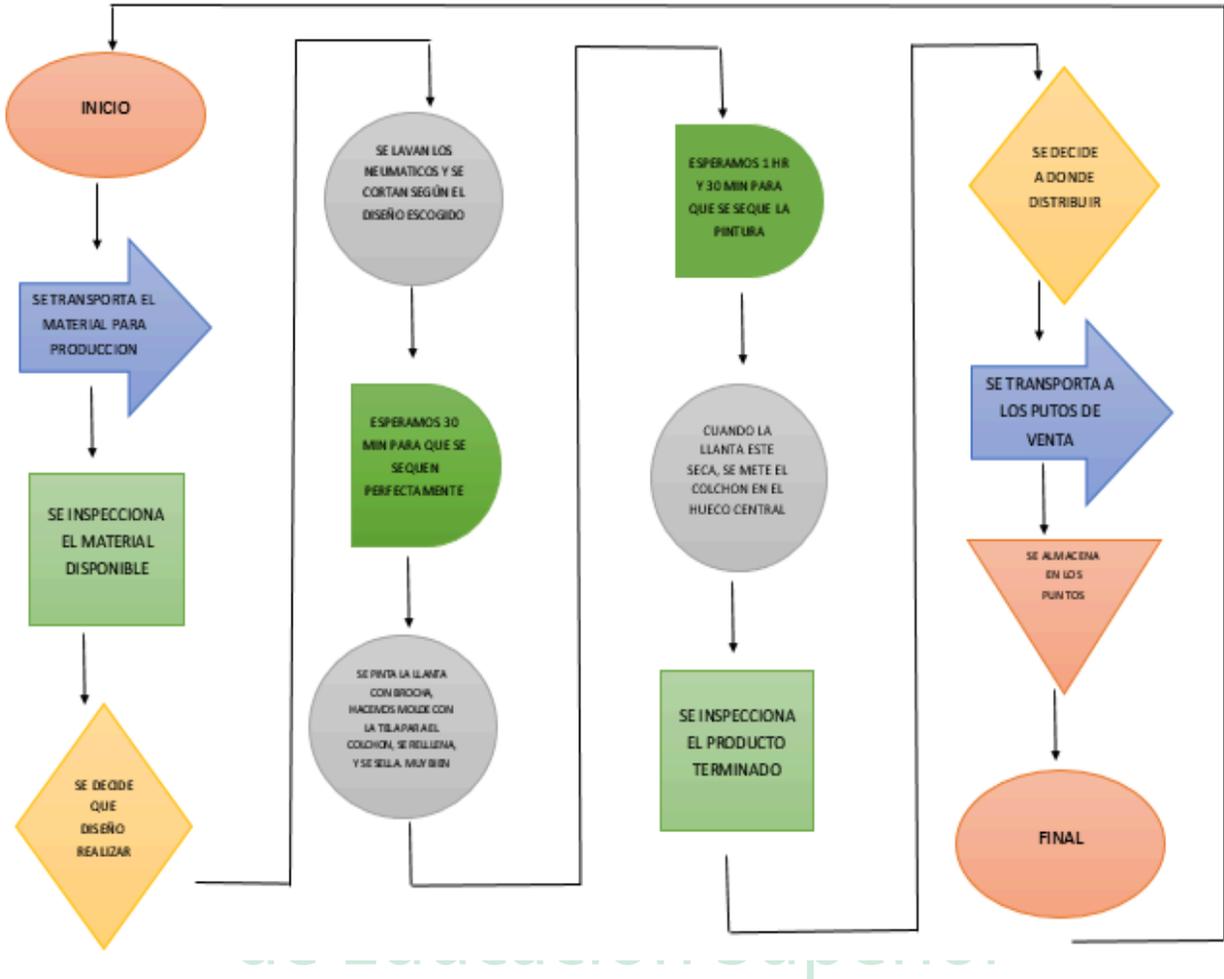


Figura 7. Diagrama de Flujo

Cibergrafía

Información reseña histórica disponible en:

- ❖ http://www.corpaul.com/index.php?option=com_content&view=article&id=116%3Areciclaje-llantas&catid=14%3Agestion-ambiental&Itemid=33
- ❖ <http://www.ecopunto.com.co/Faqs.aspx?pid=5a660032-674f-40d3-9a15-cao03a415049>
http://www.corpaul.com/index.php?option=com_content&view=article&id=116%3Areciclaje-llantas&catid=14%3Agestion-ambiental&Itemid=33
- ❖ <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-9343605>

Información marco legal disponible en:

- ❖ <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=45358>

Información aspectos ecológicos disponible en:

- ❖ <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-9343644>

Información aspectos políticos y económicos disponibles en:

<http://www.eltiempo.com/vida/ciencia/reciclaje-de-llantas-en-colombia-52722>

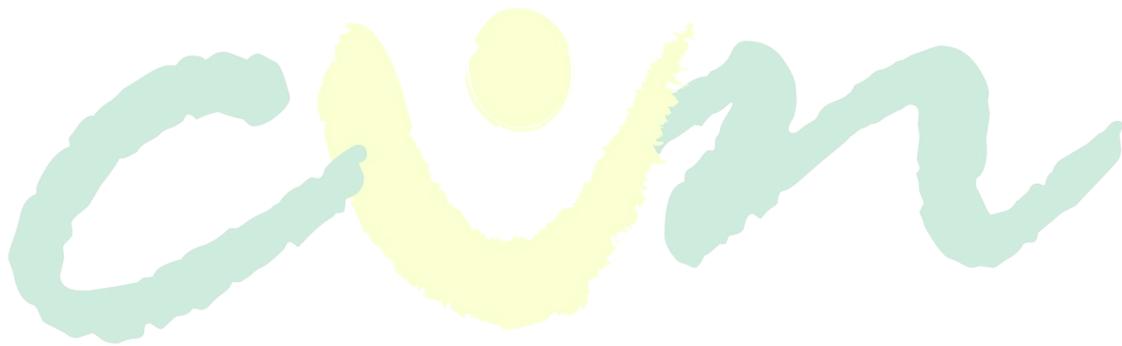
Información Estudio y cifras generales de la economía en:

- ❖ <http://www.ecopunto.com.co/Faqs.aspx?pid=5a660032-674f-40d3-9a15-cao03a415049>
- ❖ <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/industria/encuesta-mensual-manufacturera-emm>

Opción de grado II



Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior



Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior