

# PLANES Y MODELOS DE NEGOCIO.

Grado: 1 y 3 er Semestre .

Grupo: "A"

Licenciatura: Negocios.

Presentan:

Fanny Tadeo.

Ángeles Monterrosa.

Fernanda Gómez.

En México 6.5 % de la población adulta reportó sentir más estrés que tranquilidad durante el primer semestre del 2023, esto de acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI).

Las mujeres son las más propensas a padecer estrés 18-29 moderado, 30-49 mas comúnmente muchas de ellas madres de familia y mujeres que trabajan en diferentes instituciones .

<https://www.infobae.com/mexico/2023/08/28/mujeres>



[mexico.as.com/mexico/2022/02/17/actualidad/](https://mexico.as.com/mexico/2022/02/17/actualidad/)

## Objetivo.

El objetivo principal es ayudar a reducir el estrés, proporcionando un producto natural de fácil usabilidad que proporcione bienestar para los usuarios que brinde tranquilidad en el día a día ayudando a sobrellevar situaciones adversas .

# Canvas

## Impacto

Que los usuarios sientan una mejora en su salud. Ayudaremos a controlar los niveles de estrés para poder reducirlo

## Problema

## Estrés

### Propuesta de valor

- Medicamentos naturales para combatir el estrés 100% orgánico.
- Otorgamos planes de control de estrés a los clientes.
- Aceites para relajantes de estrés.
- Servicio spa.
- Tratamiento especializado.

### Relaciones con el cliente

- Respondemos preguntas que surjan a través de correo electrónicos.
- Otorgamos descuentos especializados.
- Una guía de como manejar las situaciones de estrés a través de una plataforma digital e interacción con personal capacitado (psicólogo).

### Canales

- Redes Sociales
- Pagina web
- Publicidad en línea
- Publicidad en medios tradicionales
- Campañas de correo electrónico a cierta lista de clientes

### Segmentos de clientes

#### Demográfica

Personas de 30-49 años

- Mujeres jóvenes, estudiantes, trabajadores
- Madres solteras
- Solteros
- Familias con hijos

### Fuente de ingresos

- Transferencias bancarias
- En efectivo
- Pagos en Pay Pal
- Tarjeta de crédito, débito o prepago
- Monederos eléctricos

# Canvas

## Socios claves

- Proveedores de ingredientes orgánicos
- Agricultores locales
- Laboratorios de pruebas
- Agencias de certificación orgánica
- Farmacias naturistas
- Bancos

## Actividades claves

- Producción
- Diseño (mejora continua del producto)
- Estrategias para promocionar y vender el producto
- Servicio al cliente (atención de llamadas telefónicas para responder dudas)
- Distribución del producto

## Recursos claves

- Capital
- Financiamiento
- Certificaciones (producto orgánico)
- Personal
- Red de socios y proveedores
- Conocimiento

## Estructura de costes

- Compra de materia prima.
- Investigación y desarrollo
- Producción
- Mano de obra
- Logística
- Marketing

## Surplus

Reinversión al negocio

## Ingresos

- Ventas por periodo
- Ventas totales

# Modelo pugh 1.

		Opciones de diseño		
		Peso	Diseño 1	Diseño 2
<b>Criteriaos</b>	<b>Contenido</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
	<b>Facilidad de uso</b>	<b>3</b>	<b>-1</b>	<b>1</b>
	<b>Calidad de los productos</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>1</b>
	<b>Portabilidad</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>1</b>
	<b>Instrucciones</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
	<b>Durabilidad</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
	<b>Estetica</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>-1</b>
	<b>Precio</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

<b>Suma positivos (+)</b>	<b>1</b>	<b>3</b>
<b>Suma negativos (-)</b>	<b>-1</b>	<b>-1</b>
<b>SUMA GENERAL</b>	<b>0</b>	<b>2</b>

# Modelo pugh 2.

		Peso	Kit Serenidad	Arbora
<b>Criterios</b>	<b>Contenido</b>	<b>3</b>	<b>-1</b>	<b>1</b>
	<b>Facilidad de uso</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
	<b>Calidad de los productos</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>0</b>
	<b>Portabilidad</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>0</b>
	<b>Instrucciones</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
	<b>Durabilidad</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
	<b>Estetica</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>-1</b>
	<b>Precio</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>1</b>

<b>Suma positivos (+)</b>	<b>4</b>	<b>2</b>
<b>Suma negativos (-)</b>	<b>-1</b>	<b>-1</b>
<b>SUMA GENERAL</b>	<b>3</b>	<b>1</b>

## ***Potencial de nuestro producto***

**Calidad, portabilidad, estética, precio. Esto hace que nuestro producto se diferencie de los demás, y las personas nos elijan.**

## ***Situaciones adversas***

**Competencia, posicionamiento de marca y certificaciones de orgánico para nuestra marca.**



**GRACIAS.**