

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/

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 sientan una mejora en su salud, ayudando a controlar sus niveles de estrés.

Segmentos de clientes

Demográfica

Personas de 30-49 años

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

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

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.

Fuente de ingresos

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

Problema

Estrés

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 |
| Criteria | Content | 3 | 0 | 0 |
| | Facility of use | 3 | -1 | 1 |
| | Quality of products | 3 | 0 | 1 |
| | Portability | 2 | 0 | 1 |
| | Instructions | 3 | 0 | 0 |
| | Durability | 3 | 0 | 0 |
| | Aesthetics | 3 | 1 | -1 |
| | Price | 2 | 0 | 0 |

| | | |
|-----------------------------|-----------|-----------|
| Sum of positives (+) | 1 | 3 |
| Sum of negatives (-) | -1 | -1 |
| SUM GENERAL | 0 | 2 |

Modelo pugh 2.

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

| | | |
|---------------------------|-----------|-----------|
| Suma positivos (+) | 4 | 2 |
| Suma negativos (-) | -1 | -1 |
| SUMA GENERAL | 3 | 1 |

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.