MODELO CAMVAS

JENIFFER LIZETH RODRIGUEZ FORERO

11

INSTITUCION EDUCATIVA MIGUEL DE CERVANTES SAAVEDRA

IBAGUE TOLIMA

SOCIOS CLAVE

BBVA

CAMARA DE COMERCIO

COLEGIO MIGUEL DE CERVANTES SAAVEDRA

TEXTILES COMO LAFAYETTE

FERRETERIA COMO FERREMOL

CULTIVADORES DE GUADUA Y BAMBU

ACTIVIDADES CLAVE

Investigación y desarrollo
•marketing
•Solucionar problemas
•Fidelizar al cliente y a los socios
•Distribución

RECURSOS CLAVE

EQUIPO DE TRABAJO

PAGINA WEB

ESTUDIOS AMBIENTALES

MATERIA PRIMA

PROPUESTA DE VALOR

CREAR JUEGOS/ENTRETENIMIENTO ECO-AMIGLABLE CON EL PLANETA PARA QUE LAS MASCOTAS PUEDAN AUTO SATISFACER ALGUNAS DE SUS NECESIDADES GENERANDO DE ESTA MANERA PRECIOS MÁS ASEQUIBLES

RELACIONES CON CLIENTE

EMPATIZAR CON LOS CLIENTES Y SUS PROBLEMAS

NO PERDER CONTANCTO CON EL CLIENTE

HACER EL CLIENTE FELIZ

CANALES

PAGINA WEB

INSTAGRAM

FACEBOOK

VIDEOS PUBLICITARIOS

VOZ A VOZ

SEGMENTOS DE CLIENTE

LO CLIENTES ESPECIFICOS SON LAS PERSONAS O FAMILIAS QUE TENGAS ANIMALES DOMESTICOS ESPECIALMENTE PERROS Y GATOS QUE VENDRIAN SIENDO CLIENTES SECUNDARIOS

COSTOS

MATERIA PRIMA E INSUMOS
MAQUINARIA
LUGAR DE LA EMPRESA (ALQUILER/PROPIO)
ENERGIA E INTERNET

INGRESOS

SUSCRIPCION A LA PAGINA WEB
TRANSFERENCIA BANCARIA
NEQUI
EFECTIVO
TARGETA DE CREDITO

1- **Segmento de mercados:**
¿Para quién creamos valor?

Para las personas o familias que tienen mascotas principalmente gatos y perros y que buscan bienestar para ellos y precios asequibles

2- **Propuesta de valor:** ¿Qué valor proporcionamos a nuestros clientes?= los prodructos que se les ofrece tienen los mejores precios del mercado y al adquirir la suscripcion una caja con varios productos pueden llegar a la mita del precio que salen si se comprar por aparte
¿Qué problema estamos ayudando a solucionar?= Los productos para las mascotas NO son eco-amigables con el medio ambiente

¿Qué necesidades de los clientes satisfacemos?= Los productos para las mascotas suelen ser muy costosos y poco asequibles

¿Qué paquetes de productos o servicios ofrecemos a cada segmento de mercado ?= juguetes, gimnasios, casas, camas, mordederas, rascadores y se ofrece un suscripcion la pagina web para recibir una selección de productos muy economicos

3- **Canales de distribución**: ¿Qué canales prefieren nuestros segmentos de mercado?= REDES SOCILES, PAGINA WEB, ENVIOS
¿Cómo establecemos actualmente el contacto con los clientes?=por las redes o la pagina web o con los clientes fidelizados se tiene un contacto mas personal
¿Cómo se conjugan nuestros canales?=las compras son mas faciles pues se hcen desde la distncia y hay mas visivilidad de los prodructos pues en pagina se encuentran todos y mas de los que estan en la tienda en fisico
¿Cómo se integran en las actividades diarias de los clientes?=obtienen beneficios ya que muchos buscan que sus mascotas sean en algunos aspectos independientes

4- **Relaciones con el cliente:** ¿Qué tipo de relación esperan los diferentes segmentos de mercado?=UNA RELCION MAS PERSONALIZADA
¿Qué tipo de relaciones hemos establecido?=captacion de los clientes, fidelizacion de los clientes, relaciones mas personles de tu a tu
¿Cuál es su costo?=los productos y su precio varian dependiendo del cliente se redondea entre $50.000 a $100.000 y la suscripcion tiene un costo de $100.000 y &80.000 dependiendo el paquete escogido

¿Cómo se integran en nuestro modelo de negocio?= Tratar de Resolver los problemas de nuestros clientes, dándoles una propuesta de valor, Satisfacer las necesidades de nuestros clientes

5- **Fuentes de ingresos**: ¿Por qué valor están dispuestos a pagar nuestros clientes?= un valor en el que el veneficio sea mutuo, donde l adquisision del producto sea economica
¿Por qué pagan actualmente?=productos de la competencia que no son biodegradables y podrian causar daños las mascotas
¿Cómo pagan actualmente?=NEQUI, TARJETA DE CREDITO, PAYPAL, EFECTIVO
¿Cómo les gustaría pagar?= NEQUI, TARJETA DE CREDITO, PAYPAL, EFECTIVO
¿Cuál es el total de ingresos?= SE ESTIMA QUE EN UNOS MESES SE RECUPERE LA INVERSION DE $5.000.000 Y SE DUPLIQUE

6. Recursos Claves : ¿Qué recursos clave requieren nuestras propuestas de valor, canales de distribución, relaciones con el cliente y fuentes de ingresos?= Proveedores, redes, Pagina web, Equipamientodel espacio de trabajo, encuestas

7. Actividades claves: ¿Qué actividades clave requieren nuestras propuestas de valor, canales de distribución, relaciones con el cliente y fuentes de ingresos?= Investigación y desarrollo •marketing •Solucionar problemas •Fidelizar al cliente y a los socios •Distribución

8. Asociaciones clave: ¿Quiénes son nuestros socios clave?= EL COLEGIO MIGUEL DE CERVANTES SAAVEDRA, EL BBVA, LA CAMARA DE COMERCIO

¿Quiénes son nuestros proveedores clave?= TEXTILERIAS, CILTIVADORES DE BAMBU O GUDUA, FERRETERIAS

¿Qué recursos clave adquirimos a nuestros socios?= Compartir conocimientos y recursos humanos. Expandir el negocio. Generar ganancias

¿Qué actividades clave realizan los socios?= PROMOCIONES

9. Estructura de costos: ¿Cuáles son los costes más importantes inherentes a nuestro modelo de negocio?= LA MAQUINARIA Y LA LOCACION

¿Cuáles son los recursos clave más caros?= Equipamientodel espacio de trabajo

¿Cuáles son las actividades clave más caras?= MARKETING

2. Investigue y realice un mentefacto conceptual donde diferencie cada uno de los tipos de fuentes de ingresos:

*** Venta de activos* Cuota por uso* Cuota de suscripción* Préstamo/alquiler/leasing* Concesión de licencias* Gastos de corretaje* Publicidad**

* Venta de activos	• se refiere a la ganancia obtenida por la venta de las inversiones
* Cuota por uso	• alquilar el equipo a cambio de una cuota mensual fija y otra variable en función del uso
* Cuota de suscripción	• es un modelo de negocio en la cual una persona tiene derecho a un servicio mediante una cuota
* Préstamo/alquiler/leasing	• se define como un contrato donde el arrendador, cede el derecho de uso de un determinado bien durante un tiempo acordado, y a cambio el arrendatario pagará una cantidad fija por dicho uso
* Concesión de licencias	• el propietario de una marca registrada otorgar un derecho contractual a los socios estratégicos para utilizar la licencia de los derechos de una marca, le permite al propietario de la marca: mejorar y aumentar su conocimiento
* Gastos de corretaje	• son las retribuciones pagadas a un tercero por los servicios prestados como intermediario en la operación de compraventa de las mercancías
* Publicidad	• es la herramienta tradicional directa del marketing, divulgar un producto para estimular su consumo y transmite cosas positivas de una empresa

1- REALIZAR LA LIQUIDACIÓN DE LA NOMINA DE UN TRABAJADOR QUE DEVENGUE EL SALARIO QUE USTED DECIDA MAYOR AL SALARIO MINIMO ACTUAL, SIGUIENDO LOS EJEMPLOS DE ABAJO

SALARIO MINIMO	PORCENTAJES T	PAGA EL EMPLEADOR	VALOR A PAGAR	LO QUE LE CORRESPONDE AL EMPLEADO		
$4'100.000						
SALUD	12.5%	8.5%	341530	4%	16'400.000	
PENSION	16%	12%	341530	4%	16'400.000	
			341530			
			341530		32'800.000	
CESANTIAS	8.33%		341530			
INTERESES A LAS CESANTIAS	1%		341530			
VACACIONES	4.17%		341530			
PRIMA	8.33%		341530			
ARL, DEPENDE DEL NIVEL DE RIESGO						
CAJA DE COMPENSACION	4%		164000	4'100.000	36'900.000	
ICBF	3%		123000			
SENA	2%		82000			
AUXILIO DE TRANSPORTE	$ 106.454,00					
DOTACION		4'100.000				
		TOTAL		TOTAL GANAR EL TRABAJADOR	4'100.000	

2- hacer un listado de la materia prima, insumos necesarios para producir 1 unidad SEGUN EJEMPLO

MATERIA PRIMA E INSUMOS	UNIDAD DE COMPRA	PRECIO DE LA UNIDAD O CANTIDAD	PRECIO POR UNIDAD O CANTIDAD	VALOR TOTAL DE LA MATERIA E INSUMOS
TELA	10 M	$75000	$7500	$75000
TABLA DE CORCHO	10 T	$60000	$6000	$60000
CUERDA DE ESPARTO	10 T	$100000	$10000	$100000
LANA	5 R	$7500	$1500	$7500
BAMBU/GUADUA	5 P	$50000	$10000	$50000
TUBOS DE CARTON RECICLADOS DE LAS MODISTERIAS	5 T	$0	$0	T/=292500

para producir 5 unidades

3- Realizar la lista de maquinas, herramientas, equipos, insumos que se necesiten para poner en marcha la idea de negocio

MATERIA PRIMA E INSUMOS	UNIDAD DE COMPRA	PRECIO DE LA UNIDAD DE COMPRA	PRECIO POR UNIDAD O POR CANTIDAD	CANTIDAD UTILIZADA	VALOR TOTAL MATERIA PRIMA ES INSUMOS
LANA	12	$36.000	$ 3.000	1 48 metros	$ 36.000
BAMBU	7	$ 7.200	$ 1.500	1 metro	$7.500
PLUMAS	6	$ 12.000	$ 2.000	2 plumas	$ 12.000
CUARDA DE ESPARTO	6	$ 45.000	$ 7.500	58 metros	$45.000
TELA DE PELUCHE	12	$ 90.000	$ 7.500	2 metros	$90.000
TELA DE LONA	12	$ 90.000	$ 7.500	2 metros	$90.000
PELOTA ANTI ESTRES	12	$ 78.000	$ 6.500	1 pelota	78.000
				TOTAL	358.500

CUADRO DE COSTOS FIJOS

EJEMPLO

COSTOS FIJOS DE PRODUCCION DEL PRODUCTO O LA PRESTACION DEL SERVICIO POR MES EN PROMEDIO	VALOR EN PESOS PROMEDIO POR MES
ARRENDAMIENTO	1’800.000
ENERGIA	500.000
INTERNET	100.000
Agua	50.000

4- BUSCAR POR INTERNET, la lista de máquinas, herramientas, equipos, insumos que se necesiten para poner en marcha la idea de negocio y realizar una cotización con precios reales y actuales de cada elemento

Cortador de bambú o guadua	$950.000	2	$1.900.000
Destornillador eléctrico	$93.000	4	$372.000

6- Llenar los cuadros con la lista de máquinas, herramientas, equipos, insumos que se necesiten para poner en marcha la idea de negocio y su precio por unidad

Cortador de bambú o guadua	$950.000
Destornillador eléctrico	$93.000

7- Llenar los cuadros de los costos fijos y variables teniendo en cuenta cada idea de negocio y los requerimientos particulares

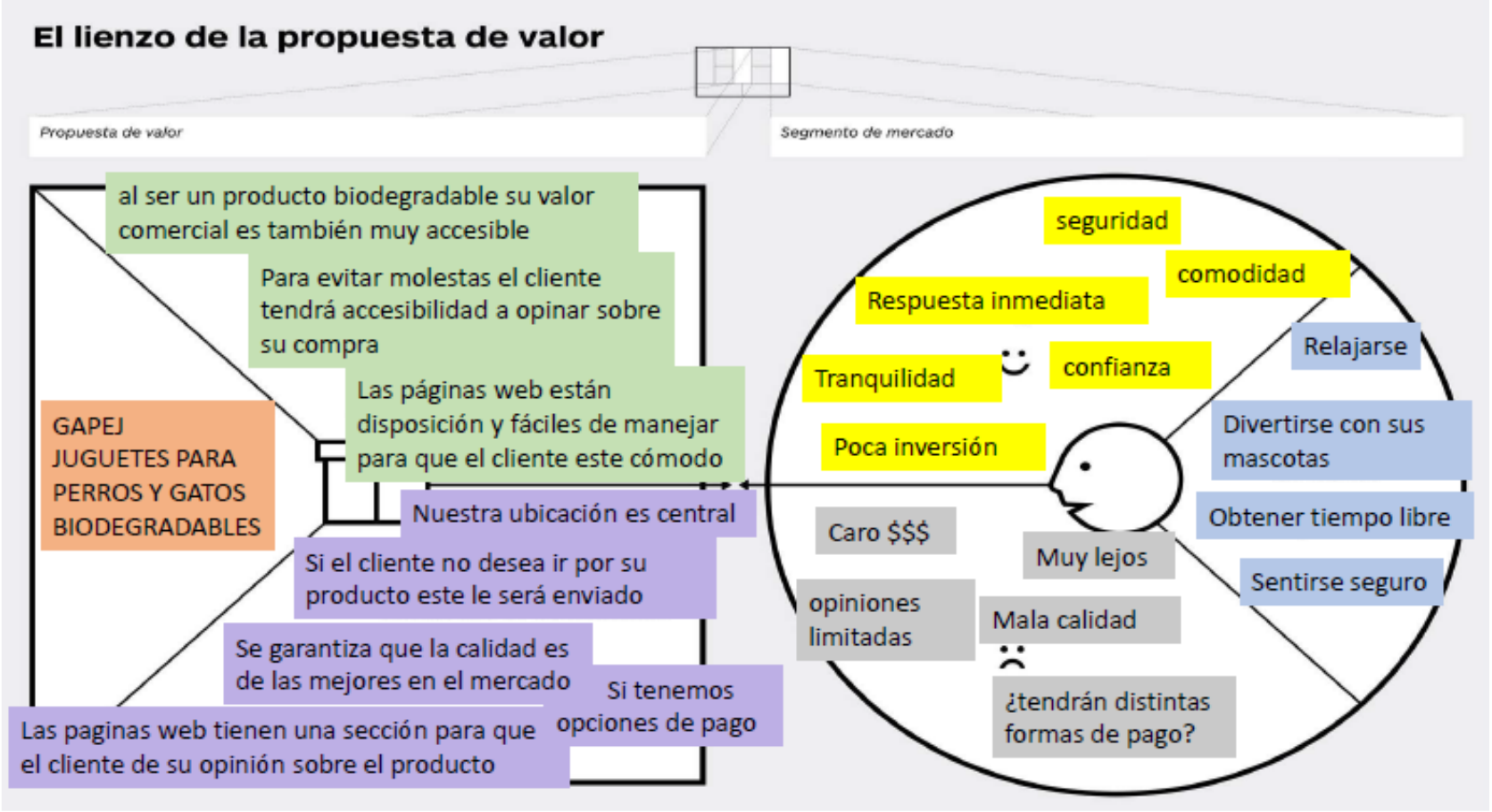
CUADRO DE COSTOS FIJOS

EJEMPLO

COSTOS FIJOS DE PRODUCCION DEL PRODUCTO O LA PRESTACION DEL SERVICIO POR MES EN PROMEDIO	VALOR EN PESOS PROMEDIO POR MES
ARRENDAMIENTO	1'800.000
ENERGIA	500.000
INTERNET	100.000
Agua	50.000

Costos variables	Valor en pesos
distribución	$900.000
Proveedores	$800.000
Materia prima e insumos	$1.500.000
Mano de obra	$1.200.000

1- Realiza el modelo del mapa de empatía aplicado a su idea de negocio de manera coherente



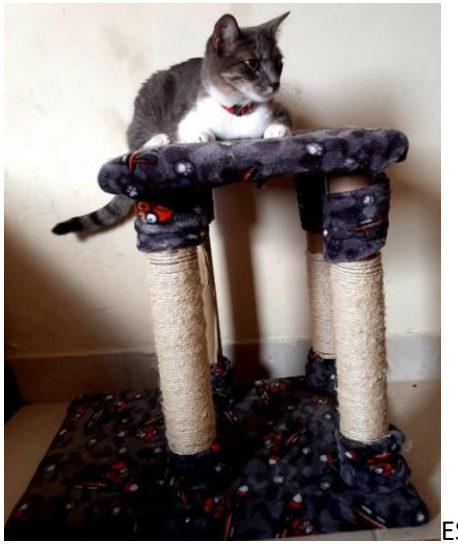
2- Recuerda tu modelo de negocio y realiza un análisis PHVA con base en tu idea de negocio específicamente sobre el producto o servicio respondiendo las preguntas planteadas en la explicación de cómo se puede hacer realidad o tangible

R/= ¿Qué Y Cómo? SON JUGUETES, GIMNACIOS, RASCADORE, MORDEDERAS, ETC. CON MATERIAL BIODEGRADBLE

¿Quién Cuándo Dónde? PARA FAMILIAS (CLIENTE PRIMARIO) CON MASCOTAS (CLIENTE SECUNDARIO) PRINCIPLMENTE EN LA CIUDAD DE IBAGUE, Y PARA COLOMBIA. FUTURO SERA A NIVEL GLOBAL

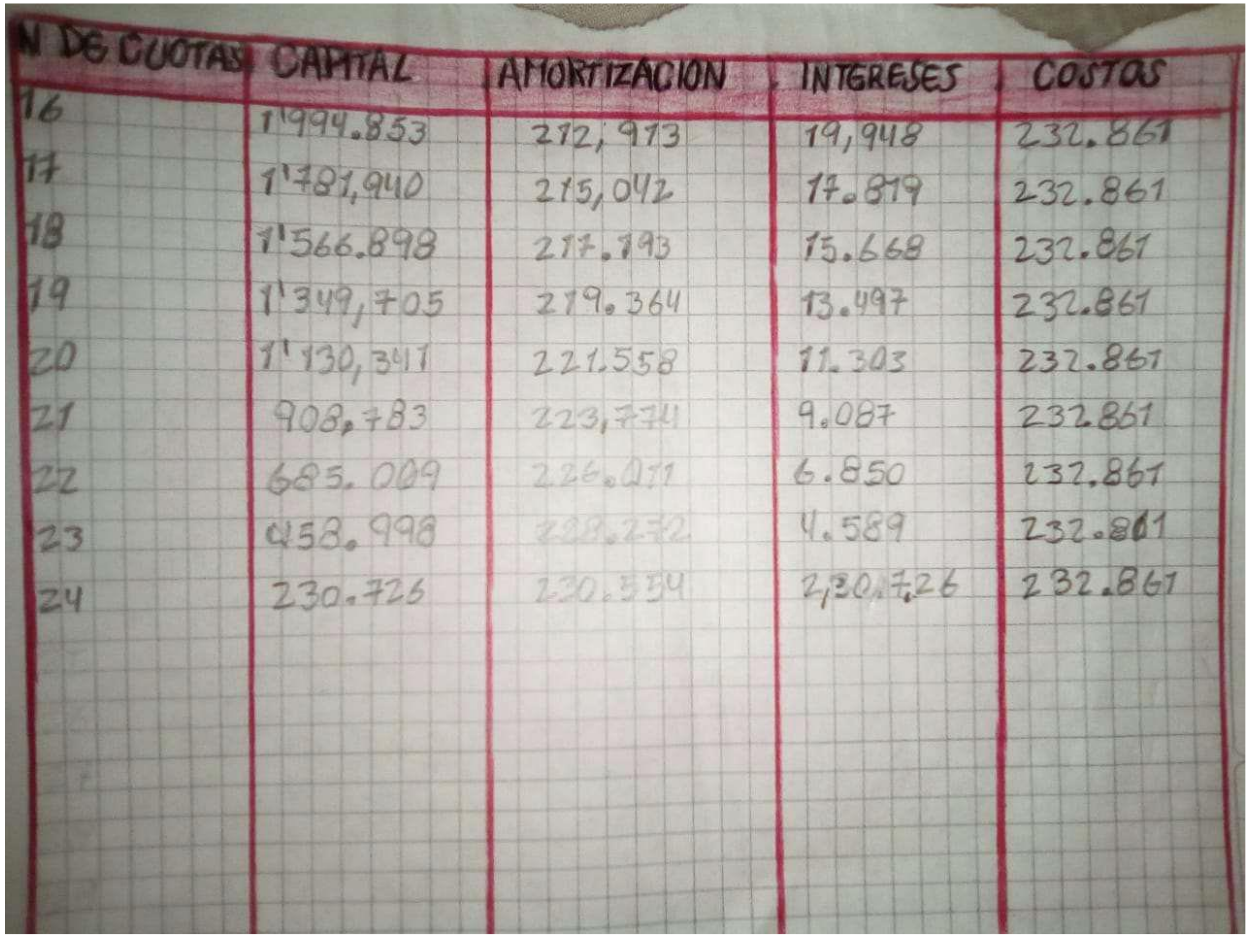
¿Cuánto Por qué? $50.000 A $100.000 POR QUE SE BUCO QUE EL PRECIO FUERA ASEQUIBLE PERO EL PRODUCTO DE BUEN CLIDAD

3- Presentar a través de power point, prezi, powtoon o cualquier herramienta la maqueta del servicio o el prototipo del producto tangible, explicando como va a funcionar o como se hace, que solución o que valor agregado tiene la idea y como se proyectan a futuro



ES UN PRODUCTO ECO-AMIGABLE MAS ASEQUIBLE Y NO TRAE PROBLEMS PARA LAS MASCOTAS, LE GREGMOS A LA EMPRESA L POSIBILIDAD DE UNA SUSCRIPCION PAR QUE EL CLIENTE ADQUIERA VARIOS PRODUCTOS POR MITAD DE PRECIO. A FUTURO SE ESPERA TENER RECONOCIMIENTO Y UNA GRN CANTIDD DE CLIENTE FIDELIZADOS

4- Subir a la plataforma en un documento de Word o Excel tabla de amortización con base en el resultado de la fórmula de la cuota y el desarrollo de la formula de la cuota A 48 0 24 MESES con un interes del 1 % el capital inicial será el que determine usted para poner en marcha su idea de negocio



N DE CUOTAS	CAPITAL	AMORTIZACION	INTERESES	COSTOS
16	1'994.853	212, 913	19,948	232.861
17	1'781,940	215,042	17.819	232.861
18	1'566.898	217.193	15.668	232.861
19	1'349,705	219.364	13.497	232.861
20	1'130,341	221.558	11.303	232.861
21	908,783	223,774	9.087	232.861
22	685. 009	226.011	6.850	232.861
23	458. 998	228.272	4.589	232.861
24	230.726	230.554	2,30,726	232.861

N DE CUOTAG	CAPITAL	AMORTIZACION	INTERESES	COSTOS
1	4'946.900	183.392	49.469	232.861
2	4'763.508	185.226	47.635	232.861
3	4'578.282	187.079	45.782	232.861
4	4'391.203	188.949	43,912	232.861
5	4'202,254	190.839	42.022	232.861
6	4'011.415	192.747	40.114	232.861
7	3'818.668	194.675	38.186	232.861
8	3'623, 993	196.622	38.239	232.861
9	3'427,371	198.588	34.273	232.861
10	3'228,783	200.574	32.287	232.861
11	3'028,209	202.579	30.282	232.861
12	2,825,630	204.605	28.256	232.861
13	2,621,027	206.651	26.210	232.861
14	2'414.376	208,718	24.143	232.861
15	2'205.658	210.805	22.056	232.861

CAPITAL: 4'946.900
INTERESES: 1%
CUOTA: 24

$$\frac{0{,}01\% \times 4'946.900}{1-(1+01)^{-24}}$$

$$= \frac{49.469}{1-078756}$$

$$\frac{49.469}{0.21244} = 232.861$$

CAPITAL: 4'946.900
INTERESES: 2%
CUOTA: 24

$$\frac{0{,}02\% \times 4'946.900}{1-(1+02)^{-24}}$$

$$= \frac{49.469}{1-0,78756}$$

$$\frac{49.469}{0,21244} = 232,861$$