

universidad del sureste



Grado:

6 cuatrimestre p: Lic., mvz

7.1 Objetivos del marketing a corto, mediano y largo plazos:

Corto plazo: es tener asegurada nuestra clientela y un 55% de ventas aseguradas

Mediano plazo: tener de a un 70 % las ventas para seguir en el mercado

Largo plazo: tener sucursales en mas comunidades o municipios

7.2 Investigación de mercado:

Hallazgos	acciones
Algo que les llame la atencion	Poner nombres comunes de mascotas
Quieren mejorar la salud de su mascota	Alimentos organicos saludables

7.2.1 Tamaño del mercado:

Personas que viven solas: 40%

Familias: 40%

Hombres que viven solos: 20%

a) Segmento de mercado en que la empresa pretende incursionar:

b) Características principales

7.2.2 Consumo aparente de "food care"

Cliente frecuente: 97

Clientes por semanas: 246

Clientes imprevistos: 294

a) Número de clientes potenciales: 97

b) Consumo unitario aparente (por cliente): mínimo 10 kg por semana dependiendo el numero de mascotas

c) Consumo mensual aparente del mercado:984

7.2.3 Demanda potencial a:

Corto plazo: food care tiene como demanda y para que la empresa salga a flote debe tener 6890 kilos de alimentos vendidos al mes

Mediano plazo: un costo de ventas de 7900 kilos vendidos al mes

largo plazos: tener un incremento de ventas y al menos otra sucursal de alimentos en otra comunidad

7.2.4 Participación de la competencia en el mercado: las demás veterinarias y agropecuarias del pueblo, que venden alimentos procesados y a un mejor precio que el mío, pero no de calidad. Mi posición en el mercado sería, como anuncios publicitarios, y explicación de beneficios de los alimentos.

7.3 Estudio del mercado: casi todas las personas son adultas entre 18 y 55 años, son los que tienden a tener mascotas. El 40% serán personas frecuentes que ya conozcan del producto y sus beneficios. El otro 40% son personas que compran solo cuando tienen esa posibilidad y cuando se hayan terminado sus alimentos caseros, el otro 20% son personas que compran para probar la calidad del producto, o compran por primera vez

7.3.1 Objetivo del estudio de mercado:

Nuestro objetivo sería tener un buen balance alimenticio dependiendo para cada cachorro e incentivar a las personas a comprar un buen alimento para sus mascotas.

a) Definición concreta del producto o servicio ofrecido: es un alimento hecho de ingredientes naturales con medidas de específicas y exactas de acuerdo a la porción de cada mascota.

b) Información que le gustaría conocer de sus clientes, respecto al producto o servicio: las proporciones y la cantidad que se debe de dar sus mascotas, asegurarles que es una de las mejores opciones en el alimento.

7.3.2 Encuesta tipo (elaboración de cuestionario): en el emprendimiento de venta de los alimentos hemos notado que los clientes han aumentado debido a que están probando nuestros productos y nos han dado recomendaciones con otras personas.

7.3.5 Conclusiones del estudio realizado: ha sido muy favorable para la empresa, nos ha ayudado a acomodarnos de acuerdo al tipo de personas o clientes que nos visitan, tratamos de hablarle de la forma más adecuada para que sean atendidos con buena manera.

7.4 Distribución y puntos de venta: a corto plazo, sería solo una sucursal en el centro de villa comaltitlán Chiapas, a largo plazo extender la sucursal a otras comunidades

7.5 Promoción del producto o servicio: se promocionara por vía de radios, y folletos, volantes

7.5.2 Promoción de ventas: como promociones tendremos acumulación de puntos en cada compra, esto nos ayudara a que los clientes les den ganas de seguir comprando.

7.5.3 Marca: alimentos food care

7.5.4 Etiqueta



a) Dibujo de mensaje publicitario:



b) Diseña lo siguiente: empaque del producto: el empaque del producto será de papel y se le pegará una etiqueta del producto.

spot de radio: alimentos food care, alimentos hechos 100% de ingredientes naturales, y con las porciones exactas de acuerdo a la edad de tu mascota... danos la oportunidad de que tu mascota refleje la calidad del producto!!

volante publicitario: si quieres lo mejor para tu mascota empieza con su alimentación y no te arrepentiras!

anuncio para el periódico: que esperas para probar los alimentos hechos de ingredientes 100% naturales, te esperamos en "alimentos food care" en la calle central de villa comaltitlan

sistema de promoción: puntos acumulados en cada compra a partir de 10 kilos

7.6 Fijación y políticas de precio:

a) Determinar cuánto costará elaborar el producto o prestar el servicio y definir qué política de precios se utilizará:

costos variable por kilogramo de alimento

Carne	90 pesos
huevo	16 pesos
caldo	15 pesos
leche	30 pesos
Aceite oliva	20 pesos
Total: 171 pesos	

c) Costos fijos;

luz	200 pesos
Renta	3500 pesos
Agua	40 pesos
internet	300 pesos

Total: 2040 pesos mensuales

d) Precio del producto ($CV + CF = P$):

$$171 + 2040 = 2211$$

e) Porcentaje de ganancia que se desea obtener;

50%

f) Precio de venta ($P + \% \text{ de ganancia} = PV$) g) :

$$2211 + 50\% = 3316.5$$

7.7 Plan de introducción al mercado:

Nuestra introducción al mercado será dando a conocer a los habitantes de villa comaltitlan los beneficios del alimento y explicándole en que conlleva no cuidar a nuestras mascotas en su alimentación ya que influye en su ciclo de vida y lo mejora

7.8 Riesgos y oportunidades del mercado: los riesgos es que no a todos les importa su mascota, las oportunidades son de que seriamos los únicos en la venta de alimentos