CREACIÓN DE EMPRESAS

TU SORPRESA

JAIME SOLANO CABANZO

MICHELL ANDREA NIÑO DÍAS

HENRY PINEDA HERRERA

KAROL YULIANA GÓMEZ LEÓN

DOCENTE:

LIZETH GONZALES

CÓDIGO:

12213

CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR. (CUN)

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

BOGOTÁ D.C

2019 – B

INTRODUCCIÓN:

El trabajo que se presenta a continuación se ha llevado a cabo cumpliendo con rasgos como esfuerzo, análisis, dedicación y compromiso, también se logró identificar un problemática que se relaciona con la falta de tiempo y organización en parte hacia nuestras actividades diarias. La era en que vivimos es una llena de compromisos y cabio de planes en todo momento, resulta algo complicado poder atender todos nuestros quehaceres de manera puntual y en ciertos momentos compartir lo suficiente con nuestros seres queridos y allegados, de hecho, estos compromisos y tareas han hecho de nosotros un ser con gran destreza frente a trabajos bajo presión o adaptación al cambio pero desafortunadamente han restado la capacidad de compartir tanto como quisiéramos con nuestros seres queridos, tan atareados hemos llegado a estar que por descuido y sin intensión se nos ha pasado por alto una fecha especial con nuestra pareja o familiar, una celebración, un cumpleaños o el triunfo de quienes ahora están encaminándose en el camino del éxito, nuestros niños. Con base a lo anterior, y entendiendo que afortunadamente no todos han vivido una mala experiencia por falta de tiempo, pero muchos otros si, nace el proyecto TU SORPRESA, proyecto que como cualquier otro tiene una oportunidad en el mercado y piensa posicionarse de la mejor manera con esfuerzo y mucho trabajo, proyecto que busca brindar una mano amiga en esos momentos en los que vivimos muy ocupados y que dentro de todas las actividades hay además algún tipo de celebración con nuestros familiares o amigos; el proyecto TU SORPRESA ofrece un servicio de organización de eventos sorpresa y lo hace utilizando elementos decorativos que se pueden reutilizar y ayudan a un desarrollo sostenible, el evento puede contener la temática o requisitos solicitados por el cliente y frente a esto él recibirá asesoría personalizada.

Ahora bien, debe quedar claro que TU SORPRESA no solo será útil cuando el tiempo no alcance, sino que se podrá hacer uso del servicio cuando el titular no sienta en la capacidad de poder decorar y preparar algo a un ser querido, ya sea por su falta de creatividad o alguna otra razón.

TABLA DE CONTENIDO

I. Resumen ejecutivo ---------- 2

Introducción

Objetivos

II. Análisis del entorno y contexto de la idea de negocio ---------- 3

Planteamiento del problema

Tecnologías disruptivas

III. Identificación del problema, necesidad, reto u oportunidad ----------6

Descripción del problema

Árbol de problema

IV. Descripción de la idea de negocio ----------8

Nombre de la idea

Descripción detallada de la misma.

V. Estudio de mercado---------- 9

Contextualización.

Análisis de la demanda.

Análisis de la oferta.

Análisis de la comercialización.

Análisis del producto.

Precios.

Análisis de la distribución.

Análisis de Proveedores.

VI. Modelo de Running Lean ---------- 13

VII. Investigación de mercados ---------- 15

Objetivos.

Tipos de investigación.

VIII. Conclusiones y recomendaciones ---------- 16

IX. Bibliografía ---------- 17

OBJETIVO GENERAL:

- Facilitar el proceso para poder llevar a cabo un evento en sus diferentes presentaciones, brindando los elementos necesarios para este fin, con una asesoría personalizada para el cliente, con la prestación de un servicio capaz de adaptarse a los diferentes eventos y clientes posibles cumpliendo con sus expectativas y aportando de manera positiva al medio ambiente con el uso de materiales reutilizables.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Dar a conocer nuestros servicios por medio de una aplicación móvil y pagina web, con un fácil acceso y alcance para nuestros posibles clientes.

- Generar una primera buena impresión en nuestros posibles clientes para que así sea más fácil ofrecer nuestro servicio y portafolio, haciendo uso de medios publicitarios como las redes sociales con fotografías y videos recolectados en eventos llevados a cabo anteriormente.

- Cumplir con las expectativas del cliente que haya hecho uso de nuestro servicio realizando el trabajo de la mejor manera y dejando una huella importante en todos los participantes presentes.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA:

La problemática identificada es la falta de tiempo y/o creatividad a la hora de organizar un evento sorpresa para alguno de nuestros familiares o compañeros de trabajo y estudio, pues aunque sabemos que ellos merecen esto y mucho más lastimosamente nuestras actividades diarias no nos permiten prepararles algo maravilloso y diferente que no olvidarán.

TECNOLOGÍAS DISRUPTIVAS:

En cuanto a medios publicitarios refiere, el proyecto TU SORPRESA hará uso de las redes sociales contando con perfiles propios y exclusivos para añadir y difundir información sobre nuestro servicio con fotografías, descripciones, videos, grabaciones en vivo y sección de recomendados por clientes que hayan hecho uso del servicio. Además, TU SORPRESA contará con una app propia y de fácil acceso en la que las personas podrán cotizar y si lo desean recibirán una asesoría personalizada para poder llevar a cabo el evento, dentro de la aplicación móvil podrán darnos a conocer los requisitos como hora, fecha, lugar, tipo de evento, cantidad de personas, temática, y los que el cliente considere necesarios para que su evento pueda llevarse a cabo de la mejor manera y sea inolvidable para el o los homenajeados. Dentro de nuestra aplicación el cliente también tendrá acceso a la sección de pago, en donde podrá, si lo desea, dar un porcentaje del valor total como adelanto y el saldo estipulado podrá cancelarlo una vez se dé por terminado el evento, consiguiendo con esto mayor comodidad al hacer uso del servicio.

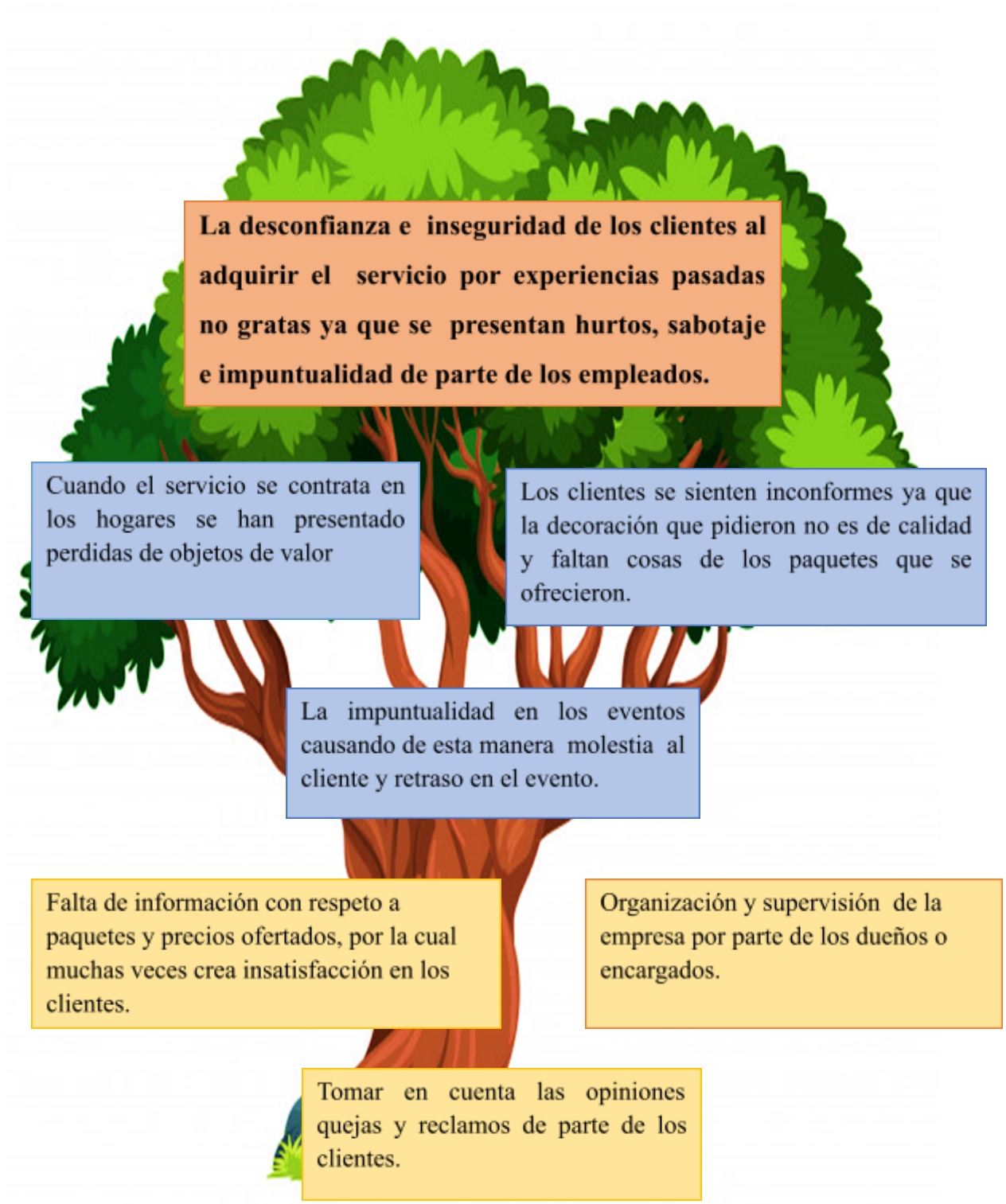
IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA, NECESIDAD, RETO U OPORTUNIDAD

Descripción del problema

En la creación de negocio TU SORPRESA en el proceso de realizar una segmentación de mercado a los posibles clientes potenciales para nuestro negocio encontramos que en varias de las encuestas que realizamos, las personas eran un poco reticentes al dejar entrar empresas o planeadores de eventos a sus hogares o sitios de trabajo ya que por experiencias pasadas o experiencias de personas allegadas a ellas, en las cuales las personas de los eventos realizaban hurtos en el sitio del evento generando desconfianza, además de que en muchas de las ocasiones no fueron puntuales retrasando de esta forma el evento generando molestias en los clientes e invitados.

Las empresas de eventos no daban una buena asesoría como lo son paquetes, temáticas, tipo y calidad de los materiales a utilizar y los más importante los precios ya que no entregaban una cotización previa.

ARBOL DE PROBLEMAS



IDEA DE NEGOCIO

Nombre: TU SORPRESA

Ofrecemos el servicio de organizar eventos dedicados a una cantidad pequeña de personas o parejas, nuestro servicio incluye el montaje de la decoración en el sitio escogido por el cliente, la comida y acompañamientos durante el evento, un obsequio para el homenajeado y nuevamente la reacomodación del sitio en donde se llevó a cabo el evento.

El alcance de nuestro servicio está ligado a cumpleaños, despedidas, bienvenidas, pedidas de mano o cualquier otra celebración en la que se incluyan poca personas, cada uno de estos eventos será personalizados y a gusto del cliente.

Para que los clientes puedan hacer uso de nuestro servicio podrá contactarnos por medio de una aplicación móvil o página web y en esta escoger el tipo de evento, el lugar, la temática del sitio (si se desea), la comida y demás especificaciones que él decida solicitar.

Para el pago el cliente contara con la opción de abonar el 50% del servicio días antes de que se lleve a cabo, y una vez finalizado el evento este deberá cancelar el saldo establecido.

El evento tiene duración de un día y para hacer uso del servicio el cliente deberá solicitarlo como mínimo con una semana de anticipación para poder así cumplir con las expectativas fijadas.

ESTUDIO DEL MERCADO

Contextualización.

Desde nuestra idea de negocio implementaremos el estudio del mercado, para que sea la base para ver el potencial que tiene, implementaremos las encuestas con el fin de saber si nuestro servicio si es gustado por los posibles Clientes, si nuestras decoraciones y cada una de los complementos que utilizamos para sorprender les son llamativos, ya por otra parte hemos estado investigando si lo que vamos a ofrecer ya alguien más lo hace, para así saber que puedo ofrecerle a mis clientes que nadie en el mercado más ofrece, nos fijaremos que tipo de marketing maneja nuestra competencia con el fin de saber que le podemos mejorar nosotros y hay lograr atraer más clientes.

ANALISIS DE LA DEMANDA

TU SORPRESA, se centrara en las fuentes primarias pues hay entra las opiniones de los actores del mercado, tales como las consumidores, productoras, distribuidoras personal experto trabaja en la rama, las encuestas jugaran un papel importante pues nos enfocara a saber si la idea de nuestro negocio va encaminada por un buen camino. Utilizaremos este medio para saber cuáles son los eventos por los que más pagarían nuestros posibles clientes, de este modo sabremos donde debemos trabajar más para así atrae a varios y poder tomar decisiones para cuando hallan varios al tiempo, de este modo resolveremos sin ningún percance los imprevistos que esto trae y que puede entorpecer nuestra promesa de servicio e imagen.

ANALISIS DE LA OFERTA

Para nuestro caso ofreceremos a nuestro cliente paquetes de servicios mensuales donde la oferta estaría, en que con un solo evento mensual se estaría homenajeando a todos lo que cumplen en un mes, de este modo facilitamos a nuestro clientes el pensar para cada fecha que hacer, Por otro lado ofrecemos a nuestros clientes si gustan y desean unir dos tipos distintos de evento, es decir un cumpleaños y un posible nombramiento o cambio de cargo que se pueden hacer el mismo

día, con esto disponen de un mismo tiempo, habrían dos escenarios distintos y asistirán la misma cantidad de invitados.

ANALISIS DE LA COMERCIALIZACION

Nuestra comercialización va enfocada en satisfacer las necesidades de nuestro clientes, su objetivo es permitirles pasar un momento agradable y lo más importante confirmar en que va hacer algo extraordinario que le permitirá dejar su tiempo y confianza en nosotros.

ANALISIS DEL PRODUCTO

Utilizaremos test del producto una herramienta que nos facilitaría el saber cómo estamos en producto con respecto a nuestra competencia, nuestros link, me gustan son una manera especial de saber que estamos a la vanguardia en el mercado y de paso con una selecta elección de preguntas orientas a nuestro producto, podremos conocer que es lo que más le llama la atención a nuestros clientes con el fin de saber también en que debemos trabajar para mejorar.

PRECIOS

Tu SORPRESA ofrece al cliente un paquete decoración esta mismo tiene su razón de ser, para ellos manejamos un valor determinado para cada producto esto nos facilitar saber cuánto costaría cuando sale al mercado y en cuenta lo estamos vendiendo nosotros a la hora de realizar una cotización facilita para el cálculo.

ANALISIS DE LA DISTRIBUCION

Para la distribución de nuestros servicios estamos enfocados en los sistemas de distribución integrados, ya que nosotros nos encargaríamos de llevar el producto, al cliente y de paso así mismo nos relacionaríamos con más personas y de este modo estamos haciendo publicidad a nuestro servicio, que a su vez tres consigo el voz a voz de este modo vendemos también

ANALISIS DE LOS PROVEEDORES

Nuestro proveedor está ubicado en el centro de la cuidad, son mayoristas del área de la mariposa a quienes compramos la materia prima para nuestro negocio, la idea es entrar a conocer al vendedor para ellos realizaremos un estudio de precios y eligiéremos al que mejor se acomode a nuestra necesidad.

Modelo de Running Lean

Modelo Running Lean				
PROBLEMA	**SOLUCION**	**PROPUESTA DE VALOR**	**VENTAJA INJUSTA**	**SEGMENTACIÒN DE CLIENTES**
Desconfianza hacia las empresas de eventos por incumplimientos,	El cliente tendrá opción de pago por anticipo y saldo contra entrega, así generamos una mayor confianza.	Los elementos decorativos utilizados para el evento son elaborados con materiales reciclables. Utilizaremos el plástico, vidrio y cartón para aportar al cuidado del medio ambiente	Nos aprovecharemos de nuestra facilidad para hacer manualidades, y la de poder trabajar en equipo cuando estamos bajo presión sacando con fluidez y en muy poco tiempo lo que requerimos, para utilizarlo cuando tengamos varios eventos y requiramos de la ayuda de todos los miembros del equipo, esto nos dará la ventaja con nuestra competencia.	Nuestros clientes pueden variar, de acuerdo a su necesidad, para ellos debemos adaptar o asumir que existen clientes parecidos seleccionarlos y agruparlos de este modo conoceremos que estrategias e inclusiones podemos hacerles a sus decoraciones, aportar de este modo generara en ellos seguridad porque tendran clara que hay esperiencia para el manejo de lo solicitado,
Los clientes aseguran que se han llegado a perder objetos personales durante lo eventos	El cliente será quien de los parámetros específicos para la decoración y una vez terminado el evento nos encargamos del desmontaje y limpieza del sitio		**CANAL**	
	METRICAS CLAVE		Es directo porque venderemos al consumidor final sin necesidad de intermediarios través de nuestra tienda virtual	

<table>
<tr><td></td><td>ADQUISICION POR FUENTES, Utilizando esta métrica podremos medir a los interesados que potencialmente podemos transformar en clientes según de donde viene cada cliente.</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td colspan="3">ESTRUCTURA DE COSTOS</td><td>FUENTES DE INGRESO</td><td></td></tr>
<tr><td colspan="3">COSTOS FIJOS estan de forma contantes y en nuestro caso serían los recibos, el arriendo del lugar entre otros</td><td colspan="2" rowspan="2">Ingresos Puntuales: pues los obtendríamos siempre en cuando nuestro cliente pague con puntualidad y seria de manera constante</td></tr>
<tr><td colspan="3">COSTOS VARIABLES, La materia prima, los impuestos sobre nuestros ingresos</td></tr>
</table>

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Objetivos.

- Realizar un estudio encuestado a las personas del sector financiero, industrial y estudiantil.
- Conocer los gustos, opiniones, sugerencias para así mejorar el servicio que ofrecemos.
- Obtener ideas de la competencia.

Tipos de investigación.

TU SOPRESA como base de investigación la encuesta a personas empleadas del sector financiero, industrial y estudiantil ya que allí es donde se encuentran los posibles clientes potenciales que estarían dispuestos a contratar nuestro servicio.

Analizamos la competencia en cuanto a calidad y servicios que ofrecen, y así tomar decisiones en cuanto a mejoras, nuevas ideas para los eventos, precios que ofertamos.

CONCLUCIONES Y RECOMENDACIONES

- El servicio que presta TU SORPRESA busca facilitar el proceso para llevar a cabo un evento sorpresa y para ello no es necesario que el cliente se encuentre sin tiempo y lleno de compromisos, pues también se puede hacer uso del servicio cuando el titular se sienta poco creativo o busque prepararle a ese ser querido

BIBLIOGRAFIA

- Tomado de: http://www.eumed.net/libros-gratis/2007c/334/analisis%20de%20la%20oferta.htm Biblioteca virtual de derecho económico, economía y ciencias sociales
- Tomado de:http://www.eumed.net/libros-gratis/2007c/334/analisis%20de%20la%20comercializacion.htm **Director**: Juan Carlos Martínez Coll.
- Tomado de: https://definicion.de/precio/ **Autores:** Julián Pérez Porto y María Merino. Publicado: 2009. Actualizado: 2009.
- Tomado de: https://www.uv.es/uv-emprende/es/innotools-1286070500136/AccioEsp.html?id=1286023646459 Editado: UVemprén CLUB
- Tomado de: https://martin.click/marketing-online/canvas-fuentes-de-ingresos/ Autor: Ángel Martin, 17- Septiembre - 2018
- Tomado de: https://www.nextu.com/blog/conceptos-claves-de-una-estructura-de-costos/
- Tomado de: https://www.unica360.com/segmentacion-de-clientes-una-propuesta-de-clasificacion-i Autor. Guillermo Córdoba
- Tomado de: https://es.shopify.com/enciclopedia/canales-de-distribucion Publicado por: Enciclopedias de negocios para empresas

Tomado de:https://javiermegias.com/blog/2013/05/metricas-startup-indicadores/ Autor. Javier Mejía Fecha.09 Mayo 2013.