



DETALLES SORPRESA A DOMICILIO PARA FECHAS ESPECIALES

INTEGRANTES:

ANGIE JULIETH HORTÚA LÓPEZ

GLENDAMARCELA GUERRERO RAMIREZ

DANIELA RODRIGUEZ GUTIERREZ

GRUPO: 40107

CORPORACIÓN UNIFICADA DE EDUCACION SUPERIOR CUN

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

OPCIÓN DE GRADO II

BOGOTÁ – COLOMBIA

NOVIEMBRE DE 2018



DETALLES SORPRESA A DOMICILIO PARA FECHAS ESPECIALES

INTEGRANTES:

ANGIE JULIETH HORTÚA LÓPEZ

GLENDAMARCELA GUERRERO RAMIREZ

DANIELA RODRIGUEZ GUTIERREZ

GRUPO: 40107

ASESOR: HENRY MANTINEZ VARGAS

CORPORACIÓN UNIFICADA DE EDUCACION SUPERIOR CUN

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

OPCIÓN DE GRADO II

BOGOTÁ – COLOMBIA

NOVIEMBRE DE 2018

Contenido

INTRODUCCION	1
4. Análisis del mercado	2
4.1 Objetivos estudio del mercado	2
4.2 Segmentación.....	2
4.2.1 Estudio del mercado.....	2
4.2.2 Variables de segmentación	16
4.3 Metodología del estudio del mercado	17
4.4 Análisis concluyente.....	17
4.5 Plan de marketing	18
4.5.1 Objetivos plan de marketing	18
4.6 Estrategia de producto	19
4.7 Estrategia de precio	19
4.8 Estrategia de publicidad.....	19
4.9 Desarrollo de la marca.....	20
4.10 Marca	20
4.11 Logo.....	20
4.12 Slogan.....	21
4.13 Ventaja competitiva	21
4.14 Ventaja comparativa	21
4.15 Estrategia de promoción.....	21
4.16 Campaña publicitaria.....	22
4.17 Estrategias de distribución.....	22
4.18 Canales	22
4.19 Logística	23
4.20 Ejecución comercial	24
4.20.1 Habilidades comerciales y administrativas.....	24
4.21 Proyección de ventas.....	24
4.22 Política de cartera	26
4.23 Presupuesto del plan de mercado	26

4.23.1 Portafolio Petits Details	28
5. Planeación estrategia Generativa	29
5.1 Descripción del negocio	29
5.2 Objetivo general	30
5.2.1 Objetivos específicos	30
5.3 Misión	30
5.4 Visión	30
5.6 Análisis de las cinco fuerzas de Porter	33
5.7 Análisis DOFA	35
5.8 Cadena de valor	37
5.9 Estrategia competitiva	37

INTRODUCCION

Este estudio se hace con la finalidad de conocer la viabilidad de crear una empresa de detalles sorpresas en la ciudad de Bogotá, para ello se realiza un estudio de mercado para conocer las características y tendencias del mercado, competencia y establecer la existencia real de clientes, ofrecerle un producto de buena calidad con precios asequibles, se realiza un análisis técnico para diseñar el plan estratégico de la organización con el fin de alcanzar los objetivos en función del buen servicio, variedad de productos creativos. Se debe realizar todos los trámites legales para que la empresa esté legalmente constituida y opere efectivamente.

El presupuesto está apoyado por los aportes de cada socio, el cual asegurará el buen funcionamiento operativo, administrativo y financiero.

El plan estratégico está enfocado en el posicionamiento de la marca, para así atraer nuevos clientes, el cual se fundamenta en el diseño de los productos de excelente calidad e innovación, con un valor agregado el cual consiste en ofrecer además de detalles otros productos que no se pueden conseguir en cualquier tienda, que sean autóctonos de cada región de nuestro país, para ello se establece relación con diferentes proveedores, la idea consiste en ofrecer a nuestro cliente nuevas experiencias satisfaciendo sus necesidades, gustos y deseos.

4. Análisis del mercado

Realizando un análisis del mercado nos damos cuenta que en internet se encuentran muchos nichos que se dedican a la comercialización de detalles sorpresas como por ejemplo mini anchetas, muchos de estos cuentan con frutas, sándwich, pequeñas golosinas, obsequios como peluches, mugs, termos para bebida caliente y fría, globos, una gran variedad de productos saludables, tales como: www.desayunosenbogota.com, www.regalosquehablan.com, www.desayunosydetallesbogota.com, www.happysundaydesayunos.com entre muchos otros.

4.1 Objetivos estudio del mercado

- Encontrar alternativas una nueva propuesta que satisfaga las necesidades de los futuros clientes
- Beneficiar a nuestros futuros clientes con detalles sorpresa con productos típicos de las algunas regiones del país.
- Dar a conocer entre el público objetivo un servicio amable, responsable, puntual y organizado.

4.2 Segmentación

Geográficamente será a nivel local en los barrios de la ciudad de Bogotá, por otro lado los futuros clientes serán todas aquellas personas mayores de edad que posean sus ingresos propios y que deseen tener un detalle sorpresa con las personas más cercanas, dirigido a personas de estratos 2, 3, 4 y 5.

4.2.1 Estudio del mercado

Colombia cuenta con una diversidad cultural de grandes proporciones la cual facilita implementar un proyecto que además de realzar la riqueza gastronómica de nuestro país nos permita conocer sus regiones a través de sabores, aromas, texturas y demás. Que una vez estructuradas con un toque personal de decoración alusivo pueda llegar a ser un excelente detalle para un momento especial y que para nosotras será un producto estrella.

A nuestros futuros clientes queremos brindarles detallitos que sorprendan tales como desayunos acompañados de alguna preparaciones o productos representativos de algunas regiones del país, pasabocas, bebidas, onces, todo para aquellas fechas importantes como lo son cumpleaños, aniversarios, día de la madre, día del padre, día del niño, amor y amistad etc... crearemos un portafolio de productos con aquellos alimentos más representativos de algunas regiones del país además todo será a domicilio, queremos que el cliente se sienta satisfecho de que lo que solicito como regalo llegue el día, hora y lugar que el interesado considere.

“Bogotá con una clase en media que representa el 51.6% de la población cuenta con un mercado robusto para la industria de alimentos y bebidas de alto valor agregado. El ritmo del consumo de los hogares bogotanos ha crecido un 4% al año” (periódico el portafolio, 2018).

Formato encuesta

Somos estudiantes de Administración de Empresas realizamos esta encuesta con el fin de conocer que tan frecuente usted regala detalles sorpresa para fechas especiales a domicilio, su fin es recolectar datos para la creación del servicio.

Nombre: _____ **Estrato:** _____

Barrio donde vive: _____

Género: Femenino ____ Masculino: ____

Edad: entre 18 a 25 _____ 26 a 35 _____ 36 en adelante _____

1. ¿Su actividad económica es?

- a) Estudiante
- b) Empleado
- c) Independiente
- d) Hogar

2. ¿Sus ingresos mensuales oscilan entre?

- a) Entre \$ 781.242 a \$ 900.000 mensuales
- b) Entre \$ 1.000.000 a \$ 2.000.000 mensuales
- c) Entre \$ 2.100.000 en adelante

3. ¿ha regalado en alguna fecha específica un desayuno especial, mini ancheta, postres, onces, pasabocas a domicilio?

- a) Si
- b) No

Si contesto No **¿Porque?** _____

4. ¿Qué tipo de detalle acostumbra a regalar para una fecha especial?

- a) Desayuno
- b) Mini ancheta
- c) Postres
- d) Otro, ¿Cuál? _____

5. ¿Estaría dispuesto a adquirir un detalle sorpresa, como desayuno básico o típico, onces, mini ancheta, postres)

- a) Si
- b) No

Si contesto No **¿Porque?** _____

6. Si hay una empresa que se dedique a prestar el servicio de detalles como desayuno especial, mini anchetas, postres, onces y demás a domicilio para una fecha u ocasión especial, ¿estaría dispuesto a adquirirlo?

- a) Si
- b) No

Si contesto No **¿Porque?** _____

7. ¿Cuáles con las fechas especiales que usted busca regalar un detalle?

- a) Cumpleaños
- b) Aniversario
- c) Día de la madre
- d) Día del padre
- e) Todas las anteriores
- f) Otro, ¿Cuál? _____

8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un detalle como desayuno especial, mini ancheta, postres, onces?

- a) Entre \$ 50.000 a \$ 70.000
- b) Entre \$ 71.000 a \$ 90.000
- c) Entre \$ 91.000 en adelante.

9. ¿Por cuál de los siguientes medios le gustaría acceder para realizar su solicitud?

- a) Sitios Web – redes sociales
- b) Telefónicamente
- c) Puntos de venta físicos

10. ¿Le gustaría que se incluyeran desayunos típicos de alguna región de Colombia?

- a) Si
- b) No

11. ¿Sería agradable contar con un registro fotográfico al momento de la entrega del detalle sorpresa?

- a) Si
- b) No

Tabulación de encuestas

Estrato

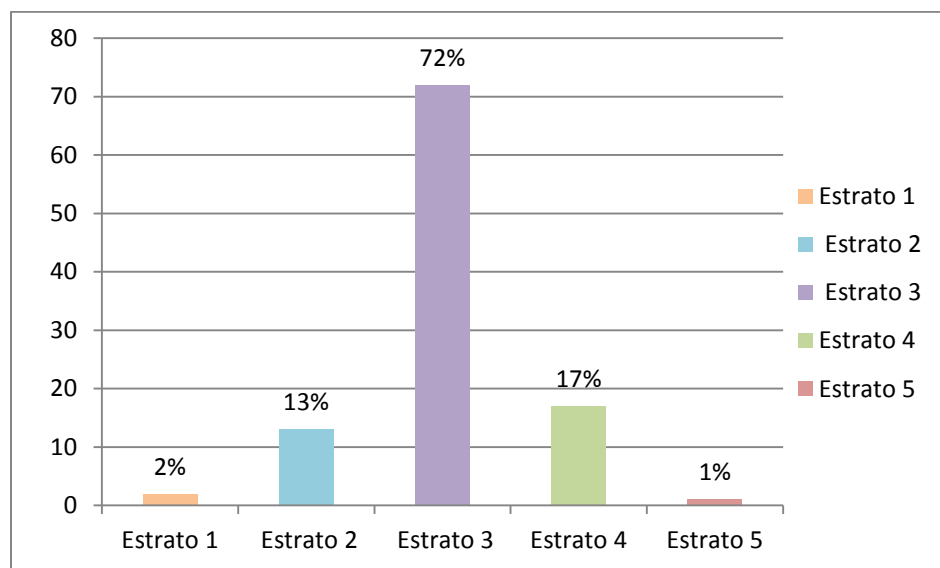


Ilustración 1, Titulo tabulación estrato

De 105 personas encuestadas la mayoría con un 72% de personas son de estrato 3, 17% son estrato 4, 13% son de estrato 2, 2% de estrato 1 y 1% de estrato 5.

Genero

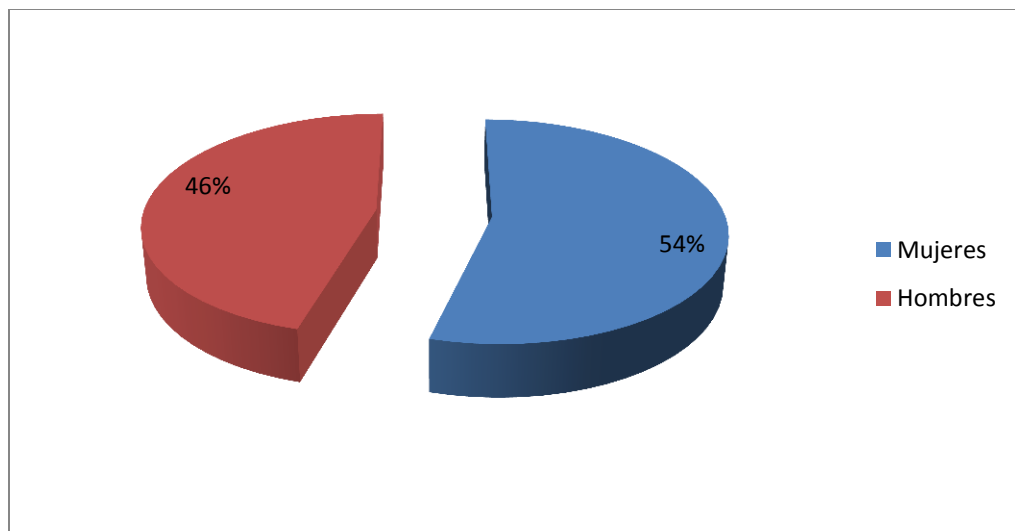


Ilustración 2, titulo tabulación por genero

Con un total de 105 personas encuestadas el 54% son mujeres y el 46% son hombres.

Edad

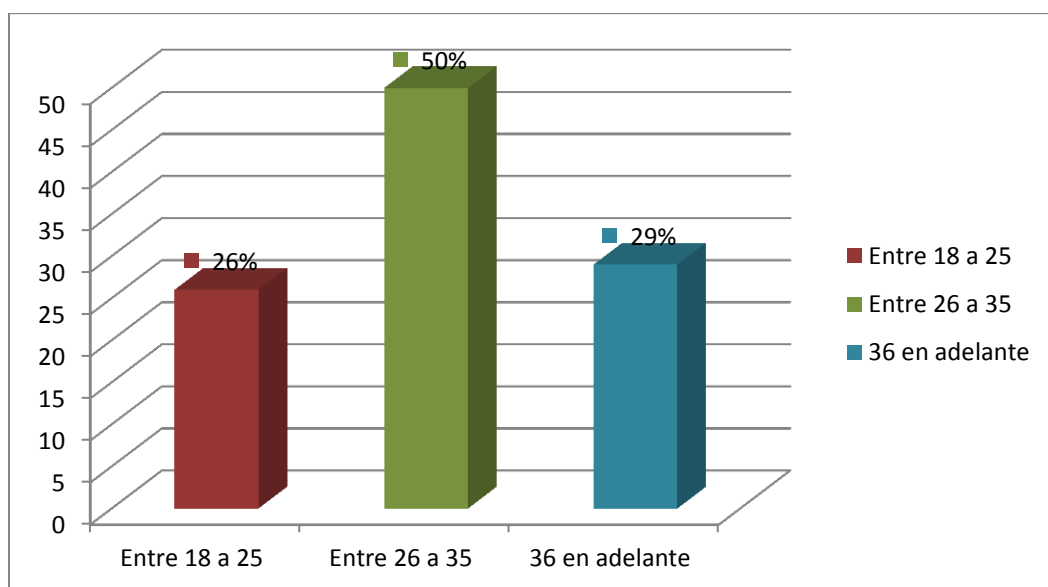


Ilustración 3, titulo tabulación edad

El promedio en la edad de las personas encuestadas es entre 26 a 35 años con un 50%.

Pregunta N°1 ¿Su actividad económica es?

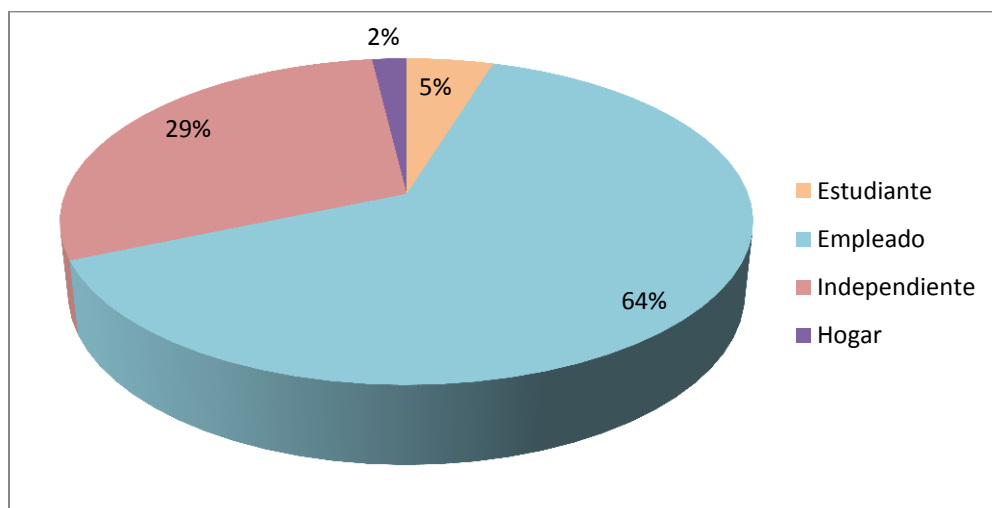


Ilustración 4, título actividad económica

Con un total del 64% de las personas encuestadas son empleadas, un 29% de las personas con independientes, el 5% de las personas son estudiantes y el 2% de las personas pertenecen al hogar.

Pregunta N°2 ¿Sus ingresos mensuales oscilan entre?

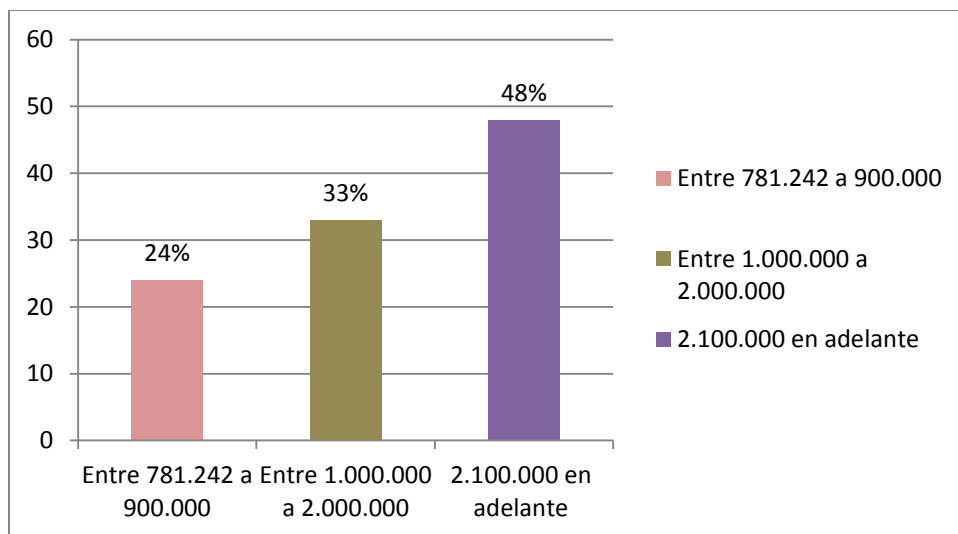


Ilustración 5, título ingresos mensuales

Entre los 105 personas encuestadas 48% de ellas oscilan un ingreso de 2.100.000 de pesos en adelante, 33% personas oscilan un ingreso entre 1.000.000 a 2.000.000 y el restante que son 24% personas tienen ingresos entre 781.242 el cual es el salario mínimo legal vigente a 900.000 mil pesos.

Pregunta N°3 ¿ha regalado en alguna fecha específica un desayuno especial, mini ancheta, postres, onces, pasabocas a domicilio?

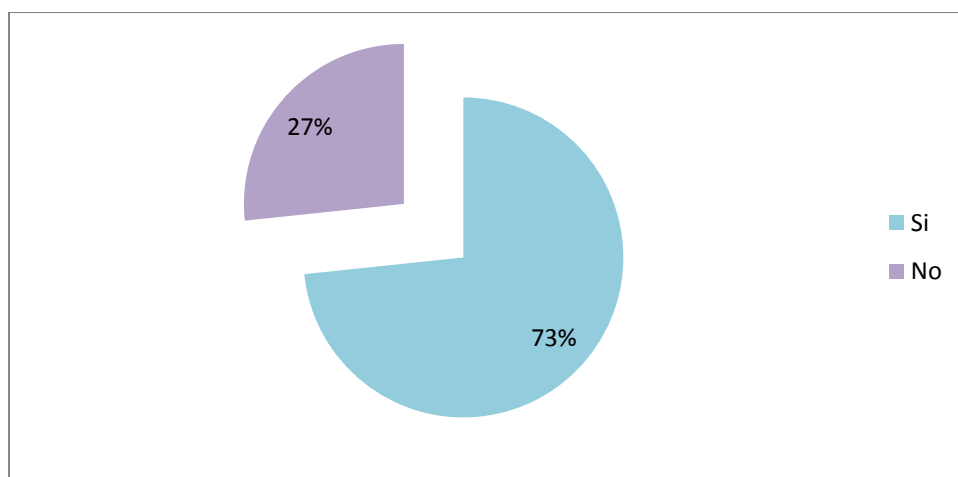


Ilustración 6, título regalo en fecha específica, como: desayuno especial, mini ancheta etc...

De las 105 personas que se encuestaron se determinó que el 27% de las personas contestaron que SI ha regalado en fechas importantes desayunos especiales, mini anchetas, onces, pasabocas a domicilio, pero el 73% de las personas contestó NO y sus motivos es que no tienen la costumbre de regalar obsequios como el que tenemos en proyecto, porque no tienen conocimiento que existan sitios que se dedique a brindar este servicio, no lo tiene en cuenta como regalo o que esta acostumbran a regalar otro tipo de detalle.

Pregunta N°4 ¿Qué tipo de detalle acostumbra a regalar para una fecha especial?

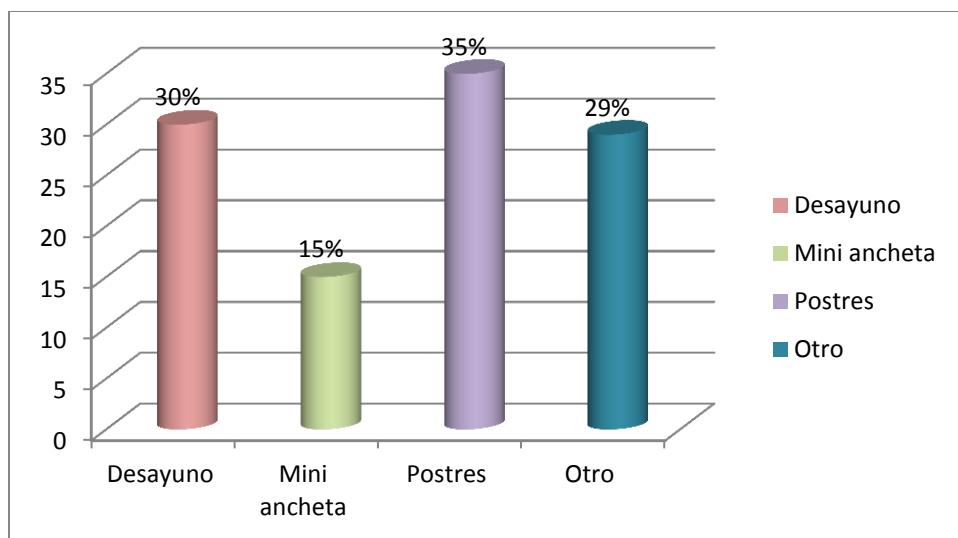


Ilustración 7, título que acostumbra a regalar

De las 105 personas encuestadas de ellos 29% personas contestaron que regalaban otro tipo de detalle como flores, chocolates, almuerzos, bonos, accesorios, manualidades, peluches entre otros, 35% personas de las encuestadas le gusta regalar postres, 30% personas les gusta regalar desayunos y 15% personas regalan mini anchetas.

Pregunta N°5 ¿Estaría dispuesto a adquirir un detalle sorpresa, como desayuno básico o típico, onces, mini ancheta, postres)?

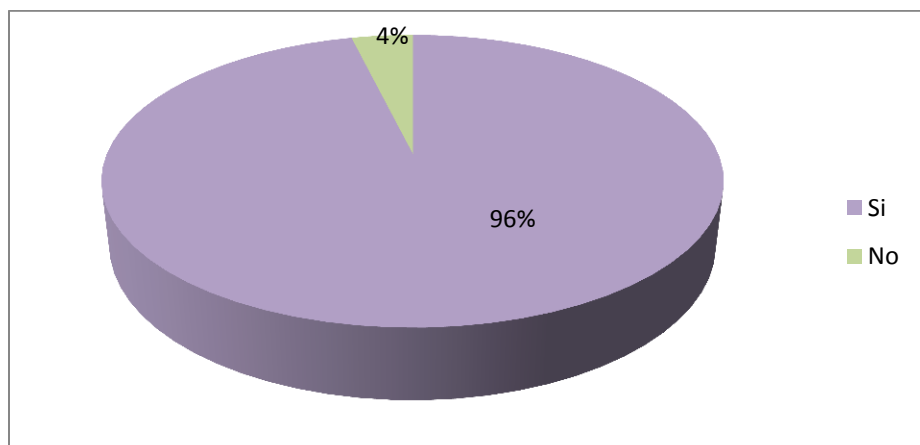


Ilustración 8, título estaría dispuesto a adquirir un detalle sorpresa

De las 105 personas encuestadas en diferentes sectores de Bogotá el 96% de las personas es de acuerdo con adquirir un detalle como desayuno sorpresa, mini anchetas y demás para fechas especiales, pero el 4 % de las personas contesto que NO porque no está dentro de sus preferencias o desea realizar este tipo de obsequios personalmente.

Pregunta N°6 Si hay una empresa que se dedique a prestar el servicio de detalles como desayuno especial, mini anchetas, postres, onces y demás a domicilio para una fecha u ocasión especial, ¿estaría dispuesto a adquirirlo?

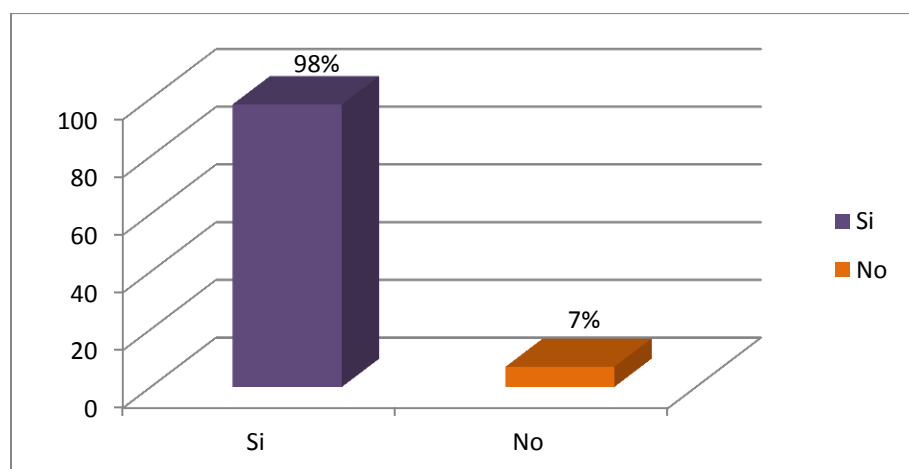


Ilustración 9, titulo empresa que dedica a prestar el servicio detalles sorpresa

98% de las personas encuestadas está de acuerdo con que haya una empresa que se dedique a prestar el servicio de detalles sorpresas para fechas especiales y tan solo el 7% personas dice que No y su respuesta es que no considera que este servicio sea un tipo de mercado o prefiere hacer ese tipo de detalles personalmente.

Pregunta N°7 ¿Cuáles con las fechas especiales que usted busca regalar un detalle?

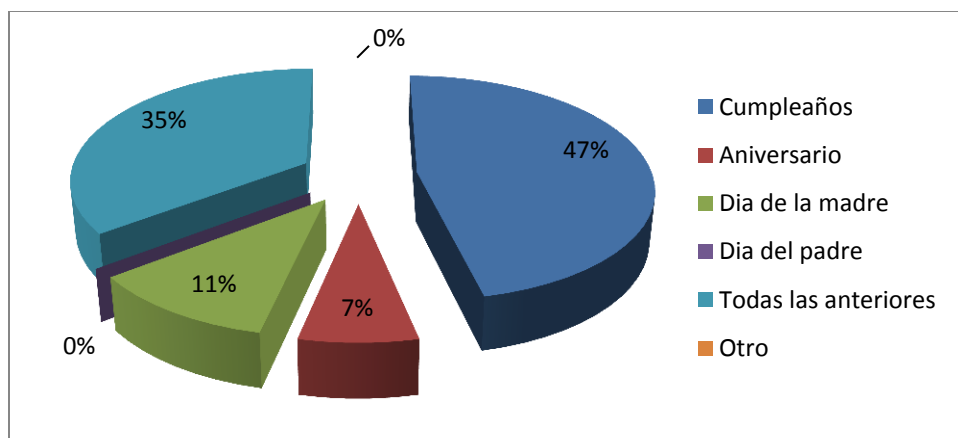


Ilustración 10, título fechas especial que acostumbra a regalar

Nos podemos dar cuenta que la mayoría de las personas regala obsequios para los cumpleaños con un 47% como respuesta de las personas encuestadas, además el 35% de las personas regala para todo tipo de ocasiones.

Pregunta N°8 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un detalle como desayuno especial, mini ancheta, postres, onces?

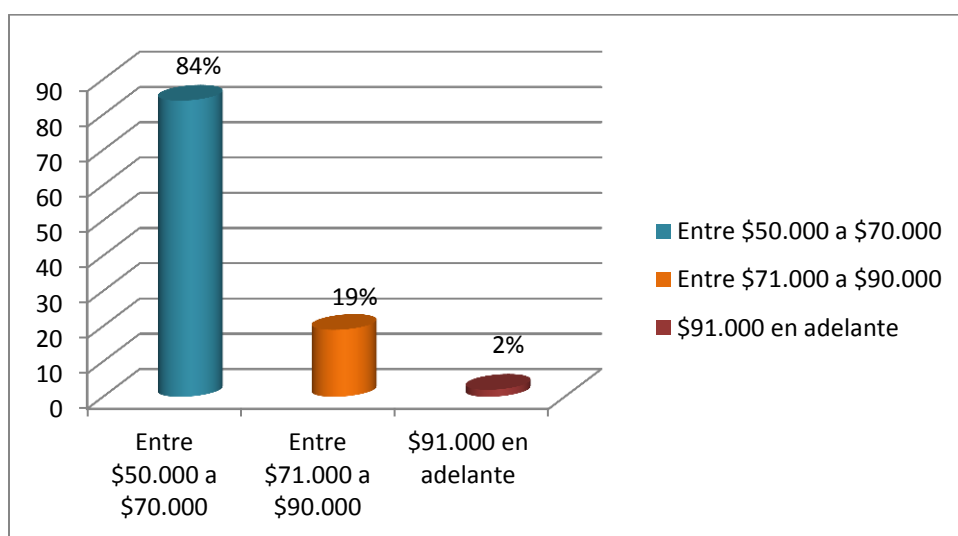


Ilustración 11, título pago por un detalle

84% de las personas encuestadas esta dispuesta a pagar entre \$ 50.000 a \$ 70.000 por adquirir el producto de destalles sorpresas a domicilio.

Pregunta N°9 ¿Por cuál de los siguientes medios le gustaría acceder para realizar su solicitud?

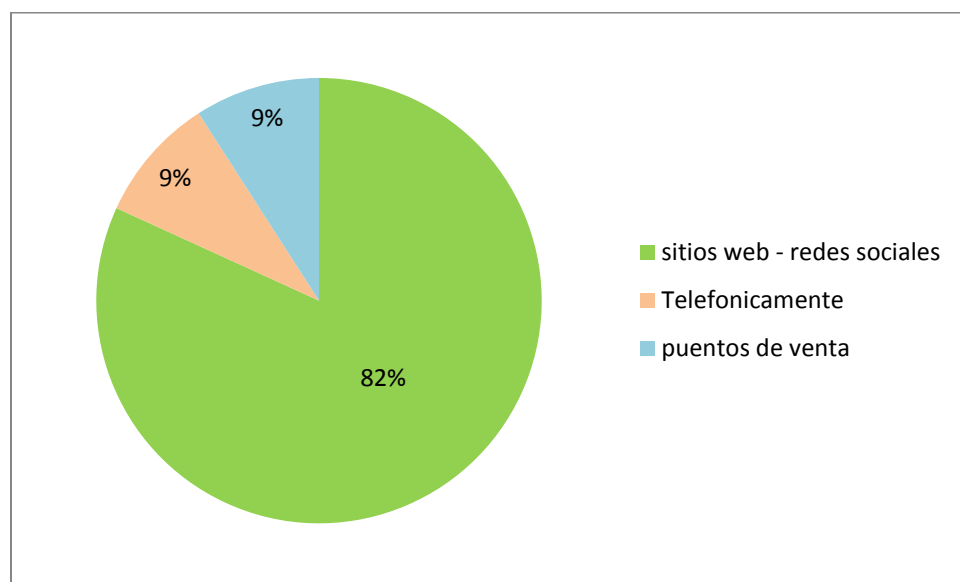


Ilustración 12, título medios de pago

Hoy en día la mayoría de las ventas son por sitios web, el cual nos facilita para la venta de servicios a domicilio como desayunos sorpresa, mini anchetas, onces, postres.

Pregunta N°10 ¿Le gustaría que se incluyeran desayunos típicos de alguna región de Colombia?

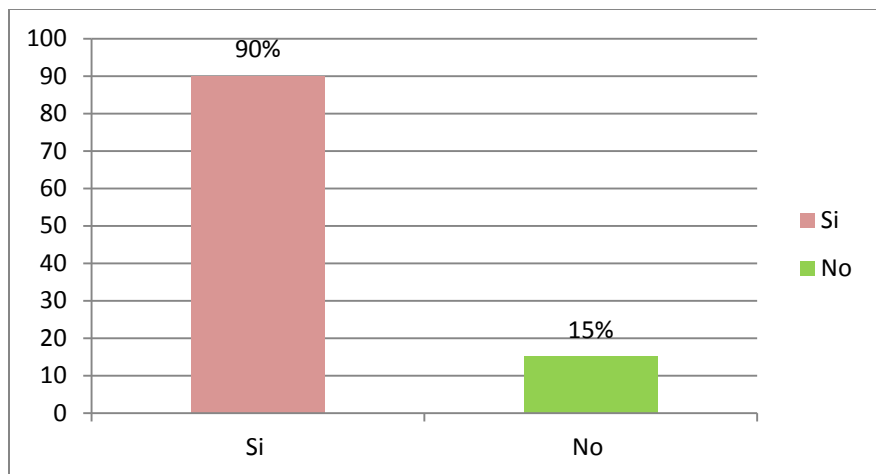


Ilustración 13, título desayunos típicos

90% personas de las que fueron encuestadas le gustaría que incluyéramos desayunos típicos de algunas regiones del país.

Pregunta N°11 ¿Sería agradable contar con un registro fotográfico al momento de la entrega del detalle sorpresa?

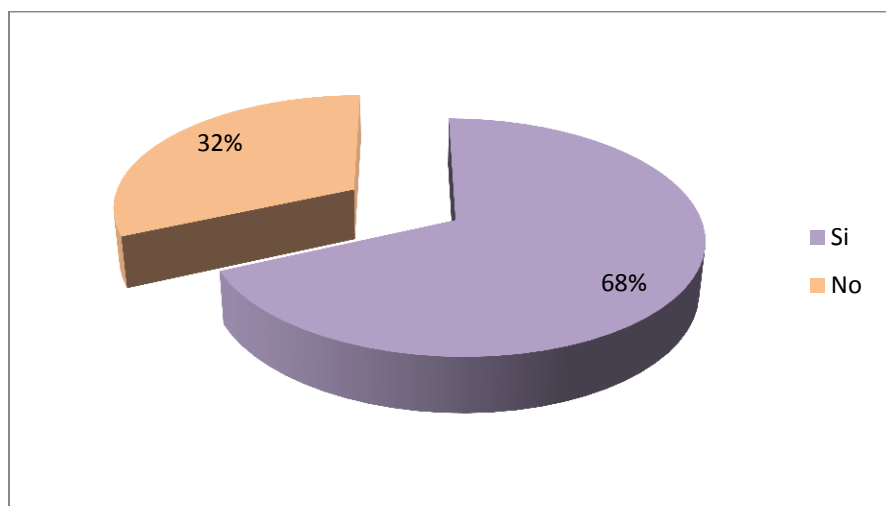


Ilustración 14, título foto entrega detalle

El registro fotográfico es parte importante de nuestro proyecto, por que quedaría como recuerdo del detalle que recibe la persona al momento de hacer la entrega el 68 % de las personas encuestadas está dispuesto a contar con el registro fotográfico

Análisis de resultados

Nos damos cuenta que de las personas que fueron encuestadas están dispuestas con adquirir nuestro servicios de detalles sorpresas a domicilio, personas de ambos géneros de diferentes edades a partir de su mayoría de edad que cuentan con sus ingresos y que además de eso regalan en fechas importantes obsequios para todo tipo de persona, como hay personas que no gustan de este pido de servicio pero fueron muy pocas personas la que contestaron que no estarían dispuestos a adquirir un servicios como detalles sorpresa para fechas especiales, de esta misma manera las encuestas dan a entender que tenemos un sector muy amplio al cual nos podemos dirigir con diferentes tipos de servicios que pueda n satisfacer la necesidad y que sea a domicilio, nos da un rango de presupuesto el cual estarían dispuestos a pagar por adquirir un detalle sorpresa como lo es entre \$ 50.000 a \$ 70.000 que tendríamos que también hay personas que regalan otro tipo de obsequios que se encuentran actualmente en el mercado y que sea en persona, obsequios tales como peluches, bonos, almuerzos o cenas, flores etc..., el tema de realizar desayunos típicos de algunas regiones del país o alimentos que represente la región de Colombia es importante para nosotros, actualmente no conocemos empresas que se dedique a brindar un desayuno o productos típicos de algunas regiones representativas de Colombia y que sea a domicilio y para fechas especiales, nos brinda la oportunidad de mostrar a nuestro futuro cliente de que se realizan desayunos típicos y que podemos llevarlos a la comodidad del cliente.

Identificación tipo de mercado al cual se dirige nuestro producto o servicio

B2C Business to Customer (Atención a clientes personas)

El tipo de mercado al cual nuestro servicio se va a enfocar es a la atención a clientes, después de realizar las encuestas nos dimos cuenta de que las personas que tienen un ingreso mensual están interesadas en adquirir un servicio detalle sorpresa a domicilio para ocasiones especiales, y nuestro principal mercado se encontrara en la ciudad de Bogotá.

Aspectos más importantes del mercado sector

El entorno de la industria de alimentos y bebidas, en la actualidad la transformación y economía digital ha permitido que las empresas tengan un mayor control de los servicios ofrecidos y a su vez genera una mejor rentabilidad, según proyecciones de Invest in Bogotá se espera que al año 2021 el sector de alimento y bebidas alcance ventas por más de 25.000 millones de dólares un crecimiento anual del 7% en este sector y un aumento continuo a los próximos 5 años, este sector alcanzo para el año 2017 ventas por 13.200 millones de dólares y tuvo más representación en las industrias de molinería, panadería y repostería con un 31% seguido de los lácteos, harinas, confitería, snacks, frutas, cárnicos, helados y postres.

La entidad también revelo que el 80% de las ventas de la industria se concentran en alimentos y el restante en bebidas, Bogotá es el mayor consumidor en el país con un 57%. (Referencia, periódico el portafolio)

4.2.2 Variables de segmentación

- **Geográfica:** En este segmento va ser a nivel local nos dedicaremos en la ciudad de Bogotá.
- **Edad:** La edad que nosotros estamos interesados en brindar nuestros servicios es para las personas mayores de edad que tengan ingresos mensuales y a quienes gusten regalar de los detalles que tenemos en nuestro catálogo de compras puede ser para todo tipo de persona y todo estatus socio- económico, diferentes culturas y género.

- **Ingresos:** Según los ingresos que tenga la persona que adquiera nuestros servicios, estamos dispuestos a poder brindar la necesidad acorde de lo que quiera nuestro futuro cliente.
- **Por ciclo de vida:** Cada persona tiene diferentes intereses y de acuerdo al ciclo de vida que lo acompaña y tiene a su alrededor y estaríamos estar dispuestos a brindar ese servicio que la persona esté dispuesta a adquirir y darnos esa confianza.
- **Pictográfica:** Este es de acuerdo a los intereses de cada persona, sus actitudes y personalidad, nuestro proyecto está enfocado a dar detalles a todo tipo de persona dependiendo de su gusto y demás afinidades.
- **Por beneficios:** Con el fin de ahorrar tiempo a nuestro futuro cliente, nuestro servicio está enfocado en entregar a la persona en cualquier lugar de la ciudad de Bogotá.

4.3 Metodología del estudio del mercado

Realizar una investigación descriptiva y exploratoria para adquirir información de la venta de detalles sorpresa para fechas especiales; tales como: cumpleaños, aniversarios, día de la madre, día del padre, día del amor y a la amistad, navidad etc... la recolección de datos de un grupo de personas que trabajan en empresas con el objetivo de identificar cual es el mercado principal y una vez analizado los resultados de aquellos datos, la población a la que nos dirigimos es entre los 26 y 35 años de los cuales está entre hombres y mujeres, al realizar esta investigación descriptiva consultamos fuentes de aquellas otras mi pymes que se dedican al brindar este tipo de servicio el cual cuentan con un portafolio amplio todo tipo de presentaciones.

4.4 Análisis concluyente

Después de realizadas las encuestas a todas aquellas personas que trabajan en empresas y que tienen mensualmente ingresos podemos concluir que nuestro sector principalmente está dirigido a personas entre los 26 y 35 años de edad para ambos sexos tanto femenino como masculino y que el 98% de las personas encuestadas está dispuesta a que exista una empresa que se dedique al brindar un servicio de detalles para fechas especiales tales como: cumpleaños, aniversarios,

día de la madre, día del padre etc... por otra parte queremos brindar un servicio de productos que sean típicos de alguna región de Colombia y que son representativos, al realizar estudios de mercado nos damos cuenta que aquellas empresas que se dedican a lo mismo no brindan pequeños alimentos representativos de alguna región de nuestro país, dado que queremos dar a nuestro proyecto un valor agregado por algunos productos representativos de regiones de nuestro país un 90% de las personas encuestadas está dispuesta a adquirir detalles que cuenten con algunos productos representativos de las regiones de Colombia, por último y todo lo comentado anteriormente vemos viable nuestro proyecto.

4.5 Plan de marketing

Este proyecto consiste en ofrecer detalles novedosos y creativos para las fechas especiales, nuestros clientes podrán adquirir el servicio vía online, con el fin de satisfacer sus necesidades, contarán con variedad de productos con diseños novedosos, creando una experiencia única e inolvidable, lo cual marque diferenciación frente a otras empresas que ya se encuentran en el mercado, mediante el desarrollo de los medios de información y tecnológicos han surgido nuevos medios de mercado, hace que la competencia sea fuerte, se debe implementar buenas estrategias que ayuden a lograr un buen posicionamiento en el medio y afrontar los diferentes cambios del mercado.

4.5.1 Objetivos plan de marketing

- Captar un nivel de clientes mediante una buena imagen de marca, que perciba un producto notable por su buena calidad y precio justo
- Aumentar las ventas mes a mes
- Incrementar los clientes
- Conquistar nuevos mercados
- Reconocimiento y diferenciación de la marca frente a la competencia

4.6 Estrategia de producto

Poder posicionar este servicio de detalles sorpresa brindando una excelente calidad de los servicios que ofrecemos dándole a los clientes una imagen original, se implementara una característica distintiva en cuanto nuestro valor agregado es poder brindar a los clientes un detalle con postres y alimentos representativos de algunas regiones de Colombia con empaques alusivos a cada fecha, recetas sanas, ricos en nutrientes, adecuadas a los gustos, el tamaño y la decoración del empaque según la ocasión para la cual fue solicitado el servicio.

4.7 Estrategia de precio

Basado en la competencia: lo más importante es captar la atención de nuestros clientes objetivos, para ello se ofrecerán precios % inferiores a los precios que se encuentran en el mercado sin dejar de lado la calidad de los productos, esto ayudara a excluir a nuestros competidores y aumentar las ventas. Establecer relaciones estratégicas con los proveedores, lograr una mejor negociación de los insumos, el objetivo es disminuir los costos y ofrecer mejores precios al mercado. Precios por paquetes de productos, Consiste en combinar varios productos y ofrecerlos por paquete a un precio más económico, esto ayudara aumentar las ventas tanto en fechas especiales y de temporadas.

4.8 Estrategia de publicidad

- A futuro diseñar una página web, mediante la cual ofreceremos nuestros servicios, por este medio los clientes conocerán los productos y estarán en contacto.
- Creación de redes sociales Instagram Facebook, este medio de publicidad es muy efectivo puesto que se llegará de una forma más rápida a los clientes, se debe mantener actualizada así los clientes conocerán todo nuestro portafolio de servicio y las novedades de los productos, de tal manera que ellos desarrollan y mantengan una opinión favorable de la empresa.
- Crear videos virales mostrando productos atractivos, y todos los servicios que ofrece

la empresa, que puedan ser compartidos entre las diferentes redes sociales, el cual funcionara como una voz a voz buscando un alto nivel de reconocimiento.

- Tener en cuenta las fechas especiales, día de las madres, padres, amor y amistad y armar paquete promocional teniendo en cuenta el incremento de la demanda de nuestros servicios para estas fechas

4.9 Desarrollo de la marca

Principalmente nuestra marca tiene que ver con detalles para fechas especiales tales como: desayunos típico, especial, fines, mini anchetas con pasabocas con productos representativos de algunas regiones de nuestro país, postres y demás que resalten sabores, olores, todo esto resulta interesante para nuestro cliente y queremos un nombre que resalte nuestros pequeños detalles que brindaremos y haremos con mucho amor para todas aquellas fechas especiales, así que daremos el nombre especial para el servicio que brindaremos y es “Petits Details”, que en francés significa pequeños detalles.

4.10 Marca

El nombre de nuestro proyecto es PETITS DETAILS

4.11 Logo



Ilustración 15, título logotipo proyecto detalles sorpresa

4.12 Slogan

Compartiendo sonrisas a tu lado con el corazón.

4.13 Ventaja competitiva

La ventaja competitiva como sabemos no son mercados estáticos y que en cada momento se encuentran en proceso de transformación, en nuestros servicios vamos a brindar puntualidad a la entrega de nuestros detalles sorpresa, contaremos con personal capacitado e idóneo para la atención al cliente con la posibilidad de poder ofrecer nuestros servicios de una manera respetuosa y asequible a nuestros clientes, una de las más importantes y a diferencia de las demás es que ofreceremos en nuestro servicios productos típicos gastronómicos como postres o pasabocas de algunas regiones de Colombia esto con el fin de que se resalten sabores, colores, aromas y demás de la gastronomía Colombiana.

4.14 Ventaja comparativa

El sector de alimentos y bebidas comprende un amplio catálogo de servicios a nivel local y también nacional, los detalles sorpresa quiere llegar a las personas ofreciendo un excelente servicio al cliente que sea puntual, responsable, practico, asequible a la economía de nuestros clientes, además ofrecer un amplio catálogo de servicios que pueda satisfacer las necesidades y acoplarnos a lo que busca el cliente.

4.15 Estrategia de promoción

Esta va de acuerdo con los costos y gastos que implican la elaboración y prestación de los servicios que se prestaran, tales como:

- Ofrecer un porcentaje % de descuento para las personas que adquieran cierta cantidad de detalles para empresas o corporaciones.
- Para fechas comerciales como lo son día de amor y amistad, día del padre, día de la

madre, día del niños y demás festividades, con anticipación y por nuestra página de redes sociales ofreceremos descuentos para las personas que adquieran antes de cierta fecha los servicios con nosotros.

4.16 Campaña publicitaria

Manejaremos por redes sociales nuestra publicidad haciendo alianzas con otras empresas que utilizan este medio para venta de sus productos o servicios y a cambio de eso también haríamos campaña de las otras empresas y así haríamos nuestra campaña publicitaria.

Fomentando también la voz a voz de las personas que hemos regalo detalles sorpresa.

4.17 Estrategias de distribución

Nuestra distribución será de manera directa y exclusiva ya que nosotras somos las que realizamos nuestros servicios, la decoración, preparación dependiendo de lo que el cliente solicite y haremos llegar nuestro servicio al consumidor final.

4.18 Canales

Aunque nuestra estrategia de distribución es directa necesitamos de aliados en la repartición de nuestros detalles por eso buscaremos alianzas de transporte donde este se encargara de la entrega puntual y confiable de nuestro servicio a diferentes sitios de la ciudad de Bogotá. El correo electrónico, redes sociales y el whatsapp será nuestro canal directo con el cliente donde ofreceremos un catálogo de los detalles que ofreceremos y va directamente desde el creador hasta el consumidor final.



Ilustración 16, Título canal de distribución

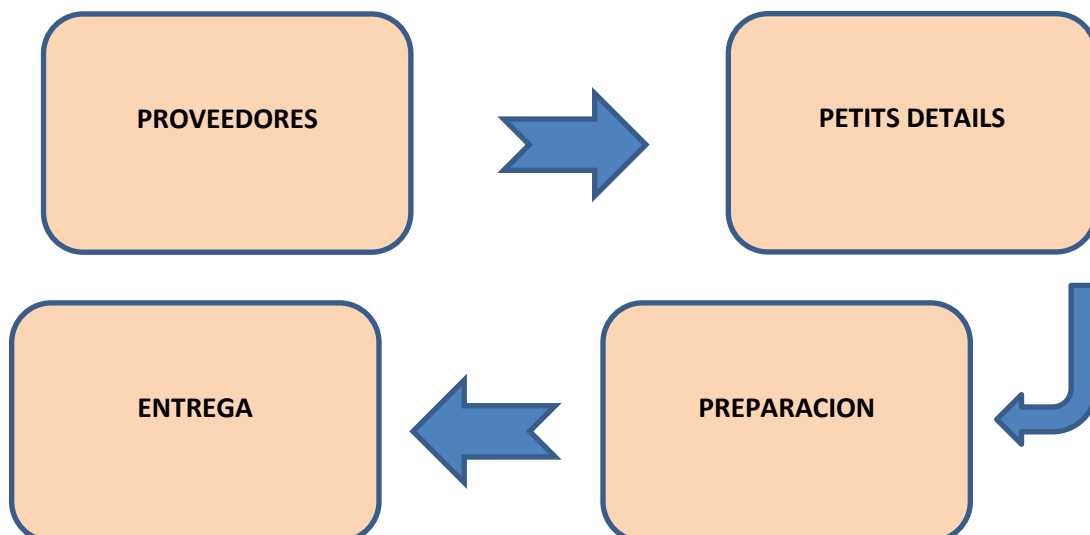
4.19 Logística

Petits Details, en su logística es que tiene el primer contacto con el cliente se muestra el portafolio de servicios por medio de las redes sociales, correo electrónico y whatsapp que ofrecemos y posteriormente se procede a tomar su pedido para la preparación de dicho detalle y el cliente debe realizar su pago por adelantado por los diferentes medios que tenemos para completar el pedido final.

Los proveedores son nuestros principales aliados para la elaboración de nuestros detalles como almacenes de cadena, gestión de materiales como papelerías principales de almacenamiento, distribuidor de cajas de manera.

El preparación de los detalles se preparan algunos productos como los son sándwich o crepes de pollo, atún, carne, arepas de huevo, carimañolas, empanadas y demás alimentos que acompañan nuestros detalles, jugos, postres, fruta ect... después de la elaboración o transformación de alimentos se realiza la decoración que depende del día que se esté festejando o lo que el cliente allí solicitado.

En la distribución de los detalles se procede a transportar para realizar la entrega a diferentes puntos de la ciudad de Bogotá, cumpliendo con una entrega a tiempo de las horas que nuestro cliente estableció desde el principio y así tener una satisfacción total del servicio recibido.



4.20 Ejecución comercial

4.20.1 Habilidades comerciales y administrativas

Queremos fidelizar a nuestros clientes brindando un valor que satisfaga lo que el cliente solicita consiguiendo así recurrencia comercial y enamorarlos con los detalles sorpresa y para lograr esto debemos diferenciarnos en que ofreceremos productos típicos de alguna región de Colombia para deleitar sabores, aromas de nuestra gastronomía, es dar calidad con cantidad, entender que es lo que quiere nuestro futuro cliente, entender que el cliente no es quien me compra si no la persona que recomienda el servicio que ofrecemos, es más fácil aumentar tus ventas cuando las personas comprar por recomendación de excelencia.

4.21 Proyección de ventas

Si al realizar un detalle sorpresa incluyendo la decoración más los productos que se encuentran dentro de ella y transporte para su distribución sale alrededor precio costo \$60.000 mil pesos y venta a persona valor promedio es de \$ 80.000 mil pesos, la ganancia es de alrededor de \$ 20.000 mil pesos por detalle el 25% de rentabilidad. Pero al realizar las distribuciones estaríamos ahorrado lo del transporte ya que un recorrido se puede llevar más de uno, así que por mes podríamos estar vendiendo más de 12 detalles sorpresa para recuperar la inversión.

Tabla 1, proyección costos

COSTOS

Descripción	Unidad	Valor unitario	Valor total
Logotipo	Unidad	\$ 26.000	\$ 26.000
Cajas en madera x 12	Unidad	\$ 20.000	\$ 240.000
Papel seda decorado x 12	Unidad	\$ 400	\$ 4.800
Cinta ancha decorada mujer x 10 metros color rosa	Metros	\$ 1.500	\$ 15.000
Cinta ancha decorada hombre x 10 metros color azul	Metros	\$ 1.500	\$ 15.000
Cinta delgada tela color rosa x 10 metros	Metros	\$ 800	\$ 8.000
Cinta delgada tela color azul x 10 metros	Metros	\$ 800	\$ 8.000
Cinta tipo hilo color plateado x 10 metros	Metros	\$ 300	\$ 3.000
Bomba surtida colores satinada serpentex x 50	Unidad	\$ 500	\$ 25.000
Globo surtido pequeño (feliz cumpleaños, feliz día etc...) x 12	Unidad	\$ 5.000	\$ 60.000
Sándwich (pollo, atún, carne)	Unidad	\$ 5.000	\$ 5.000
Pan francés tipo baguette	Unidad	\$ 3.200	\$ 3.200
Postre (fresa, mora, maracuyá, tiramisú, limos etc..)	Unidad	\$ 4.000	\$ 4.000
Papas Pringles grande	Unidad	\$ 5.500	\$ 5.500
Gomas	Unidad	\$ 2.000	\$ 2.000
Jugos	Unidad	\$ 3.000	\$ 3.000

Fruta (manzana, granadilla, ciruela, durazno, uvas, fresas)	Unidad	\$ 5.000	\$ 5.000
Platos mediano x 12	Unidad	\$ 4.000	\$ 48.000
Vaso pitillo para Jugo x 12	Unidad	\$ 5.000	\$ 60.000
Taza para cereal x 12	Unidad	\$ 4.000	\$ 48.000
Cubierto tenedor x 12	Unidad	\$ 1.500	\$ 18.000
Palo soporte bomba o globo x 12	Unidad	\$ 500	\$ 6.000
Mano de obra	Unidad	\$ 15.000	\$ 15.000

Tabla 2, proyección gastos

GASTOS	
Descripción	Valor
Transporte x cada detalle	\$ 10.000
Consumo de agua x mes	\$ 50.000

4.22 Política de cartera

La política de cartera será en efectivo empezando por medios como consignación por Efecty o diferentes vamos que se encuentran en la ciudad de Bogotá, al aumentar nuestras ventas a futuro implementaremos el pago electrónico tarjeta de crédito, buscando alianzas para satisfacer las necesidades de nuestros clientes y ofreciendo alternativas que este de la mano de las personas.

4.23 Presupuesto del plan de mercado

El presupuesto oficial incluyendo costos de logotipo, y demás inversión de insumos para la elaboración de los detalles sorpresa el por un valor de \$ 627.500 pesos.

COSTOS			
Descripción	Unidad	Valor unitario	Valor total
Logotipo	Unidad	\$ 26.000	\$ 26.000
Cajas en madera x 12	Unidad	\$ 20.000	\$ 240.000
Papel seda decorado x 12	Unidad	\$ 400	\$ 4.800
Cinta ancha decorada mujer x 10 metros color rosa	Metros	\$ 1.500	\$ 15.000
Cinta ancha decorada hombre x 10 metros color azul	Metros	\$ 1.500	\$ 15.000
Cinta delgada tela color rosa x 10 metros	Metros	\$ 800	\$ 8.000
Cinta delgada tela color azul x 10 metros	Metros	\$ 800	\$ 8.000
Cinta tipo hilo color plateado x 10 metros	Metros	\$ 300	\$ 3.000
Bomba surtida colores satinada serpentex x 50	Unidad	\$ 500	\$ 25.000
Globo surtido pequeño (feliz cumpleaños, feliz día etc....) x 12	Unidad	\$ 5.000	\$ 60.000
Sándwich (pollo, atún, carne)	Unidad	\$ 5.000	\$ 5.000
Pan francés tipo baguette	Unidad	\$ 3.200	\$ 3.200
Postre (fresa, mora, maracuyá, tiramisú, limos etc..)	Unidad	\$ 4.000	\$ 4.000

Papas Pringles grande	Unidad	\$ 5.500	\$ 5.500
Gomas	Unidad	\$ 2.000	\$ 2.000
Jugos	Unidad	\$ 3.000	\$ 3.000
Fruta (manzana, granadilla, ciruela, durazno, uvas, fresas)	Unidad	\$ 5.000	\$ 5.000
Platos mediano x 12	Unidad	\$ 4.000	\$ 48.000
Vaso pitillo para Jugo x 12	Unidad	\$ 5.000	\$ 60.000
Taza para cereal x 12	Unidad	\$ 4.000	\$ 48.000
Cubierto tenedor x 12	Unidad	\$ 1.500	\$ 18.000
Palo soporte bomba o globo x 12	Unidad	\$ 500	\$ 6.000
Mano de obra	Unidad	\$ 15.000	\$ 15.000
Total			\$ 627.500

4.23.1 Portafolio Petits Details



Ilustración 17, Detalle desayuno sorpresa

Opción N. 1	Opción N. 2
Sándwich (Pollo, atún, carne)	Wraps de jamón, queso, lechuga, tomate
Fruit Puch	Jugo natural
Fruta	Fruta
Brownie	Gomitas
Postre	Postre

Opción N. 3	Opción N. 4
Crepe de pollo y champiñones	Changua
Jugo natural	almojábana
Fruta	Chocolate (termo pequeño)
Gomitas o chocolates	Fruta
Papas Pringles	Galletas
Postre	Postre

Opción N. 5
Arepas de huevo
Carimañolas
Empanadas típicas
Fruta
Jugo natural (escogencia cliente)
Postre

Decoración
Globos en helio (cantidad y color a gusto del cliente)
Globo Feliz Cumpleaños - feliz día - Te quiero mucho - Te amo etc...
Peluche

5. Planeación estrategia Generativa

5.1 Descripción del negocio

Petits Details es una empresa innovadora la cual se caracteriza en ofrecer detalles sorpresas a domicilio, con increíbles ideas creativas, y grandes estándares de calidad, se trabaja en función

del buen servicio, eficiencia y competitividad, atención personalizada en cuanto a diseño y requerimientos de nuestros clientes.

Ofrecemos una gran gama de productos nutritivos y deliciosos para el buen deleite, nuestro valor agregado se basa en incluir menús típicos colombianos es decir productos autóctonos de las diferentes regiones de nuestro país, llevando experiencias únicas con un objetivo claro, y marcando la diferencia frente a la competencia, lo más importante es captar la atención del cliente y mantener su satisfacción, nuestra empresa se dedicará en llevar un momento de felicidad para cualquier ocasión.

5.2 Objetivo general

Llevar a cada persona un detalle lleno de amor y lograr que cada una de ellas empiece su día con una buena actitud y una linda sonrisa.

5.2.1 Objetivos específicos

- Ser reconocidos por nuestros clientes como una empresa que presta un buen servicio, y ofrece sus productos a un buen precio.
- Tener los mejores precios del mercado para nuestro producto.
- Ofrecer siempre una experiencia agradable.

5.3 Misión

Somos una empresa dedicada a entregar detalles sorpresa a domicilio para brindar a nuestros clientes una variedad de desayunos y regalos para cada ocasión encontrando a su disposición un producto de calidad.

5.4 Visión

Ser en el 2023 una empresa líder ofreciendo a nuestros clientes una gama de detalles

sorpresa para fechas especiales, ser reconocido por la innovación y elaboración de nuestros servicios, calidez y buen trato.

5.5 Análisis pestel

El análisis pestel es una herramienta que se utiliza para el desarrollo de cualquier actividad económica con el fin de recoger información importante en función de los diferentes factores que la rodea y la empresa no puede controlar, es importante saber interpretarlos y manejarlos puesto que de dicha acción depende que se mantenga en el mercado y triunfe.

Aspecto político

Colombia es un país con una gran división política debido a que la conforman 6 partidos políticos, esto la hace muy controversial en la toma de decisiones lo cual afecta al país en todos los aspectos, para ello las empresas deben estar muy pendientes de las normas, leyes cambiantes y cumplirlas de esta manera no tener ningún tipo de sanciones. A pesar de que en Colombia se está dando la oportunidad para nuevos empresarios no deja de existir incertidumbre para el nuevo cambio de gobierno y las nuevas políticas que se desarrollan en torno a esta, es una problemática que afecta la competitividad de las empresas.

Por otro lado, se manifestó la propuesta de gravar todos los productos básicos con el impuesto al valor agregado lo cual puede convertirse en una amenaza para el sector de restaurantes puesto que reduce la capacidad adquisitiva de los consumidores.

Aspecto económico

En materia económica se conoce que el factor que aumentan un mayor consumo en los colombianos es el ingreso per capital, para el 2018 el PIB tuvo un crecimiento de 2.5 % para el primer semestre y 2.8% para el segundo trimestre, lo cual indica un crecimiento en términos productivos para el país, favoreciendo principal mente los sectores de restaurantes y

entretenimiento. Estamos en una economía cambiante, gracias a la globalización y al desarrollo social para la cual las tiendas online han tomado fuerzas facilitando la vida de los consumidores para el 2018 las transacciones por internet representan en Colombia 2,6% del PIB, Con esa tasa de crecimiento, el e-commerce nacional habrá superado la barrera de los US\$5.000 millones en 2018, las tiendas líderes en el mercado electrónico de Colombia están Dafiti, Exito.com, Buscape y Falabella.com, en Bogotá existen tiendas online que ofrecen desayunos sorpresas y detalles, lo fundamental es aprovechar todas las herramientas, tiendas online, puntos de ventas específicos, medios telefónicos con el fin de captar la atención de los clientes.

Aspecto social

Es el elemento esencial para el funcionamiento de la economía de un país, se adapta constantemente a un entorno en permanente cambio, mediante la globalización, los avances tecnológicos, se crean nuevas necesidades a la sociedad, nuevas tendencias de moda, lujos comodidades, entretenimiento, seguridad, salud, para alcanzar un fin Bienestar, es por ello que, así como los mercados cambian, la sociedad vive en un constante cambio las empresas deben seguir ese ritmo, buscar nuevas alternativas que ofrecer para satisfacer las nuevas necesidades y mantenerse en constante innovación para mantenerse en un mercado cambiante.

Bogotá, que es la ciudad más grande y populosa cuenta con diversidad de población, cultura, sociedades, permite ofrecer diferentes productos que llenen las expectativas y aprovechar esa riqueza cultural para ofrecer servicios y productos novedosos.

Aspecto tecnológico

El avance de la tecnología nos ha permitido obtener mejores herramientas para trabajar, la competencia de un entorno global exige a los empresarios buscar medios para ofrecer un mejor servicio o producto, se cuenta con las redes sociales, tiendas virtuales y físicas para promocionar y vender los productos, darle la oportunidad a los clientes de escoger sus productos de acuerdo a sus necesidades, y contar con medios transaccionales en línea con el fin de agilizar las compras de una manera rápida y segura.

Aspecto ambiental

Mantener un equilibrio entre las necesidades sociales y el medio ambiente

- Utilizar materiales reciclables para armar las anchetas.
- Uso adecuado de los recursos
- Prácticas Ambientales y de Seguridad
- Medidas de protección ambiental

Aspecto legal

Las regulaciones y leyes que se debe cumplir para el desarrollo de este proyecto son fundamental, su cumplimiento trae muchos beneficios y evita grandes sanciones legales.

Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo, NIIF (Normas Internacionales de Información Financiera)

Registro sanitario según lo dispuesto en el Artículo 126 del Decreto – Ley 019 de 2012 (alimentos), por la cual se establece el reglamento técnico sobre los requisitos de rotulado o etiquetado que deben cumplir los alimentos envasados y materias primas de alimentos para consumo humano.

Normas y medidas de higiene en la industria alimentaria, registro cámara y comercio, normas de contratación, decreto Buenas prácticas de manufactura 3075 de 1997

5.6 Análisis de las cinco fuerzas de Porter

Es una herramienta que ayuda a identificar el nivel competitivo de la organización y da las posibilidades de mejorar las estrategias con el fin de maximizar los recursos y superar a la competencia.

Competencia

En Bogotá el nivel de competencia es muy numerosa con el avance de los medios que facilitan ofrecer este tipo de servicio son varias las empresas que ya están en el mercado, ofrecen un servicio a gran escala y cuentan con posicionamiento y reconocimiento por parte de los clientes, la ventaja es que ninguna de esta empresa ofrece algún servicio similar al que se maneja en este proyecto entregando mayores posibilidades como los alimentos típicos de cada región, dándole al cliente la posibilidad de nuevas experiencia alimenticias, tratando así de atacar otros segmentos y ser diferenciados frente a la competencia ese es el tipo de servicio que se pretende ofrecer.

Clientes

Los clientes representan un alto nivel de negociación ya que las ofertas de estos servicios son bastante altos y pueden adquirirlos diferentes medios, ya sea mediante página web, vía telefónica, restaurantes, cafeterías

Para enfrentar esta competencia nos damos a conocer con un servicio único en variedades donde el cliente podrá disfrutar cualquier producto típico de cada región del país, un punto de diferenciación frente a la competencia

Productos sustitutos

Entre los productos sustitutos encontramos los que son restaurantes y cafeterías que ofrecen servicios a domicilios, pero manejan poca variedad en sus productos y son pocos novedosos ya que manejan los mismos menús diarios, por tales motivos no es considerado de alta competencia, por lo que en este proyecto se busca ofrecer productos novedosos, y siempre van acompañado de un detalle el cual pueda asociar al cliente con la marca

Proveedores

Dado a que existe mayor oferta de los productos que ofrecemos, como frutas, panaderías, evos, chocolates, etc. este nivel se considera bajo excepto con los productos propios de cada región para estos proveedores su nivel de negociación es mucho más alto

Nuevos competidores

Debido a que no existe ninguna traba para que nuevos productos se establezcan en el mercado y la mayoría de los productos que se ofrecen son más caseros y fácil de hacer y conseguir este nivel es considerado alto para ello se deben abordar estrategias innovadoras y en constante cambio.

5.7 Análisis DOFA

ANALISIS DOFA	
INTERNO	EXTERNO
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Ofrecemos desayunos típicos de las regiones, productos que son autóctonos en cada una de las diferentes regiones	El auge de la redes sociales son de gran importancia para divulgar la información de los productos, servicios y promociones
Seleccionar los mejores y más apetecidos productos	Bajos costos para el montaje de la página online
Ofrece diferentes motivos y presentaciones	Crecimiento de la demanda de las compras online
Atención personalizada, hacerle sentir a los clientes que son valorados e importantes.	Existen diferentes fechas para regalar un desayuno sorpresa (especial día de las madre y padre, niño, cumpleaños, navidad, aguinaldo, amor y amistad etc)
Amplio portafolio de servicios y capacidad de innovación	Expandir los servicios al sector empresarial
Experiencia en la preparación de diferentes recetas y buena sazón	Los costos de la materia prima no son muy altos
DEBILIDADES	AMENAZAS
desconocimiento de la marca y poco reconocimiento	La existencias de varias empresas que ofrecen este tipo de servicios, que tienen un alto nivel de reconocimiento
los socios no cuentan con el conocimiento o la experiencia adecuada	Empresas familiares del sector y distribuidoras, mayoristas
	El surgimiento de nuevas empresas en el sector, ofreciendo servicios similares o parecidos
	Crisis económica, en el país
	nuevos impuestos, por parte del nuevo gobierno
	La demanda es susceptible a fechas del mercado

Tabla 3, Matriz DOFA

CRUCE MATRIZ DOFA	
ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
<p>Mantener buenas relaciones con los proveedores, y tener la facilidad de negociación</p> <p>Mantener la constante innovación de los productos y servicios, contactar a nuestros clientes, ofrecer paquetes de promociones en las fechas especiales</p> <p>Utilizar en el montaje de la página colores llamativos y captar la atención de nuestros clientes.</p> <p>Identificar a los clientes potencial, mantener el contacto y ofrecerles nuevos servicios exclusivos para ellos</p>	<p>Mantener actualizada la página web, productos novedosos y cautivador para el ojo del cliente</p> <p>Ofrecer nuestros servicios de una forma organizada y atractiva, usando la creatividad e innovación</p> <p>Captar y retener clientes mediante un buen servicio, ya que ser agradable, cordial y estar atento a la solicitud del cliente es motivo para que nos elija por encima de la competencia</p>
ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
<p>Estar al pendiente de los productos que ofrece la competencia, visitar su página web diariamente para superarlos en sus promociones, servicios, y productos</p> <p>Fidelizar a nuestros clientes mediante membresía y acumulación de puntos por sus compras</p>	<p>Especializar a todos nuestros colaboradores en servicio al cliente, presencial o virtual, con el fin de brindarle a nuestros clientes experiencia únicas en la toma de sus pedidos</p> <p>Mantener un control del tiempo de espera y hacer su respectiva retroalimentación</p>

	El estudio del mercado se debe realizar periódicamente, para conocer las nuevas tendencias, el estado de la economía, y los gustos de los consumidores para mantener la empresa en el mercado
--	---

5.8 Cadena de valor

ESTRUCTURA	Gerencia y control de procesos, distribución de actividades, manejo contable y financiero, cumplimiento en los aspectos legales					MARGEN
RR.HH	Contratación, capacitación de personal, delegar funciones, clima organizacional					
TECNOLOGIAS	Diseño de página web, Facebook, Instagram, Organización de los productos					
COMPRAS	Adquisición de la materia prima, contacto con proveedores, Negociación de precios					
	Recepción de la materia prima Almacenamiento de insumos Conservación y control Movilización	Manipulación preparación Diseño, presentación Calidad Empacado	Seguimiento de pedidos Organización en las entregas Seguimiento de pedidos Tiempo de espera Transporte	Publicidad y propaganda Atención de requerimientos Promoción y precio Cuerpo de venta Entrega final	Seguimiento manejo de base de datos Atención de reclamaciones, cambios contactar al cliente Fidelización	
LOGISTICA	ELABORACIÓN	DISTRIBUCIÓN	COMERCIAL Y VENTAS	SERVICIO POST VENTA		

5.9 Estrategia competitiva

Petits Details quiere llegar al corazón de sus clientes ofreciendo productos de primera calidad en sus servicios, queremos brindar a nuestros futuros clientes algunos productos típicos de algunas regiones de nuestro país para que deleite sus sabores y aromas que ante otras empresas que se dedican al mismo comercio de servicios, ofrecer productos típicos Colombianos es nuestro valor agregado.

Referencias

Industria de alimentos y bebidas tendrá un crecimiento anual del 7%. (2007, 7 de mayo), periódico el Portafolio, Recuperado de <https://www.google.com.co/amp/m.portafolio.co/economia/ARTICULO-MOVILES-AMP-516878.html>

Bibliografía

<https://www.marketingdirecto.com/punto-de-vista/la-columna/como-disenar-una-estrategia-de-precios-1>
<https://grupoacir.com.mx/blog/los-5-pilares-del-desarrollo-de-marca/>
<http://incrementodeventas.blogspot.com/2008/04/atl-y-btl.html>
<https://docplayer.es/5438889-El-precio-en-el-marketing.html>

Tablas de Ilustración

Ilustración 1, Titulo tabulación estrato	6
Ilustración 2, titulo tabulación por genero	7
Ilustración 3, titulo tabulación edad.....	7
Ilustración 4, titulo actividad económica	8
Ilustración 5, titulo ingresos mensuales	8
Ilustración 6, título regalo en fecha específica, como: desayuno especial, mini ancheta etc.....	9
Ilustración 7, título que acostumbra a regalar	10
Ilustración 8, titulo estaría dispuesto a adquirir un detalle sorpresa	10
Ilustración 9, titulo empresa que dedica a prestar el servicio detalles sorpresa	11
Ilustración 10, titulo fechas especial que acostumbra a regalar	12
Ilustración 11, titulo pago por un detalle	12
Ilustración 12, titulo medios de pago	13
Ilustración 13, titulo desayunos típicos.....	14
Ilustración 14, titulo foto entrega detalle	14
Ilustración 15, titulo logotipo proyecto detalles sorpresa	20
Ilustración 16, Titulo canal de distribución	23
Ilustración 17, Detalle desayuno sorpresa.....	28