

**ARTESANAL**

**Leidy julieth sanchez hernao  
Rudy Alejandra Cobaleda Hernandez  
Yenni Alejandra Méndez Rubiano**

[https://instagram.com/artesanaltienda ?  
igshid=1cyfkv9sf5vnr](https://instagram.com/artesanaltienda?igshid=1cyfkv9sf5vnr)

## INDICE

Portada .....	1
Compromisos del autor .....	3
Introducción .....	4
Objetivos .....	5
Claves para el éxito	
Descripción idea de negocio, tabla1 .....	6
Registro fotográfico .....	8
Modelo de ventas por internet .....	10
Innovación .....	12
Marketing mix .....	16
Recomendaciones .....	19
Productos .....	20
Definición de la localización y tamaño óptimo de la planta .....	23
Flujograma .....	27
Ficha técnica del producto .....	30
Ficha técnica del servicio .....	33
Storyboard .....	36

### **Compromisos del Autor**

Yo, Rudy Alejandra Cobaleda Hernández identificado con cc 1110499996, estudiante del programa de administración de empresas; Yo, Leidy Julieth Sánchez Henao identificado con cc 38210561, estudiante del programa de administración de empresas; Yo, Yenni Alejandra Méndez Rubiano identificado con cc 1026290673, estudiante del programa de administración de empresas declaramos que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones han colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

**Firma**

**Rudy Cobaleda**

**Julieth Sanchez**

**Yenni Méndez**

## Introducción

Artesanal es una tienda de detalles nueva creada en el año 2020 a raíz de la pandemia mundial y de la nueva normalidad que se vive en la actualidad en donde preferiblemente no se debe salir para evitar el contagio del coronavirus; en el mes de agosto nace la idea de emprendimiento en la que se quiere satisfacer la necesidad de las personas de compartir momentos especiales a través de diferentes sorpresas que se entreguen en la comodidad de sus casas sin que por ello deban correr riesgo de contagio. Se entiende que la realidad cambio, sin embargo, hay cosas que no mutan como el deseo por dar obsequios, detalles, sorpresas por la razón que sea, o como el deseo de comer ricos alimentos caseros, por ello, por las cosas que no pudimos evitar que cambiaran como el mundo, nos adaptamos y presentamos una empresa en la que estos deseos se siguen supliendo desde la seguridad y la exigencia actual del entorno.



## Objetivos

Incluya una escala de tiempo con los objetivos que espera lograr.

Corto plazo

- Obtener ganancias para la reinversión en el funcionamiento de la empresa
- Obtener nuevos clientes

Mediano plazo

- Generar confianza en los clientes
- Sistematizar el volumen de producción y venta de los productos que propicie su ampliación

Largo plazo

- Tener un nicho de mercado sólido
- Contar con una rentabilidad amplia que se refleje en la auto sostenibilidad de la tienda con márgenes de riesgo bajos

## Claves para el Éxito

Ser una empresa persistente, adaptable, creativa, confiable, que ofrece comodidad y facilidad al cliente afines a sus gustos que le generen mayor cercanía con la empresa.

**Tabla 1.**

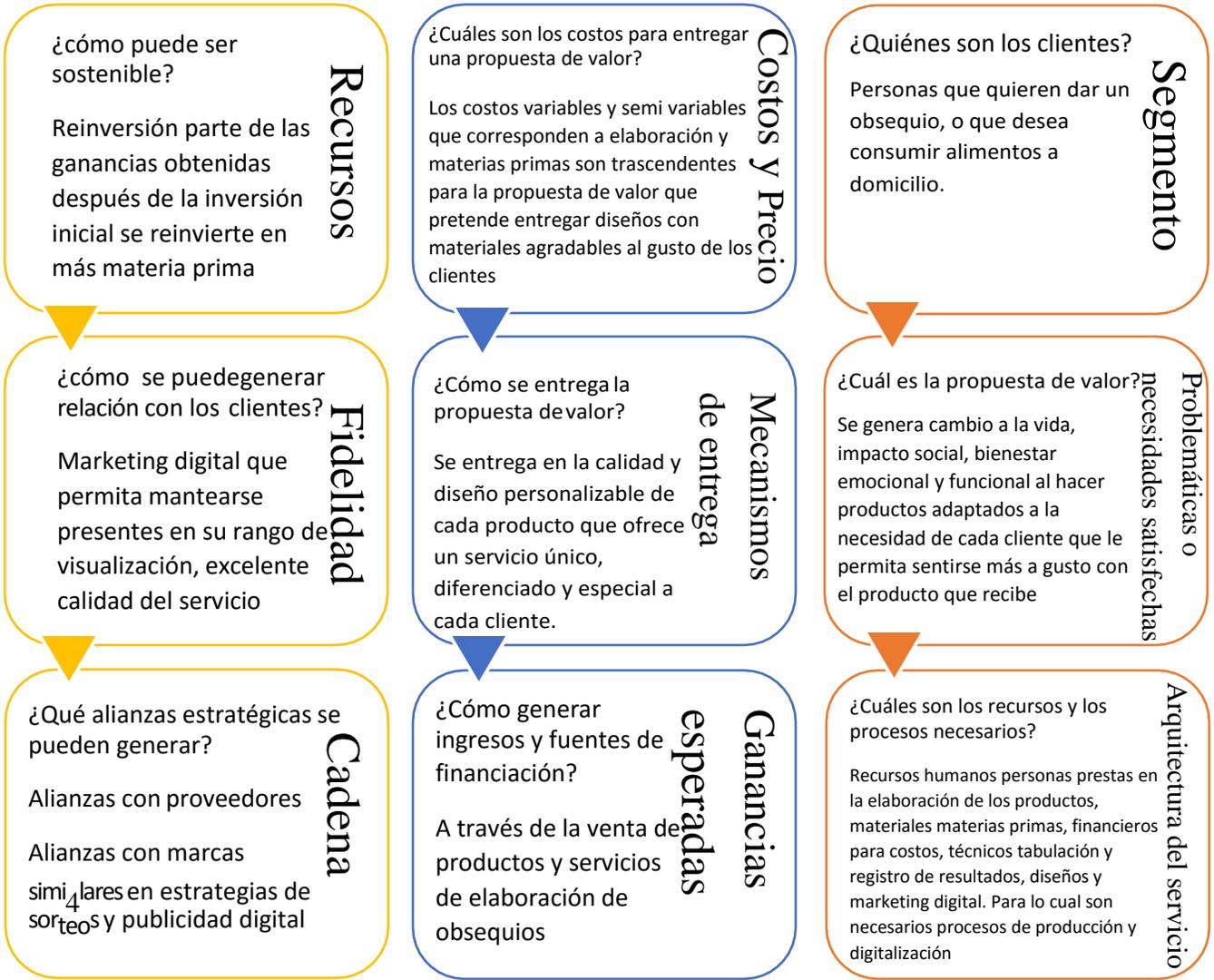
*Descripción de la Idea de Negocio*

<p><b>¿Cuál es el producto o servicio?</b></p>	<p><b>Producto:</b> cajas de regalo con comestibles, tortas, helados, postres</p> <p><b>Servicio:</b> Decoración personalizada para obsequios</p>
<p><b>¿Quién es el cliente potencial?</b></p>	<p>Personas que deseen entregar obsequios a otras a domicilio, o personas que deseen consumir comestibles de elaboración casera. Para esto no hay rango de edad específico, no cuenta con características especiales, se toma para este punto un público en general. Se cuenta con varios generadores que hagan que una persona opte por este producto.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Personas con familiares en sitios alejados a ellos</li> <li>- Personas con relaciones de amistad</li> <li>- Personas con relaciones afectivas</li> <li>- Personas con eventos en los que requiera o desee dar suvenires</li> </ul>

<p><b>¿Cuál es la necesidad?</b></p>	<p>Debido a las condiciones de pandemia mundial actual las celebraciones de fechas especiales se restringieron, la gente ya no puede salir a compartir en un restaurante o lugares similares de manera muy sencilla, por lo cual surge la necesidad:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Dar obsequios a domicilio</li> <li>-Consumir alimentos a domicilio</li> </ul>
<p><b>¿Cómo?</b></p>	<p>Establecer una marca que genere confianza a la gente sobre los procesos de elaboración y entrega de los productos, bioseguro, con sistemas de elaboración casera y manual, con operaciones de entrega a domicilio.</p>
<p><b>¿Por qué lo preferirían?</b></p>	<p>Por</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Calidad</li> <li>- Diseño</li> <li>- Comodidad</li> <li>- Confiabilidad</li> <li>- Precios accesibles</li> </ul>

### Registro fotográfico





### Modelo de Negocios de Ventas por Internet

- **E-commerce**

<p>¿Cómo captará sus clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?</p>	<p>A través del uso de redes sociales con enfoque y espacio para negocios como Facebook, WhatsApp e Instagram para la difusión de los productos y los servicios ofrecidos.</p>
<p>¿Cómo y qué alternativas ofrecerá a los clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Se publicarán las fotos de los productos y servicios ofrecidos, así como imágenes explicativas sobre los mismos.</li> <li>- Se compartirán los procesos de elaboración por redes para generar confiabilidad en los potenciales clientes, así como lazos de cercanía</li> <li>- Se ofertarán los servicios con sus precios y alternativas para que los clientes tengan acceso a la información de forma sencilla</li> <li>- Se establecerá contacto con los clientes por medio de mensajería directa ofrecida por las plataformas digitales antes mencionadas donde se responderán preguntas sobre los productos y servicios y se cerrarán las ventas.</li> </ul>
<p>¿Cómo cerrara la venta por Internet y cuáles podrían ser los métodos de pago utilizados acorde al modelo?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Se realizará contacto por mensajería y de ser voluntad del cliente por llamadas en las que se les responderán todas las dudas sobre el producto y servicio y se tomarán todas las solicitudes de producto y servicio hechas por el cliente.</li> <li>- Como medio de pago se tiene medios de transferencias bancarias que se podrán hacer por medio de app bancarias</li> </ul>

como Nequi y Bancolombia donde los clientes podrán pagar los productos y servicios comprados de una manera sencilla y accesible.

<b>Innovación</b>
-------------------

	<b>Agua</b>	<b>Energía</b>	<b>Materias Primas</b>	<b>Emisiones</b>	<b>Residuos</b>
	<p><b>¿Usa eficientemente el agua?</b></p> <p>Si</p>	<p><b>¿Reduce el consumo de energía?</b></p> <p>Si</p>	<p><b>¿Reduce los insumos?</b></p> <p>Si</p>	<p><b>¿Ha medido su huella de carbono?</b></p> <p>Si</p>	<p><b>¿Qué residuos recicla?</b></p> <p>Cartón</p>
<p><b>Producto o servicio</b></p> <p><b>¿El producto tiene un ecodiseño?</b></p>	<p><b>¿Cómo?</b></p> <p>Con los materiales usados, Cartón, vidrio, papel</p> <p>mayormente que usan en comparativa menor cantidad de agua en su elaboración que otros materiales como que se pueden usar para este tipo de</p>	<p><b>¿cómo?</b></p> <p>Con los procesos de producción, son manuales así que no requiere maquinaria que requiera grandes cantidades de energía.</p>	<p><b>¿Cómo?</b></p> <p>Se usan las cantidades suficientes de cada material sin desperdiciar, los retazos que quedan se usan en proyectos más pequeños para no desperdiciar material y contaminar más</p>	<p><b>¿Cuál es el resultado?</b></p> <p>No es el más alentador, sin embargo, la elección de los materiales usados en comparativa disminuye la huella de carbono generada.</p>	<p>Yute</p> <p>Papel</p> <p>Madera</p>

	<p>elaboraciones como el plástico.</p> <p>Con los procesos de producción de los comestibles que fija cuidadosamente las cantidades de agua usada.</p>	<p><b>¿Qué equipos utiliza?</b></p> <p>Computador, celular</p>	<p><b>¿Utiliza químicos?</b></p> <p>No</p> <p><b>¿cuales?</b></p> <p>No aplica</p> <p><b>¿Qué empaque y embalaje utiliza?</b></p> <p>Cartón</p>		
<p><b>Marketing</b></p> <p><b>¿Realiza algún tipo de campaña que favorezca al medio ambiente?</b></p>		<p><b>¿Qué medios de transporte utiliza?</b></p> <p>Motocicletas</p>	<p><b>¿Qué materiales utiliza para las actividades de marketing?</b></p> <p>Papel, aunque la mayoría del marketing se genera por medios digitales</p>		

<b>Variable 1</b>	<b>Variable 2</b>	<b>Variable 3</b>	<b>Variable 4</b>	<b>Variable 5</b>
<b>Amenaza de entrada</b>	<b>El poder de los proveedores</b>	<b>La rivalidad entre competidores existentes</b>	<b>Amenaza de producto o servicios substitutivos</b>	<b>Poder de negociación de los compradores</b>

<b>Idea de negocio</b>	Idea de cajas de regalo y productos de alimentos caseros. Se ve más afectada por las barreras de entrada que beneficiada por las mismas.	Aun en el descubrimiento de proveedores convenientes que ofrezcan precios razonables.	Incursión en el negocio sin familiaridad con la competencia	la amenaza substitutiva para este tipo de empresas corresponde a la sustitución de los propios clientes que pueden hacer las cosas si quisieran y supieran por su cuenta	Manejo leve en los volúmenes de clientes
<b>Competencia 1</b>	Negocio emergente con mayor presencia en el mercado a la que le	Mayor conocimiento y contacto con proveedores que	Compromiso con el negocio para permanecer en el mercado que	la amenaza substitutiva para este tipo de empresas corresponde a la sustitución de los	Gran manejo de volumen de clientes

	beneficia las barreras de entrada.	permite el control de gastos	genera rivalidad con los demás competidores	propios clientes que pueden hacer las cosas si quisieran y supieran por su cuenta	
<b>Competencia 2</b>	Negocios emergentes con mayor presencia en el mercado a	Mayor conocimiento y contacto con proveedores que	Compromiso con el negocio para permanecer en el mercado que	la amenaza substitutiva para este tipo de empresas corresponde a la	Manejo de clientes que generan ingresos significativos
beneficia las barreras de entrada.	la que le	permite el	genera rivalidad	sustitución de los	
Captación y fidelización de clientes por medio de la propuesta de valor					

beneficia las barreras de entrada.	control de gastos	con los demás competidores	propios clientes que pueden hacer las cosas si quisieran y supieran por su cuenta	
Captación y fidelización de clientes por medio de la propuesta de valor	Control y sistematización de costos que permita elaborar comparativas en pro de encontrar los mejores proveedores	Conocimiento de la competencia, manejo de precios justos con el negocio que no restrinjan la rentabilidad propia y ajena.	Ofrecer alta calidad en diseño y entregables que haga que los clientes opten por dejar esto a manos de la empresa	Ofrecer una propuesta de valor que genere comodidad y confianza en la elección de los clientes por la empresa

# Marketing

## Mix

16

<b>Estrategia</b>	<p>Aumentar visitas para mayor visibilidad y presencia.</p> <p>Tener crecimiento en ventas</p>	<p>A través de la publicidad en redes sociales y el contacto por medio de ellas con nuevos clientes.</p>	<p>Con las personas interesadas dentro de la ejecución del proyecto por medio de aplicaciones digitales.</p>	<p>Mes de septiembre del 2020</p>	<p>En Ibagué</p>	<p>\$ 3.000.000 cop</p>
<b>Producto</b>	<p>Núcleo:</p> <p>Producto de línea de alimentos en cumplimiento con todas las medidas de bioseguridad.</p> <p>Ofertada en catalogo accesible a los clientes</p>	<p>Calidad</p> <p>Materias primas de la mejor calidad en la elaboración de cada producto.</p> <p>Materiales de conocimiento para los clientes</p>	<p>Envase</p> <p>Cajas, vidrio, madera, yute, papel,</p> <p>Todos con un estilo de diseño agradable al cliente y personalizables al mismo</p>	<p>Diseño Variable.</p> <p>Realizado a pedido del cliente para su comodidad.</p>	<p>Servicio</p> <p>Atención al cliente atenta en cada uno de sus solicitudes, calidez humana y asesoramiento a través de contenido multimedia que asegura conocimiento al cliente sobre lo ofertado por la empresa y lo que</p>	

manejada en la que son cajas y manejo de productos en conjunto.

17

			esta es			
<b>Promoción y comunicación</b>	Publicidad por medio de redes sociales	Promoción de ventas con descuentos y promociones de	Ventas Personales en la comunicación con los	Marketing digital en la presentación del	producto	
		paquetes en eventos Se tiene en cuenta los costos de producción	clientes Se tiene en cuenta los precios basados en la	Se tiene en cuenta los precios por	valor agregado	Lo que resulta en la elección de un precio de paquete, todo ello después de revisados
<b>Precio</b>			competencia			los costos unitarios y la idea de negocio



## **Conclusiones y Recomendaciones**

Las condiciones sanitarias actuales motivaron el trabajo presentado, que surge tras la revisión de necesidades y la incorporación de estas a un sistema de negocio que permita satisfacerlas de una manera que reinventa y se adapta a la celebración de fechas especiales

y la reivindicación de los lazos personales a través de demostraciones de cariño que exigen mayor distancia entre las personas. En consecuencia, surge esta idea de negocio que genera utilidades a través de las adversidades convertidas en oportunidades de emprendimiento en pro de la vida humana y de esta su nueva normalidad, la realización de empresa que vela por el resguardo de las relaciones humanas en su bienestar social, facilitadora de medios que hagan las circunstancias más llevaderas sin agravar las circunstancias. El trabajo aquí expuesto es reflejo de adaptación.

**Marketing Digital Landing Page <https://yennimendez.wixsite.com/website>**



¡Vamos a chatear!  
Te responderemos en el menor tiempo posible.



Cajas de regalo con comestibles  
\$30.000,00



Postres  
\$15.000,00



Artículos decoración manuales  
\$10.000,00

### Facebook

49 Me gusta en total

---

49 seguimientos en total



## Instagram



## Calculo CAV Facebook:

**Gasto total: \$150.0000**

**N° de clientes captados:  $49 \frac{150.000}{49} = 3.061$**

## Calculo CAV Instagram:

**Gasto total: \$150.00**

**N° de clientes captados: 72**

$$150.000/72= 2.083$$

**Calculo LTV:**

**Cliente por desayuno sorpresa u**

**obsequio:  $30000*12*50%= 180.000$**

**Cliente por postres:  $15000*12*50%= 90.000$**

**Cliente por decoración personalizada:  $10000*12*50%= 60.000$**

## Unidad 10

### Definición de la localización y el tamaño óptimo de la planta

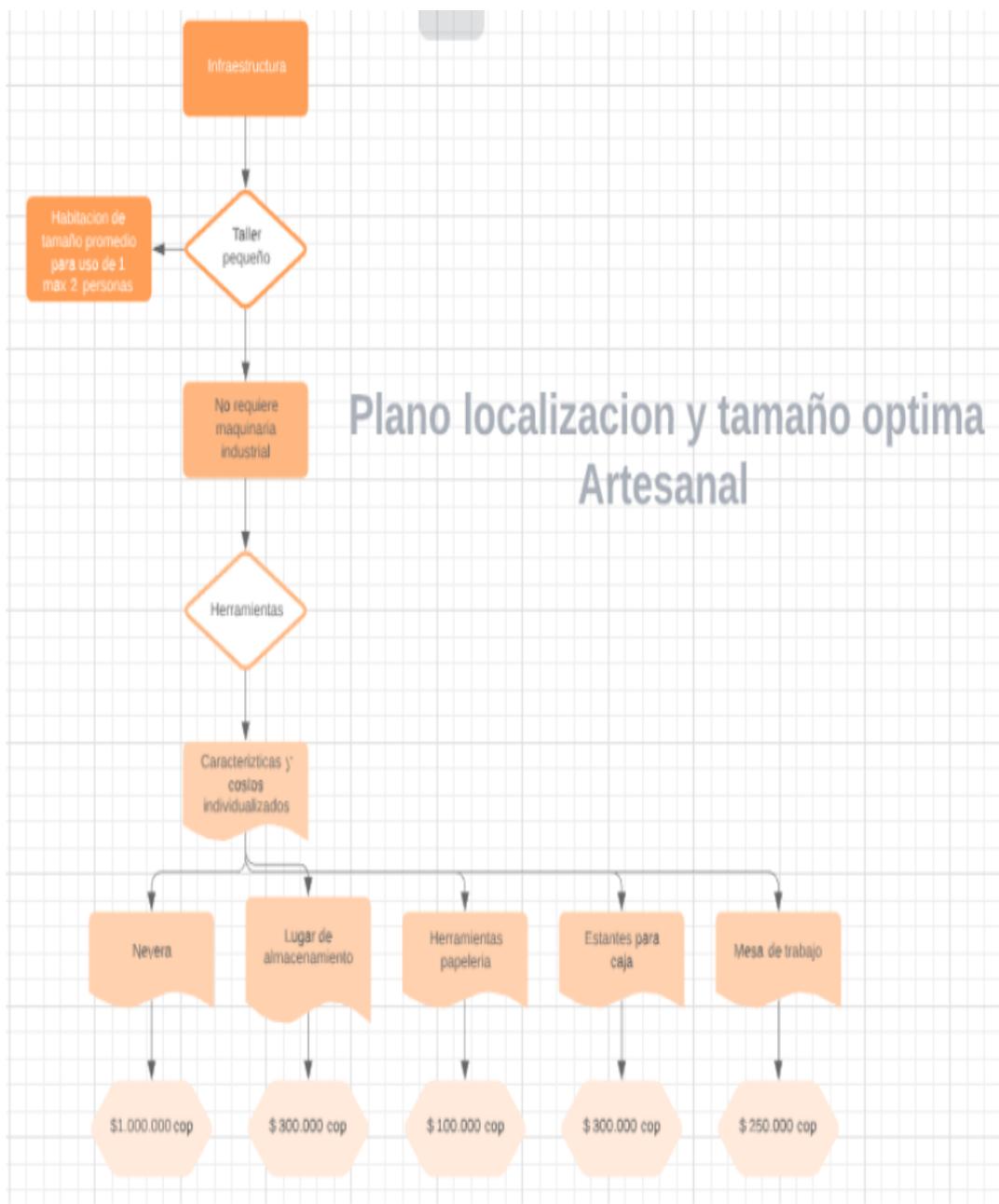
La localización óptima de Artesanal, basada en los conceptos de macro localización y micro localización resulta en una ubicación geográfica en la misma ciudad de venta para la producción de los productos y el servicio prestado. Lo que deja a Artesanal con sede principal en la ciudad de Ibagué de donde son mayormente las ventas realizadas. Ahora bien, en cuanto a la colocación en la ciudad, se determina la zona centro de la misma, pues al tomar como punto de análisis la forma de venta, es decir, a domicilio, se debe tener una zona de fácil acceso para la distribución de los pedidos y la compra de insumos para la manufactura de los productos, lo anterior examinado bajo el método de Vogel que evalúa el coste de transporte de la materia prima y los productos terminados.

Para determinar el tamaño óptimo de la planta en concordancia con el método de escalación se toma entonces factores tales como la demanda de los pedidos, para esto la demanda no es tal que requiera una planta de trabajo sumamente amplia, se tiene una demanda media que permite tener lugares de tamaño más compactos. Como segundo factor a determinar el tamaño óptimo se tiene los procesos productivos que en este caso son caseros, artesanales, de manufactura pequeña. Procesos que para el tercer punto en cuanto a la maquinaria requerida no establece la necesidad de maquinaria industrial, las herramientas usadas son prácticas, pequeñas y cotidianas, por lo cual no se requiere maquinaria de gran escala. Con lo cual en consecuencia se tiene como tamaño óptimo pequeño para la planta de trabajo. Con un pequeño taller que conste de lugares para almacenar productos comestibles, tener disposición de las herramientas tales como una mesa de elaboración, con gavetas para tener objetos de papelería usados por la empresa

Tipo de Activo	Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Requisitos Técnicos
Infraestructura	<p>Taller pequeño con:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Nevera</li> <li>- Impresora</li> <li>- Alacena para guardar comestibles</li> <li>-Lugar de almacenamiento para herramientas de papelería</li> <li>-Herramientas de papelería</li> <li>-Estantes para cajas</li> <li>-Mesa de trabajo</li> </ul>	1	<p>Taller: 0\$ habitación propia</p> <p>Nevera: 1 millón cop</p> <p>Impresora: 800 Mil cop</p> <p>Alacena: 500 Mil cop</p> <p>Lugar de almto: 300 Mil cop</p> <p>Herramientas de papelería: 100 Mil cop</p> <p>Estantes para cajas: 200 Mil cop</p> <p>Mesa de trabajo: 250 Mil cop</p>	Ninguno, productos de uso cotidiano
Adecuaciones	Habitación pequeña con disponibilidad de espacio para acomodación de materiales y herramientas	1	Tiene un costo de 0 porque es espacio con el que ya se contaba	Ninguno
Maquinaria y Equipo	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nevera</li> <li>- Impresora</li> </ul>	1	<p>Nevera: \$1.000.000 cop</p> <p>Impresora: \$800.000 cop</p>	Ninguno, uso promedio

<p>Equipo de comunicación y computación</p>	<p>Celular manejo de redes y contactos</p> <p>Computador registro, inventarios manejo administrativo de la empresa</p>	<p>1</p>	<p>-Celular: \$ 1.000.000cop</p> <p>-Computador: \$ 2.000.000 cop</p>	<p>Celular: Procesador rápido, Cámaras de buena calidad, más de 128 gb de almacenamiento o Computador: r: Ram de 8 gb,</p>
---	--	----------	---	--

				Acceso a programas de office, Word, Excel.
Muebles Enseres y Otros	Mesa	1	\$250.000 cop	Tamaño de 1,5 m x 80 cm
Otros (Incluido herramientas)	Herramientas de papelería: - Tijeras - Pegamento - Cuter - Encendedor	1	Un promedio de \$100.000 cop por la totalidad de las herramientas	Ninguno, uso promedio
Gastos Pre operativos	Para la apertura de la empresa ya se contaba con las herramientas y maquinarias aquí especificadas	0	No aplica	No aplica



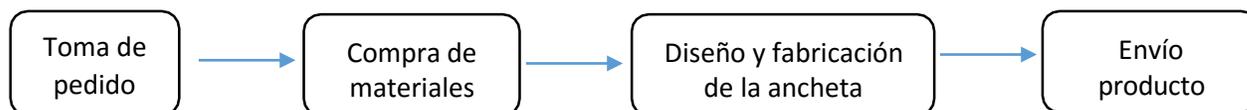
## Flujo grama de bloques

Toma de pedido

Compra de materiales

Diseño y fabricación de ancheta

Envío producto final



### *Insumos*

*Producto: Ancheta cumpleaños*

<i>producto</i>	<i>unidades</i>	<i>Valor</i>
globos	3	800 c/u
jugos	1	3500
Botella plástica	1	2200
Tarro galletas	1	7000
nuggets	7	5000
Fruta en recipiente	3	7000
hatsu	1	3500
Avena en botella	1	6500
Sándwich de pollo	1	3500
pancakes	2	2500

Caja de madera	1	4000
----------------	---	------

*Producto Endulzarte*

Producto	unidades	Valor
Gomitas	5	2500 c/u
Caja carton	1	2500

*Tabla de requerimientos de operación en el proceso de producción de su empresa.*

Actividad del proceso	Tiempo estimado para la realización	Cargos que participan	Número de personas que intervienen	Equipos y maquinas que se utilizan
Toma de pedido	15 minutos	Servicio al cliente	1	Manual, 8 pedidos : 120 minutos
Compra de materiales	2 horas	Compras	1	Manual, 16 horas
Elaboración detalle	1 hora	Operativo	2	Manual, 8 horas de trabajo, 8 detalles

Envío detalle	30 min	Auxiliar logístico	1	Desplazamiento en motocicleta 240 minutos
---------------	--------	-----------------------	---	---



ARTESANAL

00.1

VERSIÓN 1

16/11/2020

## FICHA TECNICA DEL PRODUCTO

### A. NOMBRE DEL PRODUCTO ( Defina el nombre tecnico del producto)

Desayunos sorpresa, cajas de regalo con comestibles.

### B. COMPOSICION DEL PRODUCTO EN ORDEN DECRECIENTE

1 waffle con salsa a elección (100 gr).  
1 cup cake (50 gr).

2 Mini panecillos (15 gr).  
Tarjeta de saludo.  
Banderines decorativos o globo con motivo de cumpleaños o de amor.  
Bandeja o caja decorativa.

Cubiertos.  
Servilleta.

1 Jugo (200 ml).  
1 Postre pequeño (150 gr).

2 Tostadas francesas (15 gr).

### C. PRESENTACIONES COMERCIALES

Ofrecemos desayunos para toda la familia, déjate llevar por nuestra innovación en desayunos originales y deliciosos, ideales para cumpleaños, aniversarios, fechas especiales, eventos corporativos y más.

Si tu persona favorita es un verdadero admirador, aquí lo sorprenderemos con diseños únicos para su gusto, futbol, vintage, infantiles, coleccionistas, deportes, fitness, baby shower, , etc.

Cada caja de desayuno sorpresa incluye: 1  
Jugo (200 ml).  
1 Postre pequeño (150 gr).

1 waffle con salsa a elección (100 gr).  
1 cup cake (50 gr).

2 Tostadas francesas (15 gr).

2 Mini panecillos (15 gr).  
Tarjeta de saludo.  
Banderines decorativos o globo con motivo de cumpleaños o de amor.  
Bandeja o caja decorativa.

Cubiertos.  
Servilleta.

### D. TIPO DE ENVASE

1. Plástico.
2. Papel.
3. Cartón

### E. MATERIAL DE ENVASE

Caja de madera. Botella de plástico. Caja de plástico pequeña (postre). Caja de cartón pequeña (waffle). Bolsas plásticas decoradas pequeñas.

	ARTESANAL	
00.1	VERSIÓN 1	16/11/2020
<b>FICHA TECNICA DEL PRODUCTO</b>		
<b>F. CONDICIONES DE CONSERVACION</b>		
El envase se debe guardar en lugar fresco y seco. Una vez abierto el envase, se conserva 24 horas refrigerado		
<b>G. TIPO DE TRATAMIENTO (PROCESO DE ELABORACION)</b>		
<p>1. Se debe seleccionar el tamaño de la caja y el tema con el cuál se va a decorar.</p> <p>2. Se escogen los productos que deben ir en la caja, se organizan distribuyendo su peso y tamaño de forma adecuada y acorde a la decoración.</p>		
<b>H. VIDA UTIL ESTIMADA</b>		
De 24 a 48 horas		
<b>I. PORCION RECOMENDADA</b>		
Cada ración de 200 gr		
<b>J. PERFIL DE QUIEN INTERVIENE EN EL PROCESO</b>		
<p>Pastelero encargado de la elaboración de los postres: - Debe tener experiencia en la elaboración y decoración de los postres.</p> <p>Decorador y organizador de la caja con los productos: - Debe tener experiencia en la decoración y organización de los productos que se incluyen en cada caja.</p>		
<b>K. GRUPO POBLACIONAL</b>		



ARTESANAL

00.1

VERSIÓN 1

16/11/2020

## FICHA TECNICA DEL PRODUCTO

Personas que deseen entregar obsequios a otras a domicilio, o personas que deseen consumir comestibles de elaboración casera. Para esto no hay rango de edad específico, no cuenta con características especiales, se toma para este punto un público en general. Se cuenta con varios generadores que hagan que una persona opte por este producto.

- Personas con familiares en sitios alejados a ellos
- Personas con relaciones de amistad
- Personas con relaciones afectivas
- Personas con eventos en los que requiera o desee dar suvenires

Firma del responsable  
del producto:

Nombre del Responsable del  
producto

Firma:



ARTESANAL

00.1

VERSIÓN 1

16/11/2020

## FICHA TECNICA DEL SERVICIO

### A. NOMBRE DEL SERVICIO ( Defina el nombre del servicio)

Desayuno sorpresa a domicilio

### B. OBJETIVO

Debido a las condiciones de pandemia mundial actual las celebraciones de fechas especiales se restringieron, la gente ya no puede salir a compartir en un restaurante o lugares similares de manera muy sencilla, por lo cual surge la necesidad:

- Dar obsequios a domicilio
- Consumir alimentos a domicilio

### C. METODOLOGIA

Se realiza un estudio con lo solicitado por el cliente para descubrir sus verdaderas necesidades y cumplir con lo requerido.

## D. DESCRIPCIÓN GENERAL

Ofrecemos desayunos para toda la familia, déjate llevar por nuestra innovación en desayunos originales y deliciosos, ideales para cumpleaños, aniversarios, fechas especiales, eventos corporativos y más. Si tu persona favorita es un verdadero admirador, aquí lo sorprenderemos con diseños únicos para su gusto, futbol, vintage, infantiles, coleccionistas, deportes, fitness, baby shower, , etc.

## D. DURACION

1 hora

## E. ENTREGABLES

## G. PERFIL DEL CLIENTE

Personas que deseen entregar obsequios a otras a domicilio, o personas que deseen consumir comestibles de elaboración casera. Para esto no hay rango de edad específico, no cuenta con características especiales, se toma para este punto un público en general. Se cuenta con varios generadores que hagan que una persona opte por este producto.

- Personas con familiares en sitios alejados a ellos
- Personas con relaciones de amistad
- Personas con relaciones afectivas
- Personas con eventos en los que requiera o desee dar suvenires

### **G. PERFIL DE QUIEN ENTREGA EL SERVICIO**

Persona con buena presentación personal y carisma para dar unas palabras al festejado.

**Firma del responsable  
del servicio:**

**Nombre del Responsable  
del servicio**

**Firma:**

## Unidad 13

**¿Que problema estas tratando de resolver?**



Llegar a mayor cantidad de publico, por la ausencia de una tienda física

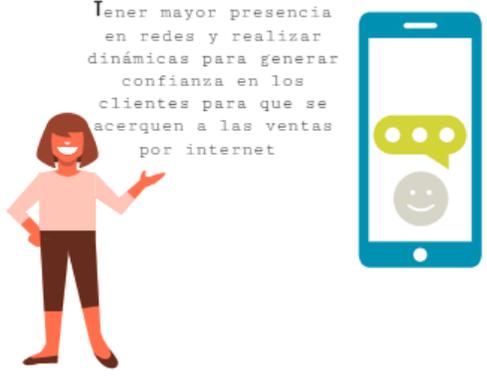
**¿Quién es tu público objetivo?**



Publico en general de cualquier edad con capacidad económica para realizar obsequios o que desee comprar comida a domicilio

**¿Cómo resolverás este problema?**

Tener mayor presencia en redes y realizar dinámicas para generar confianza en los clientes para que se acerquen a las ventas por internet



**Cuál es el primer paso?**



Implementar estrategias de egagement con los posibles clientes para atraerlos y así adquieran los bienes y servicios ofrecidos por la empresa