

# CREACIÓN DE EMPRESA 1



Tu [tienda@gooday.com](mailto:tienda@gooday.com)



Tu tienda.hotmail.com

Deisireth Romero Suárez

Dilan Alberto Navarro Ortiz

Álvaro gamarra barrios  
22/11/2020

Corporación unificada nacional  
**Creación de empresa 50101**

## **Introducción**

Nuestra empresa es una tienda virtual, que está acorde a las necesidades de los clientes contamos con lo necesario para que los consumidores se sientan queridos por nuestra empresa. Vamos a trabajar en el modo online ya que de esta forma vamos a llegar a muchas personas, el plan es hacer que nuestra empresa pueda crecer y ser conocida por varios países. Porque nuestra empresa se va a poner en el plan de trabajar de manera internacional.

## **Tabla de contenido**

### **Semana 2:**

- Analiza el sector

### **Semana3:**

- Identifica la oportunidad

### **Semana 4:**

- Crea una idea de negocio

### **Semana 5:**

- Innova

### **Semana6:**

- Estudia el mercado

### **Semana 7:**

- Segmenta el mercado

### **Semana 8:**

- Diseña la propuesta de valor

### **Semana 9:**

- Diseña el producto

**Semana 10:**

- Prototipo

**Semana 11:**

- Desarrolla el modelo Runnig Lean

**Semana 12:**

- Valida tu idea de negocio

**Semana 13:**

- Aplica tu encuesta

**Semana 14:**

- Tabulación y analiza la información

## Desarrollo

2) Los objetivos de desarrollo sostenibles que nos pueden servir en nuestra idea de negocios y que van de la mano para ayudar a nuestros clientes, que vean que nosotros también nos preocupamos por su bienestar y que se den cuenta que nuestra empresa siempre se va a enfocar en las necesidades de los clientes y poder ayudarlos en lo que necesiten.

Esta va favorecer a nuestros cliente ya que nuestra servicio y nuestro producto van directo a su hogar y evitando la propagación del virus.

Ofreciendo una buena educación en cursos de una excelente calidad que podría ayudar a su crecimiento labor o personal.

Esto cursos ayudaran a mejorar su entorno laboral que le ayudaran en un futuro a mejorar su entorno económico.

- Salud y bienestar
- Trabajo decente y crecimiento económico
- Educación de calidad

3) Son un llamado universal a la adopción de medida para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y garantizar que todas las personas gocen de paz y prosperidad.

Nuestra empresa brindara oportunidad de trabajo a personas que desempleadas y que quiera emprender en el mundo laboral, de esta manera ayudamos a que persona tengan un mejor estado económico y que puedan superar la pobreza.

Los objetivos de desarrollo se pusieron en marcha en enero de 2016 y seguirán orientando las políticas y la financiación del programa de las naciones unidas para el desarrollo los próximos 15 años.

Que conlleva un espíritu de colaboración pragmático para elegir las mejores opciones con el fin de mejorar la vida, de manera sostenible para las generaciones futuras.

4) Nuestra idea de negocio va encaminada a ofrecer un buen servicio y satisfacer las necesidades diarias de los clientes. El reto diario de nuestra empresa es poder llegar al fondo del corazón de cada cliente, ofreciendo un excelente servicio, un buen valor y sin duda, que el cliente se sienta cómodo y seguro con nuestro desempeño.

Al reducir los materiales y la mejora de la logística de entrega y se podrá aplicar métodos que lleven a evitar más gastos logísticos, y que contribuyan al crecimiento y la productividad de la empres

### **Análisis pestel**

**Político:** la empresa tiene como iniciativa e incentivo y bonos para los trabajadores para que ellos se beneficien económicamente. y trabajamos bajo las leyes del estado cumpliendo con las normas, nuestra empresa se adapta a las políticas. Por los reglamentos establecidos de cada país y de esta manera cumplimos con el pago de tributario y aduanero.

**Económico:** nuestro sector económico es el sector terciario, ya nuestra empresa está encaminada a ofrecer productos y servicios de muy buena calidad, para satisfacer las necesidades de nuestros clientes. Cuando no existía nuestra empresa había mucho desempleo y existía mucha crisis económica, y al crear se nuestra empresa por medio de ella hemo podido brindar a trabajo a persona necesitadas.

**Social:** nuestra empresa ofrece servicios y productos de muy buena calidad. Para adolescentes, bebes, adultos y adultos de tercera edad. Ya que nuestra empresa no tiene ningún tipo de restricciones en el ofrecimiento de productos y servicios. Con esto estaríamos cambio el estilo de vida a muchos clientes ya que prefiere hacer su compra en línea y no el método de ir persona almacén.

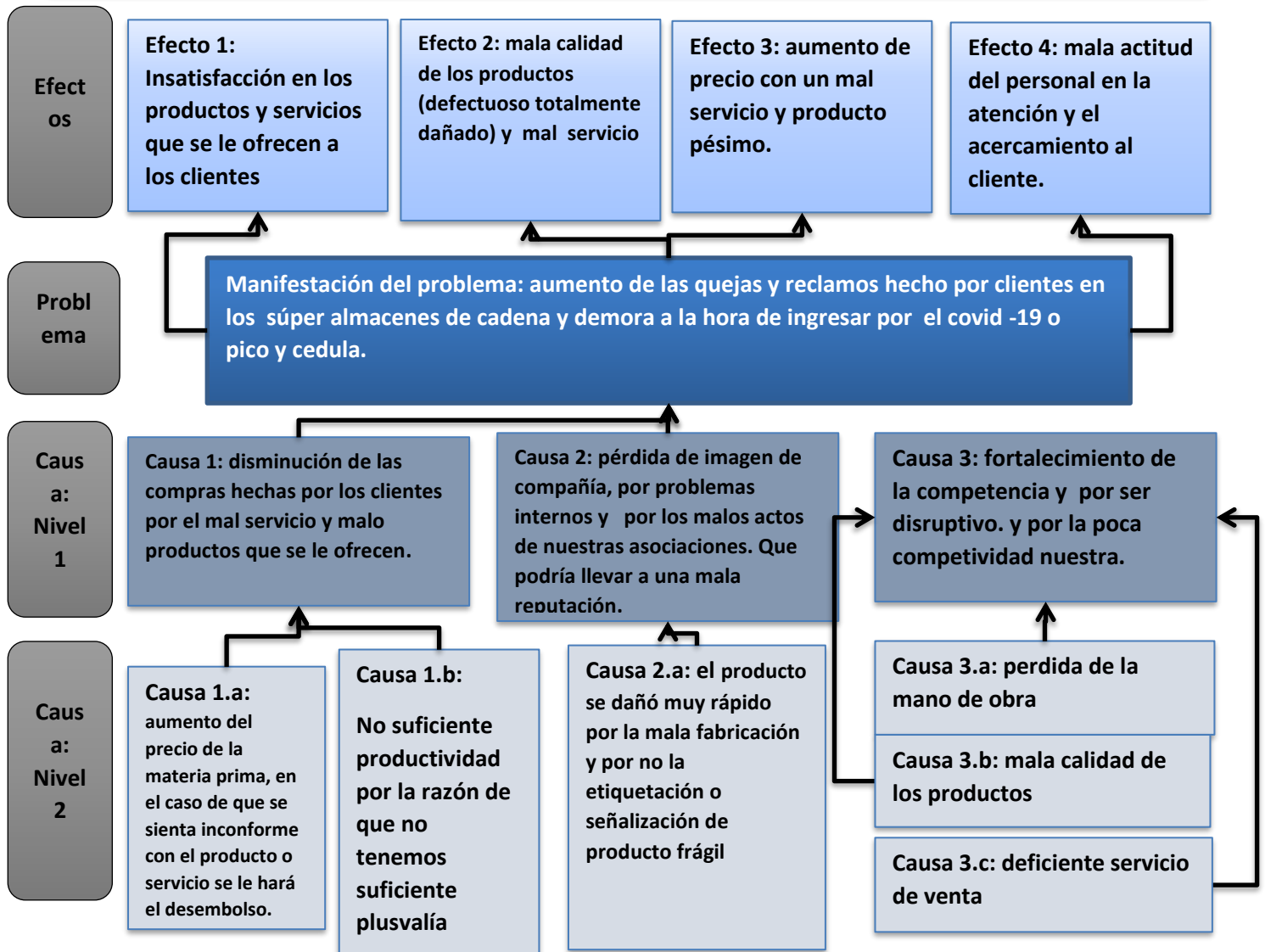
**Tecnológico:** nuestra empresa está relacionada con la tecnología, ya que se maneja de manera virtual y por medio de esta también ofrecemos productos tecnológicos, etc. Y garantizamos seguridad en nuestra plataforma.

**Legal:** esta empresa maneja las políticas legales y gubernamentales, ya que está sujeta a todos los requisitos que se necesitan para manejarla.

**Ecología:** nuestra empresa está comprometida con el cuidado del medio ambiente, ayudara a implementar campaña de limpieza para preservar el cuidado ecológico.

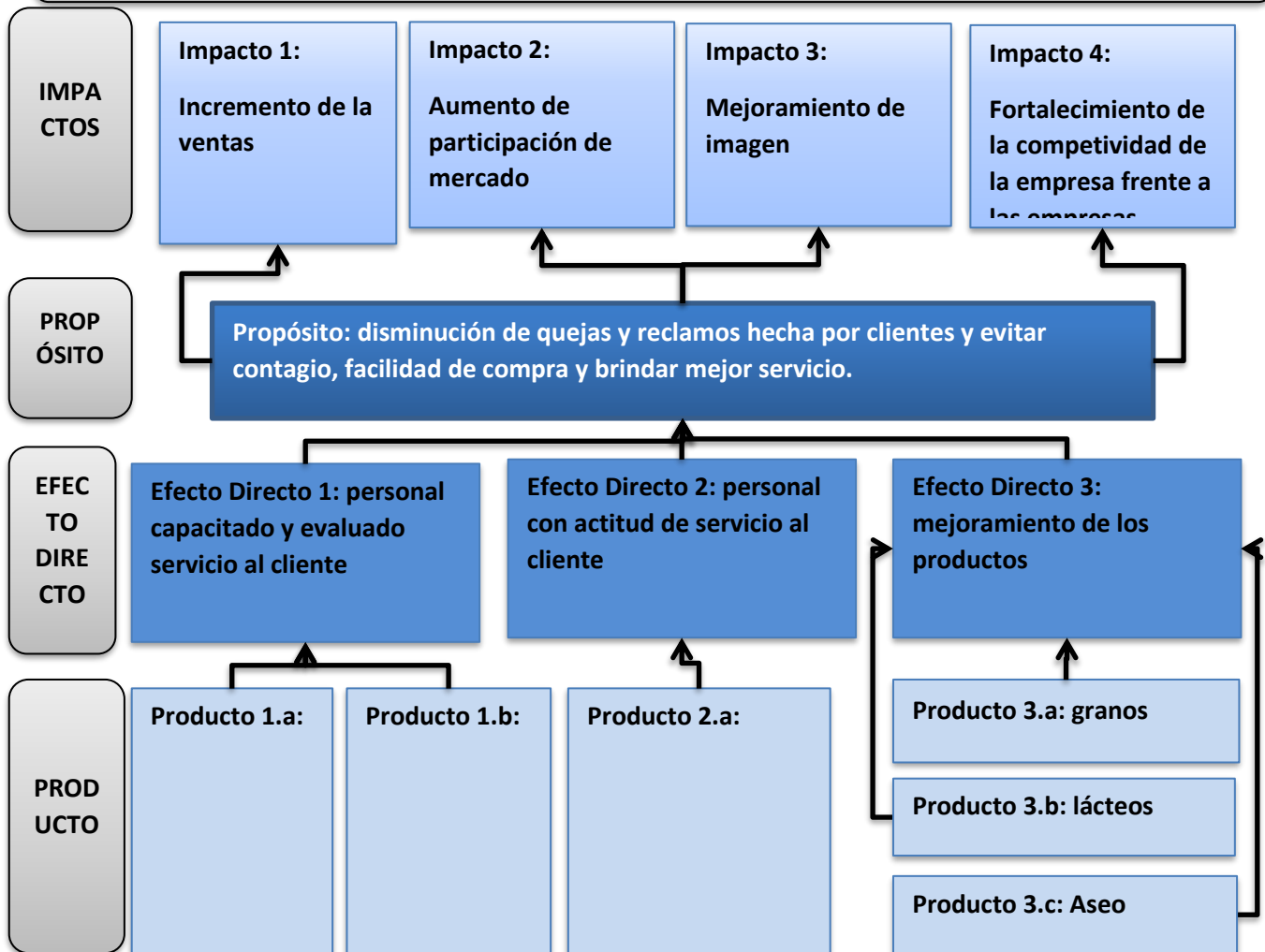
<b>CRITERIO</b>	<b>PROBLEMA 1</b>	<b>PROBLEMA 2</b>	<b>PROBLEMA 3</b>
<b>Conocimiento</b>		X	
<b>Asesoramiento de un experto (si se requiere, ¿lo tenemos?</b>	X		
<b>Alcance (técnico ¿tenemos las herramientas?, ¿podemos desplazarnos para evaluar el problema?, ¿tenemos acceso a información/datos/cifras, ¿puedo darle alguna solución?</b>	X		
<b>Costos (posible solución)</b>		X	
<b>Impacto ¿es trascendental? ¿Representa un desafío para ustedes?</b>		X	
<b>TOTAL</b>	2	3	0

# MODELO DEL ÁRBOL DE PROBLEMAS





# MODELO DEL ÁRBOL DE OBJETIVOS



- ¿Cómo podemos ayudar a nuestros clientes con su compra para evitar salir de su casa y evitar el contagio y tener una compra segura y de calidad?
- ¿Como podemos mejorar la favorabilidad de la imagen de la empresa?
- ¿cómo podemos brindarle al cliente una mejor calidad producto?

## Lluvia de idea

Nosotros nos vamos a centrar en las oportunidades que le vamos a brindar a las personas. Se escogió la lluvia de idea ya que nosotros además de ofrecer productos, también vamos a ofrecer servicios. En una buena idea porque hay personas que además de necesitar productos también van a querer solicitar servicios de la empresa. Nos guiamos con la necesidad de nuestros clientes.

Nuestra empresa propone escuchar las peticiones de nuestros clientes y mejorar la prestación de servicios y con base a esto activaremos un plan de mejora en nuestra empresa.

Podemos hacer descuento de algún producto o servicio a los clientes más fieles de la empresa.

Conclusiones de idea de lluvia:

Creamos estas ideas con la intención de mejorar aspectos negativos en y aprovechar oportunidades que nos lleven a mejorar día a día en el mercado y pondremos en práctica esta idea.

INTERESES / AFIRMACIONES	DISPOSICIÓN	ESCALA DE VALORACIÓN				
		(F)				(V)
La idea de negocio se ajusta las necesidades de las personas.		1	2	3	4	5
No nos incomodaría decir a otros que me dedico a esta actividad.		1	3	5	5	5
Estamos dispuestos a dedicar el tiempo necesario para desarrollar el negocio.		1	2	3	4	5
Consideramos que dé (10) meses podemos tener el negocio funcionando.		1	5	4	4	5
Nº total de afirmaciones valoradas en.						

Total de afirmaciones valoradas en 1	4				
Total de afirmaciones valoradas en 2	4				
Total de afirmaciones valoradas en 3	4				
Total de afirmaciones valoradas en 4	4				
Total de afirmaciones valoradas en 5	4				

	A	B	C
X	1	=	4
X	2	=	8
X	3	=	12
X	4	=	16
X	5	=	20
			77

Puntaje total

Cuál es el producto o servicio	Ofrecer múltiples servicios, médicos, domicilios y cursos
Cuál es el cliente potencial	Nuestros clientes personas naturales
Cuál es la necesidad	La necesidad que muchas plataformas no brinda servicios múltiples que ayude a todo tipo de necesidad de cliente ejemplo pedir un domicilio o compra un curso.
Como funcional producto o servicio	Mediante una plataforma web se solicitan el servicio y el producto que el cliente este buscando
¿Porque lo preferirían?	Porque nos ayuda en momento de crisis sanitaria y facilidad de adquirirlo. Ya que el cliente se facilitaría el acceso a nuestro servicios y productos.

Verbo: manejar  
plataforma.

Tema objetivo  
Plataforma digital

Características  
De fácil manejo  
Multiplataforma  
robusta

Usuarios  
Clientes, proveedores y  
soporte.

Verbo inspirador  
Cambiar; la facilidad de  
conseguir productos y  
servicio

Propósito  
inspirador  
Ayuda con  
facilidad de  
conseguir  
diferentes  
productos y  
servicios

1) La innovación representa todas aquellas transformaciones que introducen originalidad y novedad, suele desarrollarse con mayor frecuencia en el contexto económico, sobre todo cuando las empresas implementan nuevos productos o servicios que llegan a ser exitosos dentro del mercado, prevaleciendo en él a través de la publicidad.

Las empresas necesitan crear una estrategia de innovación. Dicha estrategia debe prepararse teniendo en cuenta tanto la estrategia corporativa como la estrategia de marketing. Los tres documentos deben ser una referencia cruzada y apoyarse mutuamente. Si no lo hacen, entonces las personas dentro de la organización no entenderán dónde deben dirigirse sus esfuerzos y reinará la confusión. Si lo hacen, habrá un propósito común compartido. Esta estrategia debe identificar y priorizar las necesidades de innovación, al examinar la “brecha” entre el futuro como pronóstico y el estado futuro deseado.

2) Cursos sobre ideas de negocio: se les va a prestar los servicios para los cursos, van a estar personas capacitadas en el tema el curso puede demorar 2 semanas ya que es corto pero va a tener muy buena información.

Multiservicios: prestación de servicios de medicamentos, comidas rápidas y saludables, servicios para animales, etc.

Mercado internacional: se van a prestar productos y servicios al mercado internacional, se van a buscar empresas que sean buenas para relacionarnos y que los clientes se sientan seguros.

Transferencia de dinero: en este servicio las personas pueden transferir dinero, sin ningún costo y se les va a facilitar más las cosas.

3)

Amazon

Udemy

Mercado libre

Carulla

Amazon es una empresa que ofrece diverso producto tiene muchos productos que ofrecer.

Udemy ofrecer curso en línea.

Mercado libre es una empresa que ofrece también producto en línea.

Carulla también tiene domicilio ofrece producto de alimentos

Pero ninguna de estas grandes compañías tiene la integración de múltiples servicios.

Esto nos da ventaja sobre estas empresas grandes ya que nuestra empresa contaría con más servicios.

Estas empresas brindan productos similares a nuestra empresa.

Nuestra empresa brinda la oportunidad de crecer persona que quieran ofrecer servicio, cabe resaltar persona tienen que cumplir con dicha documentación para poder labor con nosotros.

4) nuestras 4 ideas de negocio van encaminada a la prestación de servicios y productos, a los clientes y empresa, ofreciendo y una mayor seguridad y confianza pago y envió o transferencias

Amazon, nuestra empresa se resalta de Amazon porque no ofrece comida, no tiene personal capacitado ofrecer medicamentos, ya que nuestra empresa si lo tiene.

5) idea más prometedora es la de multiservicios ya que es, muchas empresas asociadas brindando un servicio particular

### **Fuerzas de la industria**

- A. Tu tienda es el nombre de nuestra empresa, la actividad que se realiza es la venta de productos ya sean electrodomésticos o productos para el hogar u personal. También vamos a contar con la prestación de servicios de mudanzas, domicilios y cursos especializados para nuestros clientes.

Vamos a contar con algunas sedes en otras ciudades, para que los clientes se sientan feliz con los servicios que se prestan en nuestra empresa, nuestra empresa es una tienda virtual por lo que vamos a contar con una buena tecnología para que los clientes se sientan satisfechos.

- B. Nuestra influencia interna, es que vamos a contar con unos buenos precios de productos y de servicios, los clientes lo pueden adquirir fácilmente y se van acomodar a los presupuestos de nuestros clientes. Los recursos es que vamos a tener en cuenta las habilidades que nuestros trabajadores tienen, se va a aumentar el rendimiento para que nuestra empresa sea un éxito. Nuestra cultura es que aparte de ser los organizadores nos vamos a poner en los zapatos del consumidor es una forma de saber que necesidades tienen los clientes, de como ellos reciben nuestro producto o servicios.

Nuestra influencia externa es que contamos con una buena tecnología ya que nuestra empresa es virtual y por esos tenemos una excelente tecnología, tenemos que estudiar a nuestra competencia saber cómo manejan el ambiente laboral, que clase de productos tienen mayor venta lo que tenemos que hacer es una análisis del entorno laborar respecto a nuestras competencias. Nuestra economía va ser alta ya que nos vamos a enfocar siempre en las necesidades que tienen los consumidores, qué expectativas tienen de nuestra empresa.

El tamaño de nuestro mercado se asemeja más a la demanda de un producto o servicio que mayor se venda u adquiriera, ya que si es un producto que todos usen es una ventaja muy grande para nuestra empresa.

El poder de los clientes es que cuando adquieren un producto o un servicio quieren que los mejores un poco de calidad que sea algo muy bueno, también van a querer precios justos sobres los productos o servicios que se van a prestar a nuestros clientes.

- C. Nuestras competencias que ofrecen algunos productos o servicios parecidos al de nuestra empresa son: Amazon, Udemy, Mercado libre y Carulla. Estas grandes empresas son nuestra competencia directa, en nuestra empresa tenemos la mayor cantidad de productos que se les puede ofrecer a los consumidores, serían (electrodomésticos, alimento, medicina, ropa, cursos en línea, servicios de domicilios, tenemos el servicio de mudanza) que las empresas que se mencionaron no las tiene esa es una clara ventaja para nosotros.

Las estrategias claras que tenemos son el ofrecimiento de los cursos, que a muchas personas les va a interesar. El servicio de mudanza es una gran ventaja como ya se dijo anteriormente por que las empresas no la tienen y el cliente al ver que estamos ofreciendo algo que las otras empresas no, van a estar en nuestra empresa y la demanda de los productos o servicios va aumentar. También vamos a estar innovando por que con eso vamos a tener buenas ventas, aumento de clientes y es que las innovaciones siempre van a traer cosas buenas a la empresa, ya que vamos a estar pendientes de las necesidades de los consumidores.

Nuestra empresa es virtual y por lo tanto requerimos de la mayor tecnología para que sea muy buena y cómoda para los clientes. Se sabe que a medida que va pasando el tiempo van a salir avances tecnológicos muy buenos, nosotros siempre vamos a estar preparados para cualquier avance tecnológico que salga y que sea algo ventajoso para nuestra empresa vamos a ser uso de esa tecnología.

Siempre vamos a estar preocupados de las amenazas ya que van a entrar al mercado negocios nuevos, que pueden tener cosas parecidas a nuestra empresa, pueden tener algo nuevo que nosotros no tengamos y claramente eso es una desventaja, pero siempre vamos a estar creando ideas que se van a ir realizando en nuestra empresa para no perder los clientes.

Nombre del competidor	Producto	Precio	Servicio (ventaja competitiva)	Ubicación
Amazon	Electrodomésticos, videos juegos, productos de cocina, etc.	2.000.000 530.000 90.900	Llevan mucho tiempo en el mercado	Seattle, Washington, Estados Unidos
Udemy	Cursos	Mínimo 19.99 euro Máximo 199.99 euro	Tiene alta demanda por los cursos que brindan	<u>San Francisco (Estados Unidos)</u>
Mercado libre	Electrodomésticos, zapatos, ropa, juguetes	360.00 100.000 70.000 30.000	Relación con los usuarios, descuentos	Bolivia, Brasil, Colombia, honduras, México, Panamá
Carulla	Licores, celulares, televisores, frutas	60.000 560.000 1.325.000 3.000	Buena atención al cliente	Barranquilla, Medellín, Bogotá, Cali, Cartagena

#### D. Proveedores de servicios

Proveedor de servicios/subcontratista de capacidad: la empresa tiene la capacidad total para llevar a cabo una operación determinada, pero prefiere delegar;

Proveedor/subcontratista de servicios especializados: la empresa no dispone de los medios técnicos para llevar a cabo una operación porque no forma parte de su ámbito de actuación (por ejemplo, por su naturaleza técnica);

Proveedor/subcontratista de servicios en cascada: la empresa A utilizará la empresa B, que a su vez utilizará los servicios de la empresa C, etc. Este modo de funcionamiento tiene como objetivo satisfacer una necesidad urgente de las empresas que requieren cada vez más flexibilidad y reactividad, por lo que la segmentación mejora la eficiencia de los diferentes actores;

Proveedor/subcontratista de servicios de primer nivel: la empresa decide subcontratar directamente a varios proveedores de servicios, preparando sistemáticamente contratos directamente con cada uno de ellos, sin que exista ningún intermediario.



## Proveedores de productos

Proporcionan un artículo que tiene un valor monetario y satisfacen una necesidad tangible del mercado. Ejemplos: muebles, ordenadores, vehículos.

### Competencia:

- Amazon: Foxconn, el mayor proveedor de componentes tecnológicos del mundo.
- Udemy:

### Canales de distribución de productos y servicios:

- Canal: recorrido
- Directo: fabricante- consumidor
- Corto: fabricante- detallista- consumidor
- Largo: fabricante- mayorista- detallista- consumidor
- Doble: fabricante- agente exclusivo- mayorista-detallista-consumidor

Nuestra empresa tiene como canal de distribución largo, ya que es el que se acierta a la forma que trabajamos en nuestra empresa. Nos interesa que los productos estén en un muy buen estado y que los consumidores se sientan que estamos haciendo las cosas bien para el bien de ellos.

**Canal propio o directo:** la propia empresa fabricante se encarga de hacer llegar su producto al cliente final sin intermediarios. Por lo tanto, no delega procesos de almacenaje, transporte o atención al consumidor. Por ejemplo, la compañía de productos HP se encarga de la distribución de sus propios productos.

**-Canal externo o ajeno:** la distribución y comercialización es realizada por empresas distintas a la productora. El proceso de distribución es el negocio en sí mismo, dando lugar a la aparición de agentes intermediarios. En función del número de participantes, se distinguen tres tipos de distribución externa:

1. **Corto:** el producto va desde el fabricante al detallista o minorista, y de éste al cliente final. Es propio del comercio electrónico, en el que el que la plataforma acometerse conecta productores y consumidores de forma ágil y sencilla.


2. **Largo:** el producto viaja desde las manos del fabricante a las del mayorista, de éste al minorista hasta llegar al consumidor. Este tipo de distribución es el más común y es propio de pequeños negocios y tiendas de barrio tradicionales.
3. **Doble:** es aquella en la que además de mayoristas y minoristas también interviene un tercer agente distribuidor o agente exclusivo que participa en la comercialización de productos. Es propia de franquicias o agencias de viaje.

## 1. 15 bondades de un bien o servicio:

- **Mayor lealtad de los consumidores**, clientes y usuarios.
- **Incremento de las ventas** y la rentabilidad (la alta calidad permite, entre otras cosas, fijar precios más altos que la competencia).
- **Ventas más frecuentes**, mayor repetición de negocios con los mismos clientes, usuarios o consumidores.
- Un más **alto nivel de ventas individuales** a cada cliente, consumidor o usuario (los clientes satisfechos compran más de los mismos servicios y productos).
- **Más ventas**, ya que los clientes satisfechos se muestran más dispuestos a **comprar los otros servicios o productos** de la empresa.
- **Más clientes nuevos** captados a través de la comunicación boca-a-boca, las referencias de los clientes satisfechos, etcétera.
- **Menores gastos en actividades de Marketing** (publicidad, promoción de ventas y similares): las empresas que ofrecen baja calidad se ven obligadas a hacer mayores inversiones en Marketing para “reponer” los clientes que pierden continuamente.
- **Menos quejas y reclamaciones** y, en consecuencia, menores gastos ocasionados por su gestión).
- Mejor **imagen y reputación** de la empresa.
- Una clara **diferenciación de la empresa respecto a sus competidores** (aunque sean productos y servicios similares a los de los competidores, los clientes los perciben como diferentes e, incluso, como únicos).
- Un **mejor clima de trabajo** interno, ya que los empleados no están presionados por las continuas quejas de los consumidores, usuarios y clientes.
- **Mejores relaciones internas** entre el personal ya que todos trabajan, unificados, hacia un mismo fin.

- **Menos quejas y ausentismo** por parte del personal (más alta productividad).
- **Menor rotación** del personal.
- Una **mayor participación** de mercado.

	<p><b>Describe los miedos, frustraciones y ansiedades</b></p> <p>Miedo que el producto presente alguna anomalía</p> <p>Frustración que el servicio que se vaya a prestar no sea el adecuado</p>	<p><b>Desea, necesita, anhela, sueña</b></p> <p>Ella anhela que en la empresa se puedan satisfacer todas sus necesidades y que se cuente con un excelente servicio.</p>
<p><b>Demográfico y geográficos</b></p> <p>Tiene 19 años</p> <p>Ingresos: 50.000</p> <p>soltera</p>	<p><b>¿Qué están tratando de hacer y por qué es importante para ellos?</b></p> <p>Es importante para ellos porque son un público exigente y necesita que la empresa venda productos que se acorde a sus necesidades</p>	<p><b>¿Cómo alcanzan esas metas hoy? ¿Hay alguna barrera?</b></p> <p>Esa meta de alcanzan con la innovación ya que el cliente siempre va a querer productos nuevos</p>
<p><b>Frases que mejor describen sus experiencias</b></p>	<p>Hasta ahora he tenido algunas experiencias buenas en la compra de productos por medio de plataformas digitales</p>	
<p><b>¿Existen otros factores que deberíamos tener en cuenta?</b></p>	<p>Claro la seguridad del cliente a la hora de adquirir el producto o servicio</p>	

	<p><b>Describe los miedos, frustraciones y ansiedades</b></p> <p>Le tengo a que el producto que vaya a comprar no llegue, que no esté en muy buenas condiciones</p>	<p><b>Desea, necesita, anhela, sueña</b></p> <p>Deseo que en la empresa se maneje muy bien los métodos de seguridad</p>
<p><b>Demográfico y geográficos</b></p> <p>Tengo 50 años</p> <p>1 hija</p> <p>Unión libre</p> <p>Presupuesto: 200.000</p>	<p><b>¿Qué están tratando de hacer y por qué es importante para ellos?</b></p> <p>Ellos tratan de tener toda clase de clientes ya que eso les convendría muchísimo en su empresa</p>	<p><b>¿Cómo alcanzan esas metas hoy? ¿Hay alguna barrera?</b></p> <p>Se alcanzan con seguridad, ofreciendo un buen producto o servicio a los clientes</p>
<p><b>Frases que mejor describen sus experiencias</b></p>	<p>No tengo experiencia en compras virtuales, pero espero que se preste un buen servicio y así llaman más a los clientes.</p>	

<p><b>¿Existen otros factores que deberíamos tener en cuenta?</b></p>	<p>Claro, también se tienen que tener en cuenta que los productos que los clientes necesitan mayormente o el servicio que les facilite y si no lo tienen, pueden trabajar en eso</p>
---	--

3.

- A. Si es B2B hay muchas formas de reunirse con el cliente una video conferencia o la venta de algún producto, con el fin de que se conozca más a nuestro cliente ideal, que sepamos cuáles son sus necesidades y poderlas cumplir.
- B. **Confianza:** Esperan poder confiar en que recibirán un trato consistente, y que estarás ahí cuando te necesiten.
  - **Actitud positiva:** Incluso si ellos no la tienen, desearán que quien los atienda se muestre feliz, ansioso por ayudar y dispuesto a atender. Es decir, que esté preparado para cumplir y satisfacer sus necesidades.
  - **Esperan una interacción amistosa:** Si le preguntas a cualquiera sobre cómo le gusta ser atendido, la respuesta categórica será: una persona amistosa que me ayude a conseguir lo que necesito.
  - **Empatía:** Si logras hacerles sentirse comprendidos en sus gustos y necesidades, además de demostrarle un compromiso de entendimiento, conseguirás un cliente contento y leal.
  - **Un mensaje íntegro y tangible:** La única forma en que los clientes pueden creer en la integridad del mensaje de tu empresa es a través de un producto y desempeño de calidad. Si te esfuerzas en este factor proyectarás una imagen profesional.
- C. Nuestro cliente, puede relacionarse con la competencia y mirar que productos o servicios están ofreciendo, qué relación tiene con nuestra empresa. Siendo un

cliente ideal que lleve muchos años en nuestra empresa lo más concreto es que no diga cómo se está manejando la competencia desde su punto de vista.

**D.** Un producto que sean de su mayor utilidad es algo que siempre van a pedir y va a ir subiendo la demanda a medida que los clientes tienen la necesidad de ese producto o del servicio que se les está prestando y que les sirva de mucha ayuda

**4.** Las bondades que nosotros tenemos en claro para nuestro cliente ideal; van a ser leal a nuestra empresa ya que se les va a satisfacer sus necesidades, las ventas frecuentes de un producto que el cliente use mucho. Mejor imagen y reputación de la empresa con el fin de que los clientes se sientan seguros con nuestras atenciones, la mayor participación del mercado va a ser con ayuda de nuestros clientes ya que ellos como nuestra empresa se va a sacar adelante y va a tener mayor demanda de productos.

1. Siempre vamos a tener presente a nuestra competencia, mirar que clase de productos están sacando al mercado, la relación que van a tener con los clientes, como se están manejando todo eso lo vamos a tener en cuenta.
2. La totalidad de personas serían las más altas, ya que vamos a tener toda clase de productos y aquellos que son pedidos todo el tiempo, con el fin de que nuestros clientes se sientan satisfechos con lo que nosotros hacemos por ellos.
3. En nuestras empresas se van a tener productos similares a los que los clientes les puede interesar, también se van a tener esos productos que ellos quieren. Todo esto con el fin de que ellos sientan que le estamos cumpliendo sus necesidades que siempre vamos a estar pendientes de los seguros que es producto y de la buena calidad
4. Está la competencia que fácilmente puede llevar nuestros clientes a su empresa ya que tiene el producto que ellos necesitan, pero en nuestra empresa se sabe de lo fuerte que es las competencias y los productos similares que se tiene. Nosotros queremos brindarles la seguridad máxima a

nuestros consumidores por eso siempre vamos a tener innovaciones para que no vayamos a estar igual que las competencias.

5. Se sabe que en el mundo de los negocios la competencia es fuerte, pero siempre trata de tener lo mismo que las otras empresas para ir subiendo las demandas de sus productos y que en las otras empresas las ventas vayan cayendo. Por eso siempre se va a tener que conversar con el cliente promocionarle cosas para que ellos se sientan queridos y estén en nuestra empresa.

## Semana 8

La propuesta de valor es una estrategia que pone en marcha la empresa para distinguirse de sus competidores por algo en concreto y así obtener el beneplácito del público. Se trata de destacar en que es mejor un negocio y cómo va a beneficiar eso a las personas que utilicen esos servicios o productos y no los de la competencia.

¿Qué es una propuesta de valor y cuáles son sus características?

La propuesta de valor es una práctica original de marketing que tiene como objetivo darle al cliente una idea clara, concisa y transparente de cómo un negocio en particular puede ser relevante para él.

Desarrollar esta idea es uno de los pasos clave de cualquiera estrategia de planificación. Es un error comenzar un nuevo negocio sin tener este concepto bien formulado.

Cada empresa se funda sobre la base de pilares de actuación y de prácticas ante el mercado y el público. Estas ideas deben guiar la propuesta de valor y a partir de ellas este negocio ofrecerá sus productos o servicios al público.

Los elementos de valor para el consumidor

- impacto social,



- cambio de vida,
- beneficio emocional
- y beneficio funcional

### Objetivos de la propuesta de valor

Elegir una buena propuesta de valor va a hacer que el negocio creado se vea beneficiado. Los objetivos principales son los siguientes:

- Distinguir la marca de la competencia.
- Ofrecer una opción útil a los clientes para resolver sus problemas.
- Destacar lo que mejor hace la empresa.
- Ofrecer confianza al público para el que se trabaja.

### Cómo crear una propuesta de valor eficaz

Existen varias formas de elaborar una propuesta de valor que sea útil para la audiencia:

**Analizar la empresa:** El objetivo es conocer los puntos más destacados y donde sobresale el negocio en el que estamos. Para ello se pueden realizar un Análisis DAFO que va a ser útil para conocer las fortalezas y debilidades internas y externas.

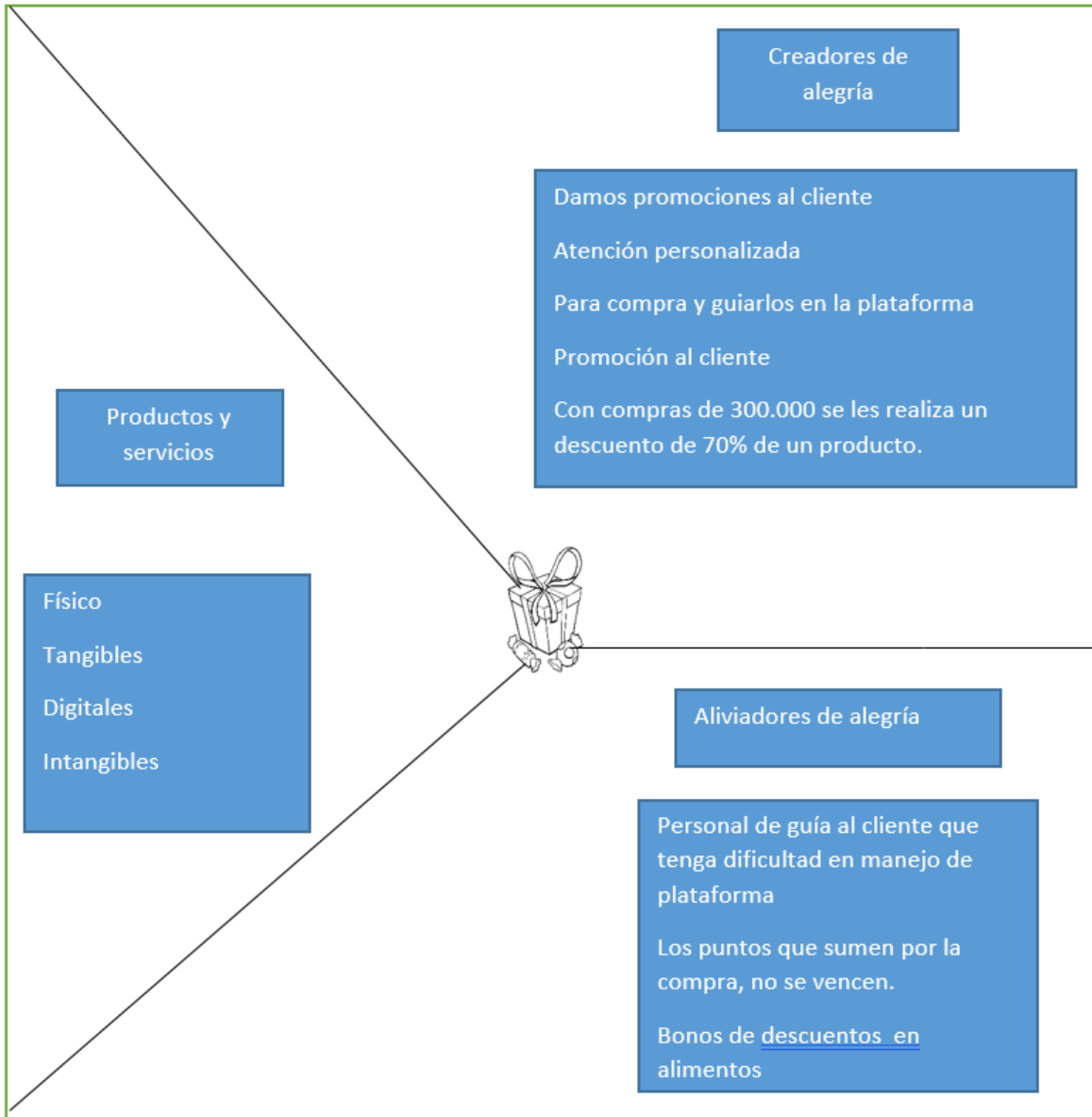
**Trabajar sobre la propuesta de valor:** Una vez se seleccionan los puntos en los que se destaca un negocio hay que establecer una serie de estrategias para fomentarlos y darlos a conocer a la audiencia como ese valor adicional que ofrece la empresa por encima de la competencia.

**Sencilla y fácil de entender:** Debe ser accesible para los usuarios, breve y concisa. Cuanto más fácilmente entendible sea mejores opciones de posicionamiento y venta podrá obtener una empresa con ella.

Remarca los beneficios: Esto es esencial para que el usuario sepa lo que va a obtener con un servicio o producto. Le será muy útil saber que puede paliar su problema y encontrar ayuda con lo que le ofrece un negocio y que no percibe eso en la competencia.

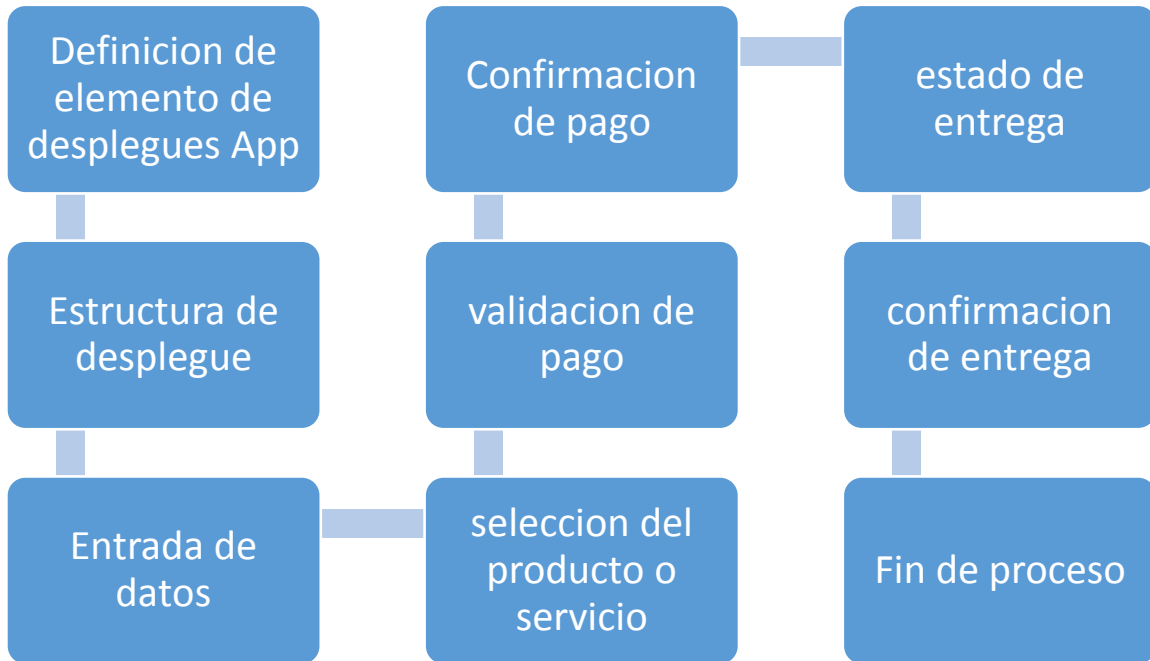
#### ELEMENTOS PERFIL DEL CLIENTE:





## MATERIALES PARA LA ELABORACION DE PRODUCTO Y SERVICIO

1. Recurso humano o mano de obra
2. Computadores y servidores
3. Infraestructura
4. Energía



Inventario inicial de material	\$1.000,000,000
compras	\$70,000,000
Materias primas directas	\$20,000,000,
Mano de obra	\$10,000,000
Costos indirectos de producción	\$8,000,000
Costo de la materia prima utilizada	\$30,000,000
Inventario inicial de producción en producto	\$40,000,000
Inventario final de producción	\$50,000,000
Inventario de los productos terminados	\$30,000,000
Costo de venta	\$300,8000,000

Enfoque en el usuario.

Fortalecimiento de practica de gestión.

Auditorias externa y internas.

Eficiencia en el uso y asignación de recursos.

Implementación de un plan de acción correctivo.

Mejoras continuas en el sistema de gestión de calidad.

Análisis de resultados de indicadores.

Informes de incidencias.

Cumplimientos de metas.

Gestión económica y financiera.

ONLINE SHOPPING

Por medio de nuestra  
Plataforma pides tu compra

BUY

No encargamos de llevarte lo que pide  
y guiarte

Es una plataforma de fácil manejo y con  
soporte en caso de duda

Esta plataforma funciona 24/7  
Puedes comprar producto y pagar  
por servicio que requieras  
Es una plataforma de fácil manejo

Tu Tienda

Empresa	TU TIENDA
Servicios principales	Ventas, domicilio y prestación de servicios
País	Colombia
Página	www.Tu tienda.com
Fecha de registro	20/08/2020
contacto	3013773348,3134917853
Correo	Tu tienda@cun.edu.co
Domicilio local	Bogota
cobertura	internacional
NIT	9000472823
Red social	Facebook, Instagram
CEO	Deisireth romero, Dilan navarro y Álvaro gamarra



### **E-Commerce**

Comercio electrónico puede alcanzar ventas superiores a USD 26.073 millones en 2021.

Consumidores están cada vez más dispuestos a realizar compras a través de diferentes plataformas digitales.

El efectivo sigue siendo el principal medio de pago, aun cuando el proceso de compra se ha iniciado en la red.

El comercio electrónico o E-Commerce tiene una tendencia latente de crecimiento en los últimos años en Colombia. Aunque comparado con otros países latinoamericanos nos encontramos lejos de los líderes (Brasil, Argentina y México), nuestro país presenta un avance significativo en adopción de tecnologías y tendencias de compras y ventas no presenciales.

En su informe, Semana Económica, titulado E-Commerce, crecimiento y ecosistema digital en Colombia, Asobancaria indica que para la industria colombiana el posicionamiento del comercio electrónico como una cultura de compra y venta en internet tiene grandes retos: únicamente el 19 % de la población realiza efectivamente actividades de compra y pago en línea, es decir, solo 2 de cada 10 personas mayores de 15 años, usuarios de internet, realizan

E-Commerce, en contraste con el 91% de personas que realizan alguna actividad asociada al comercio electrónico.

“Los últimos cinco años muestran un crecimiento de 24 %, lo que permite prever que para 2021 el país alcanzará ventas superiores a los USD 26.073 millones”

En los últimos años Colombia ha presentado un crecimiento exponencial del comercio electrónico. Los últimos cinco años muestran un crecimiento de 24 %, lo que permite prever que para 2021 el país alcanzará ventas superiores a los USD 26.073 millones.

Otra tendencia que se está presentando en el comercio electrónico es el uso de los smartphones. «Según cifras de Mercado Libre, el 70% de las personas en Colombia navegan en su plataforma a través de sus teléfonos», indica el informe.

Lo anterior evidencia la disposición de los consumidores colombianos que, de la mano con el acelerado desarrollo de apps y portales web, están cada vez más dispuestos a realizar las compras de sus productos mediante las diferentes plataformas digitales.

En el informe, Asobancaria afirma que el país tiene por delante una serie de retos para lograr una mayor consolidación del comercio electrónico:

Fortalecer la información y la seguridad de cara al consumidor final

Es importante disminuir la desinformación de las implicaciones que tiene el E-Commerce. Hoy por hoy, los consumidores cuentan con las herramientas suficientes para realizar operaciones de comercio electrónico bien informados.

Promoción del comercio electrónico a través de los smartphones

Ya que los teléfonos inteligentes se han posicionado como uno de los métodos más usados por los consumidores de internet, es importante fortalecer los desarrollos de comercio hacia estos dispositivos donde se garantice la realización de todo el proceso de compra.

Fortalecimiento de la política pública en materia de comercio electrónico

Si bien en Colombia ya se disponen de mecanismos jurídicos que contribuyen al desarrollo y fortalecimiento de esta actividad, desde el punto de vista de Asobancaria: «es importante establecer acciones concretas que promuevan y faciliten mecanismos para la adopción de tecnologías en materia de comercio electrónico».

Promoción de los pagos digitales

El dinero en efectivo sigue siendo el principal medio de pago, aun cuando el proceso de compra se ha iniciado en la red. «Esta situación evidencia un reto importante en materia de promoción de los medios de pago digitales, lo cual hará más eficiente y segura la cadena de valor del comercio electrónico», indica la entidad.

## Semana 10

---

**Características del producto o servicio:** las características que queremos plasmas pues es una tienda online, queremos que la página sea clara para los consumidores.

En la sección de servicios se van a encontrar con los servicios que como empresa les estamos ofreciendo, las cualidades que estos poseen y el por qué deben de disponer de estos si son especiales para nuestros clientes los cuales serían: domicilios, transporte de mudanzas, cursos en líneas.

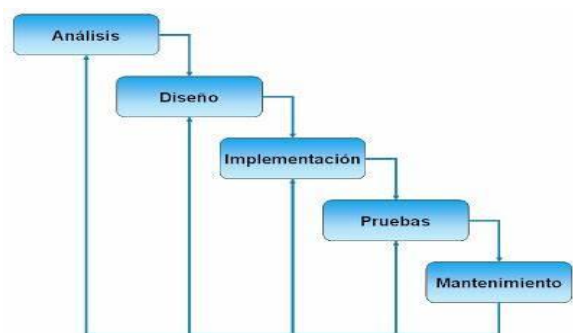
En la sección de los productos van a estar organizadas por alimentos, electrodomésticos, medicamentos, ropas, accesorios, etc.

Todas estas características si van a ser prototipadas correctamente, ya que cumplen con la función era lo que más nos importaba que los clientes vean cómo va a ser el manejo de nuestra tienda.

Características del prototipo: nuestro prototipo es una tienda virtual, vamos a contar con tecnología, en la tienda es creada a base de HTML es una forma más rápida de crear tiendas, le agregamos los botones donde se encuentran las secciones de servicios y productos. Va a contar con el registro a la tienda, se van a tener asesores 24/7 para que los consumidores vean que si estamos pendiente a sus necesidades.















Cómo va a interactuar el cliente con el prototipo: la interacción que tenemos pensado es realizar una reunión con los posibles consumidores que están interesado. Le vamos a permitir el acceso a esos clientes para que puedan observar bien como es la tienda, el contenido que tiene si quiere que se agreguen otras cosas. Nosotros vamos es a ver como los consumidores dan las respuestas del prototipo y como están creados para que tengan un buen funcionamiento.

Evidencia del prototipo:





Modelo Running Lean de la empresa \_\_TU TIENDA\_\_

<p>Socios claves</p> <p>Domiciliarios</p> 	<p>Actividades claves</p> <p>Ventas de producto y servicios, desarrollo de plataforma, marketing y evaluación de contratos</p> 	<p>Oferta de valor</p> <p>Oferta para cliente</p> <p>Muchas promociones y varias cantidades De servicios</p> 	<p>Relación con clientes</p> <p>Soporte a clientes</p>  <p>reseñas y calificaciones</p> 	<p>Segmento de clientes</p> <p>Persona que no cuentan con facilidad de desplazarse</p> <p>Que no quieren salir de casa</p> <p>Buscan manejar mejor su tiempo</p>  <p>Personas en busca de ingreso</p> <p>Dictan curso</p> <p>Prestan servicios</p> <p>Realizan domicios</p> 
<p>startup</p> 	<p>Recursos clave</p> <p>Plataforma tecnológica</p> 	<p>oferta para nuestros colaboradores</p> <p>Fuente de ingreso</p> <p>Facilidad de pago</p> <p>Fuente de ingreso adicional</p> 	<p>Canales</p> <p>Facebook, email, instagram.</p> <p>Sitios web androi</p> 	
<p>Inversionistas</p> 	<p>Socios expertos verificados</p> 	<p>Fuentes de ingresos</p> <p>Cobro por domicilio</p> <p>Por prestación de servicios</p> <p>Las ventas por nuestra APP</p> 		
<p>Estructura de costos</p> <p>infraestructura,</p> <p>empleados base</p> <p>marketing y eventos</p> 				

## Actividad de Validación de negocios

En este punto ya tenemos una idea de negocio plasmada en el RunningLean y con un prototipo. Llegó la hora de que validemos si nuestra idea de negocio esta bien o la podemos ajustar más.

Dado el objetivo, es necesario que empecemos a determinar las hipótesis más importantes para poner en marcha nuestra idea de negocio.

Qué es lo primero que tenemos que validar para poner en marcha nuestra idea de negocio?

Quizás puede ser el problema o la necesidad de nuestros potenciales clientes ?

Tranquilo no todas las validaciones de las ideas de negocio deben comenzar por el problema, sin embargo es una hipótesis clave a la hora de validar negocios.

Para esta semana necesitamos que determines que parte del LeanCanvas quieres validar por medio de las encuestas que le vas a practicar a tus stakeholders, bajo que hipótesis se realizaran, y a que stakeholders se va a proceder a encuestar encuestar.

Ya estas a un paso de llevar a cabo tu idea de neogocio !!!

- 1 .plasmar tu idea en un lienzo canvas, lo más detallado posible.
2. identifica los supuestos más importantes en cuanto al riesgo e impacto en tu éxito.
3. crea un mvp para llevar a la calle y empezar a testear
4. testear las hipótesis de tu modelo de negocios

Es esencial saber diferenciar deseo de necesidad. Al desear algo, no necesariamente tenemos la precisión de resolver un problema, solamente queremos satisfacer ese deseo de alguna manera. Pero cuando tenemos una necesidad, entonces hay algo concreto que debemos resolver, sea esa cuestión real o imaginaria.

Por eso, conocer a fondo los problemas de tus clientes es la forma ideal de acercarse a ellos y poder ofrecerles las mejores herramientas y servicios, lo que te da más oportunidades de saciar sus expectativas y crear relaciones más profundas y duraderas.

¡Oferta de valor es la parte que queremos validar!

Semana 13

Con esta investigación se espera que nuestros clientes y no clientes, es ver si se encuentran satisfechos con nuestro servicio y nuestros productos, nos puede ayudar a crear el plan estratégico de la empresa, preparar el lanzamiento de un producto o facilitar el desarrollo de los productos lanzados dependiendo del ciclo de vida, ya que busca garantizar a la empresa, la adecuada orientación de sus acciones y estrategias, para satisfacer.

Basado en la encuesta sabremos como alcanzar esa meta y mediante técnica y solicitudes de los clientes alcanzaremos esa meta que se espera.

Sociales:

Este es el Objetivo de Investigación de Mercados que se decidió desarrollar porque queremos saber, Satisfacer las necesidades específicas del cliente mediante un bien o servicio requerido, es decir, que el producto o servicio cumpla con los requerimientos y deseos del cliente cuando sea utilizado.

Ayuda a saber cómo cambian las preferencias (y los gustos) de los clientes para que la empresa pueda satisfacer preferencias, hábitos de compra y nivel de ingreso. Ayuda a saber cómo cambian las preferencias (y los gustos) de los clientes para que la empresa pueda satisfacer preferencias, hábitos de compra y nivel de ingreso.

Determina el sistema de ventas correcto de acuerdo con lo que el mercado está pidiendo, y así la comercialización se da con mayor eficacia.

Conocerás el tamaño del mercado que se ha de cubrir en caso de vender algún producto o servicio.

Tipo de investigación es cualitativa:

Focus grupales, casos de estudio etc.

Realizaremos esta investigación porque queremos saber los gustos de cliente, si está satisfecho

También que le parece el producto o servicio.

---

NOMBRE:		APELLIDO:	
ENCUESTADOR:			
1No agradable	2Aceptable	3Me gusta	4 Satisfecho

QUEREMOS SABER TU OPINION	1	2	3	4
Que tanto le gusta el servicio				
Le ayuda nuestra empresa en sus compras				
Como le aparecido la atención				
Como le aparecido nuestros precios				
Es nuestra página web o app agradable				
Le gusta el servicio que brindamos				

	1	2	3	4
Le gustan nuestras promociones				
Considera que somos muy rápido en nuestro servicio				
¿Te parece correcto su precio?				
¿Cómo te sientes al consumir este producto?				
¿Qué opinión tienes de esta empresa?				
¿Te parece correcto su precio?				
¿Cómo evaluaría la última gestión de la empresa?				

	1	2	3	4
¿Te sientes mejor cuando compras virtual?				
¿Te gustan los nuevos productos?				
¿Te gustan los próximos a vencer?				
El personal fue muy amable, me ayudó con la elección.				
El personal cumplió con mis expectativas.				
El personal me asesoró y recomendó lo adecuado, acorde a mis expectativas				
Precios razonables				
¿Estás de acuerdo con esta encuesta?				



**Muestreo No Probabilístico**

 QuestionPro



resultado

## Nombre y apellido quien respondió

Número de respondentes 22

nombre:

Valor	Porcentaje	Cantidad
Patricia	5%	1
Dayana	5%	1
Miguel	5%	1
José	5%	1
Carlos	5%	1
Natalia	5%	1
Noralba	5%	1
Laura	5%	1
Alcibiades	5%	1
Lina	5%	1
Andrea	5%	1
Pablo	5%	1
Deisireth	5%	1
Carlos	5%	1
Dayana	5%	1
Dilan	5%	1
Julia	5%	1
Camila	5%	1
Danna	5%	1
Pedro	5%	1
Alí	5%	1
Elisabeth	5%	1

Número de respondentes

22

Apellido:

Sierra	5%	1
Romero	5%	1
Charris	5%	1
Serrano	5%	1
Ortiz	5%	1
Manjarres	5%	1
Quinto	5%	1
Suarez	5%	1
Pérez	5%	1
Munive	5%	1
Manjarrez	5%	1
Pertuz	5%	1
Navarro	5%	1
Arrieta	5%	1
Jaramillo	5%	1
Tapia	5%	1
Ariza	5%	1
Navarro	5%	1
López	5%	1

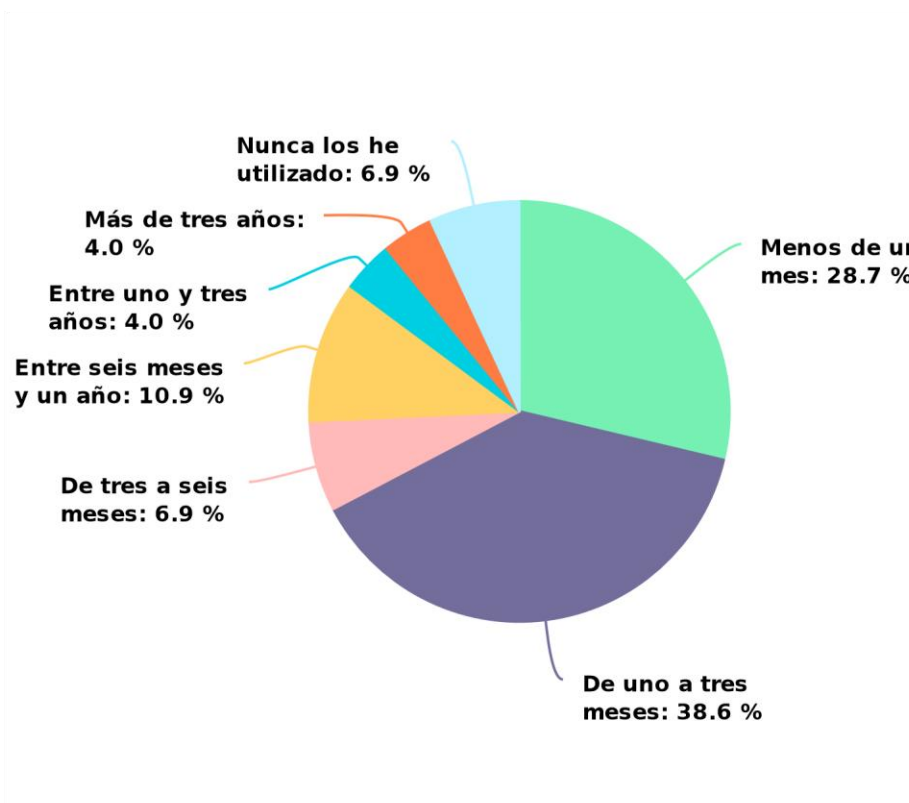
Número de respondientes

22



## ¿Cuánto tiempo lleva utilizado los productos/servicios de ?

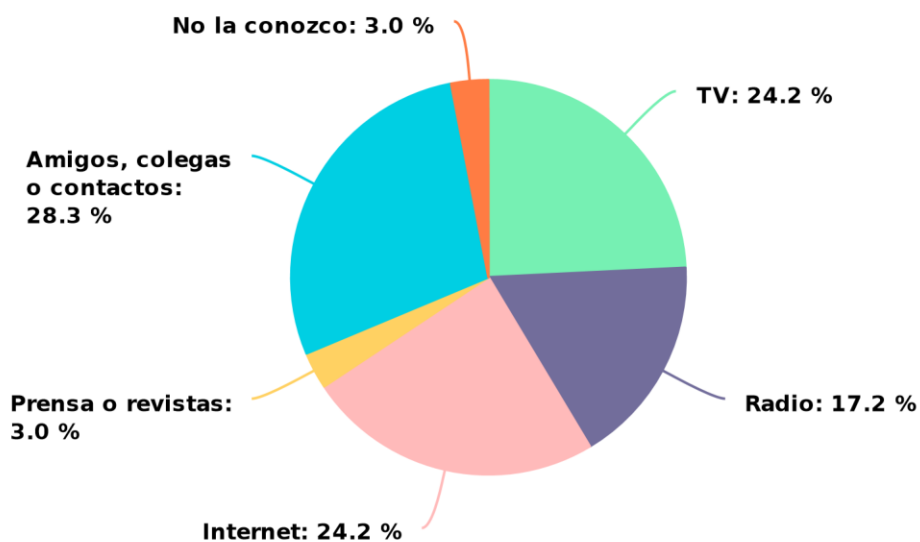
Número de respondentes 28



Valor	Porcentaje	Cantidad
Menos de un mes	29%	8
De uno a tres meses	39%	11
De tres a seis meses	7%	2
Entre seis meses y un año	11%	3
Entre uno y tres años	4%	1
Más de tres años	4%	1
Nunca los he utilizado	7%	2
<b>Número de respondentes</b>		<b>28</b>

## ¿Cómo conoció&nbsp; nuestra empresa?

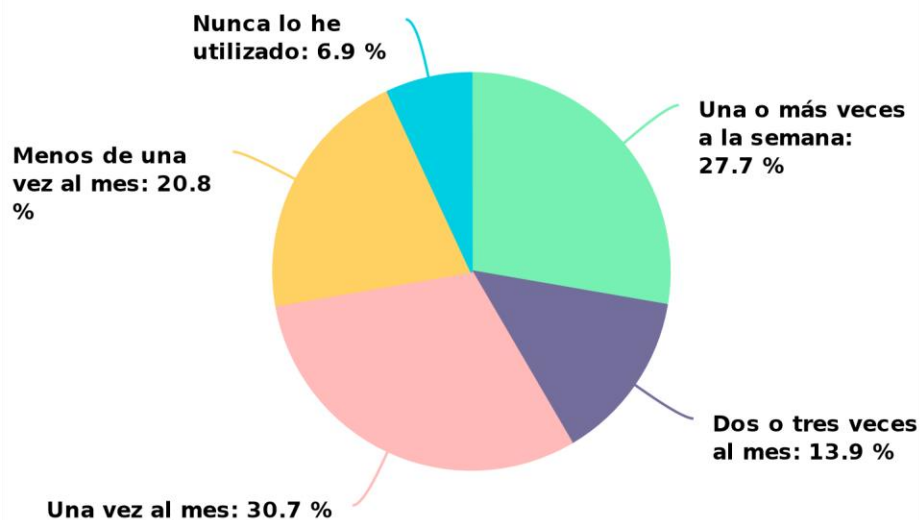
Número de respondentes 29



Valor	Porcentaje	Cantidad
TV	24%	7
Radio	17%	5
Internet	24%	7
Prensa o revistas	3%	1
Amigos, colegas o contactos	28%	8
No la conozco	3%	1
<b>Número de respondentes</b>		<b>29</b>

## ¿Con qué frecuencia utiliza &nbsp; &nbsp; nuestro PRODUCTO O SERVICIO?

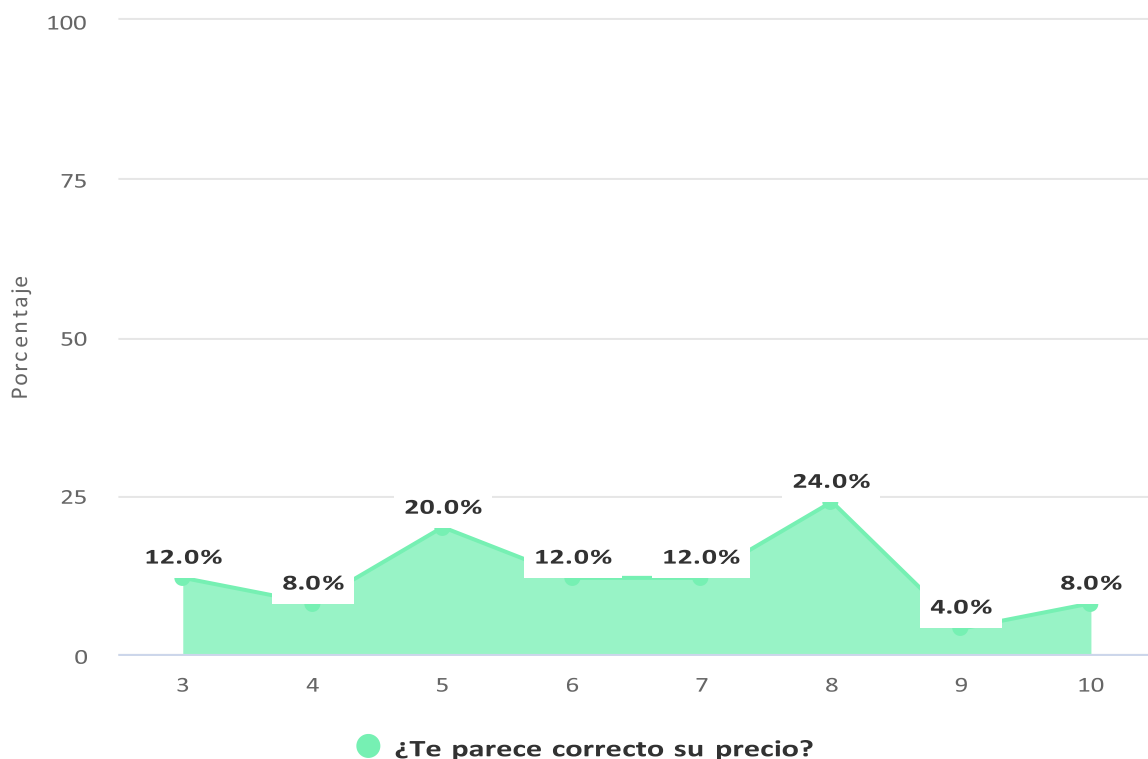
Número de respondentes 29



Valor	Porcentaje	Cantidad
Una o más veces a la semana	28%	8
Dos o tres veces al mes	14%	4
Una vez al mes	31%	9
Menos de una vez al mes	21%	6
Nunca lo he utilizado	7%	2
<b>Número de respondentes</b>		<b>29</b>

## ¿Te parece correcto su precio?

Número de respondentes 25



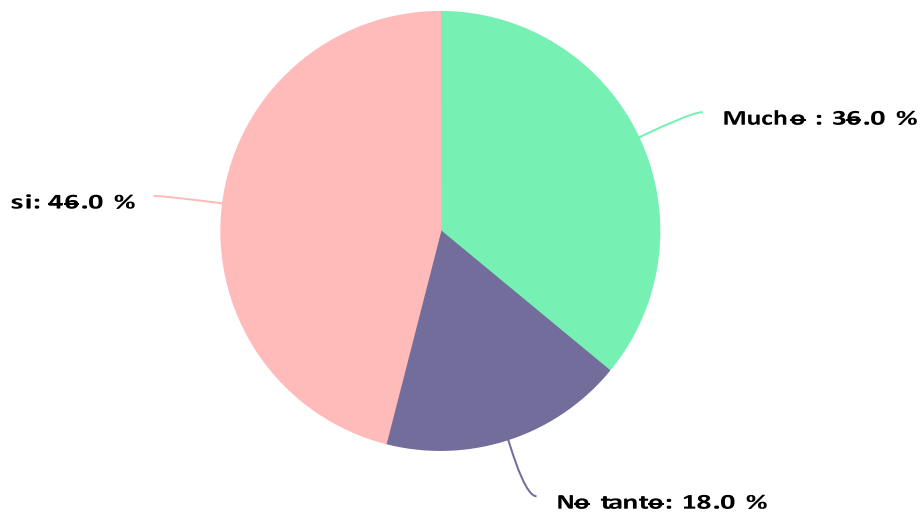
Valor	Porcentaje	Cantidad
3	12%	3
4	8%	2
5	20%	5
6	12%	3
7	12%	3
8	24%	6
9	4%	1
10	8%	2

Número de respondentes

25

## Le gustan nuestras promociones?

Número de respondentes 28



Valor	Porcentaje	Cantidad
Mucho	36%	10
No tanto	18%	5
si	46%	13
Número de respondentes		28

Campos de usuario

## Número de respondentes 0

Mostrar media

Número de respondentes

---



No se han encontrado resultados

## Parámetros

### Número de respondentes 29

Valor

Porcentaje

Cantidad



No se han encontrado resultados

Número de respondentes

29

Link de la encuestas para constancia: <https://response.encuesta.com/#/survey/BBAK4cJJMj>

## Lista de referencias

---

### **(valentina, s.f.)Bibliografía**

(trovos, s.f.)

(conceptodefinicion, s.f.)

## Referencias

(s.f.).

*conceptodefinicion.* (s.f.). Obtenido de conceptodefinicion:  
<https://conceptodefinicion.de/innovacion/>

*ESCUELA.* (s.f.). Obtenido de  
<https://br.escueladenegociosydireccion.com/business/emprendedores/canales-de-distribucion-cual-es-el-adecuado-para-tu-negocio/>

*MARKETING.* (s.f.). Obtenido de MARKETING.

*MARKETINGDESERVICIO.* (s.f.).

*trovos.* (s.f.). Obtenido de trovos: <https://www.trovos.es/que-es-una-estrategia-de-innovacion/>

valentina, l. (s.f.). *you tube.* Obtenido de  
<https://www.bing.com/videos/search?q=cual+es+objetivos+de+desarrollo+sostenible&docid=608030235203077574&mid=041ED932D055445F4340041ED932D055445F4340&view=detail&FORM=VIRE>



# Bibliografía

(s.f.).

*concepto definicion.* (s.f.). Obtenido de conceptodefinicion:

<https://conceptodefinicion.de/innovacion/>

*ESCUELA.* (s.f.). Obtenido de

<https://br.escueladenegociosydireccion.com/business/emprendedores/canales-de-distribucion-cual-es-el-adecuado-para-tu-negocio/>

*MARKETING.* (s.f.). Obtenido de MARKETING.

*MARKETINGDESERVICIO.* (s.f.).

*trovos.* (s.f.). Obtenido de trovos: <https://www.trovos.es/que-es-una-estrategia-de-innovacion/>

valentina, I. (s.f.). *you tube.* Obtenido de

<https://www.bing.com/videos/search?q=cual+es+objetivos+de+desarrollo+sostenible&docid=608030235203077574&mid=041ED932D055445F4340041ED932D055445F4340&view=detail&FORM=VIRE>

# Referencias

(s.f.).

*concepto definicion.* (s.f.). Obtenido de conceptodefinicion:

<https://conceptodefinicion.de/innovacion/>

*ESCUELA.* (s.f.). Obtenido de

<https://br.escueladenegociosydireccion.com/business/emprendedores/canales-de-distribucion-cual-es-el-adecuado-para-tu-negocio/>

*MARKETING.* (s.f.). Obtenido de MARKETING.

*MARKETINGDESERVICIO.* (s.f.).

*trovos.* (s.f.). Obtenido de trovos: <https://www.trovos.es/que-es-una-estrategia-de-innovacion/>

valentina, I. (s.f.). *you tube.* Obtenido de

<https://www.bing.com/videos/search?q=cual+es+objetivos+de+desarrollo+sostenible&docid=608030235203077574&mid=041ED932D055445F4340041ED932D055445F4340&view=detail&FORM=VIRE>

(MARKETING, s.f.)

(ESCUELA, s.f.) (MARKETINGDESERVICIO, s.f.) (MarcadorDePosición1)

(ESCUELA, s.f.)

## Vita

Mi nombre es Alvaro Gamarra soy de Cartagena, y vivo en Bogotá estudia Ingeniería de sistema y actualmente trabajo para el grupo éxito.

Mi nombre es Deisireth Romero, soy de Santa Marta estudio Administración de empresas y actualmente no me encuentro trabajando.

Mi nombre es Dilan Navarro, soy de Santa Marta y estudio Administración de empresas y actualmente no me encuentro trabajando.

,

