



**YOUNG ADULT'S**

**JULIAN ANDRES CEBALLOS CORTÉS**

**KAREN DAYANA SUAREZ GOMEZ**

**CAROL STEPHANY TORRES BAQUERO**

**REDES SOCIALES**

**@young. adultsoficial**

## **INTRODUCCIÓN**

Nuestro proyecto, es un servicio para la comunidad de 18 a 30 años que busca mejorar el comportamiento de los jóvenes y por ende hacerlos dar cuenta de que ya son adultos, que tienen comportarse como debe de ser, con nuestro apoyo te ayudaremos a mejorar continuamente desde lo personal hasta lo psicólogo, también contamos con cualquier tipo de ayuda psicológica.

## **OBJETIVO**

- Fortalecer el conocimiento básico de las actividades que se realizan a la hora de interactuar con los establecimientos públicos.
- Desarrollar y promover un mejor desempeño de los jóvenes adultos a la hora de que tengan un papel importante dentro de la sociedad.
- Fortalecer el conocimiento básico de las actividades que se realizan a la hora de interactuar con los establecimientos públicos.

## **CLAVES PARA EL ÉXITO**

Young adult 's es un proyecto pensado en los jóvenes para que el hecho de ser adultos sea menos tedioso, a través de reuniones o charlas por medio de plataformas virtuales o lugares de encuentro, dentro de estas se hacen diferentes actividades las cuales ayudan al desarrollo de la persona tanto física como mentalmente.

Esta idea de negocio surgió debido a que evidenciamos un gran problema en los jóvenes de ahora ya que o tomas las responsabilidades de manera adecuada y todo lo ven como un juego, nuestro logo tiene un zorro porque éste representa astucia e inteligencia para la resolución de problemas.

Nos destacamos en:

- No hay casi competencia para nuestro negocio y nuestros precios son accesibles.

- Tenemos varias alianzas con diferentes empresas haciendo que crezcamos en el mercado.
- Manejamos las tic 's con el manejo de redes sociales.
- Estamos mejorando constantemente nuestro método de enseñanza, teniendo en cuenta las opiniones de los clientes.

### **COMPROMISOS DEL AUTOR**

Yo Carol Stephany Torres Baquero identificado con TI. 1000162113 Estudiante del programa Administración de Empresas declaró 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 administrativos afectará director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones han colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.



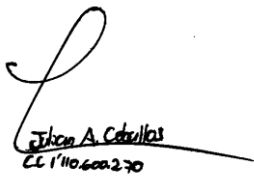
---

Yo Karen Dayana Suarez Gómez identificado con T.I.1001284083. Estudiante del programa Administración de Empresas declaró 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 administrativos afectará director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones han colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Karen Suárez

---

Yo Julián Andrés Ceballos Cortés identificado con CC. 1'110.600.270 estudiante del programa Administración de Empresas declaró 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 administrativos afectará director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones han colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

  
Julián A. Ceballos  
CC. 1'110.600.270

---

## **DESARROLLO DEL PROYECTO**

- **INNOVACIÓN**

Antes que nada, tenemos que tener en cuenta nuestra innovación dentro de la infraestructura, tendremos paneles solares los cuales nos ayudara para lo que tiene que ver con los computadores y demás servicios, tendremos útiles biodegradables como lo son lápices, lapiceros, agendas con las hojas recicladas y entre otros, ya teniendo en cuenta el servicio que daremos al público, no solo será en sitios cerrados de la sociedad, saldremos a hacer actividades habituales para probar el comportamiento de cada uno y respetando las normativas de atención de emergencia Covid-19, también contaremos con las reuniones virtuales con la finalidad de poder brindar apoyo a cualquier persona dentro del país.

- **PLAN DE MARKETING**

## **DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN**

Nuestro negocio no tiene mucha competencia debido a esto es fácil posicionarnos en el mercado además al tener un gran impacto en la sociedad ya que usamos energías renovables y nos preocupamos por las nuevas generaciones atraemos más clientes.

### ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN

<p><b>Debilidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- No tendríamos los mejores establecimientos</li> <li>- No se podría realizar las actividades o el modo de enseñanza de manera adecuada</li> </ul>	<p><b>Amenazas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pandemia</li> <li>- Decadencia económica en la sociedad</li> </ul>
<p><b>Fortalezas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Innovador en cuenta a enseñanza</li> <li>- Poca competencia</li> <li>- Contribuye con la sociedad</li> <li>- Ayuda al medio ambiente</li> </ul>	<p><b>Oportunidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Posibilidad de expansión en el mercado</li> <li>- Invertir en capital</li> </ul>

### OBJETIVOS

- a. crecer en el mercado invirtiendo en capital.
- b. Caracterizarnos por nuestro interés por el medio ambiente y la sociedad.

### SUPERVISIÓN

Realizamos métodos de supervisión para controlar nuestros servidores además tendremos auditorías que nos ayuden a mejorar nuestro sistema de educación.

- **ESTUDIO TÉCNICO**

Estaremos ubicados en diferentes puntos de Bogotá, teniendo aulas tanto virtuales como presenciales para la mayor comodidad de los estudiantes. Actualmente los jóvenes requieren de múltiple información para involucrarse directamente con la sociedad, ya que para una mayor concentración se tendrán en cuenta desarrollar las secciones con diferentes actividades, estas actividades se crearán con el objetivo de interactuar con el estudiante ya que en muchas ocasiones estos se suelen distraer con mayor facilidad. Se tendrá en cuenta que la forma de enseñar o compartir información no sea común ya que este método no funciona para instruir a las personas.

### **1. Descripción de la idea de negocio**

<b>¿Cuál es el producto o servicio?</b>	Young Adult´s es un servicio para la sociedad, muy útil para los jóvenes que aún no se sienten identificados como adultos o en otros casos piensan que lo son pero son claramente lo contrario, nosotros prestaremos la ayuda con personas especializadas en ese ámbito, con sesiones
---	---

	<p>privadas y públicas donde se sienta mejor la persona para así poder brindar la ayuda necesaria.</p>
<b>¿Quién es el cliente potencial?</b>	<p>Nuestros clientes potenciales son los jóvenes de una edad estimada de 18 a 30 años que se sientan perdidos y necesitan una orientación, pero dentro de ellos podremos encontrar los clientes potenciales según su grado de influencia (son personas altamente influyentes como las figuras públicas como influencers, bloggers y entre otros), ya que ellos serán vitales para nosotros para que así crezca nuestra empresa.</p>
<b>¿Cuál es la necesidad?</b>	<p>La necesidad es muy sencilla y es ser un buen adulto ya sea a la hora de estar en un bar o en un restaurante en una reunión importante, ya que todos pasaremos por lo mismo, pero otros necesitan ayuda para poder portarse como un gran ejecutivo,</p>



	abogado o entre otras.
<b>¿Cómo?</b>	Nos ubicamos en la ciudad de Bogotá, cumpliendo todas las normativas de bioseguridad ante la pandemia (Covid-19), diseñando salas únicas con su distanciamiento adecuado y ya con el tiempo podremos ir reuniéndonos en sitios públicos para que vean el protocolo y etiqueta.
<b>¿Por qué lo preferirían?</b>	Hoy en día nos encontramos con una sociedad que no saben qué hacer, desde lo personal, académico, en el ámbito profesional, nosotros brindaremos una atención amigable, cómoda, para que así los clientes se vuelvan potenciales, también nos encontramos que este espacio no se abarca mucho, entonces no tendremos como tales muchos problemas de competencia y así poder tener un gran sector, ya que así conseguiremos que mucha más gente entre

y ganar confiabilidad cliente-servicio.

## 2. modelos de negocio

**Segmento**

**Debe resolver problemas o satisfacer necesidades**      **Arquitectura del producto**

La empresa **Young adult's** se enfoca en las personas entre los 18 y 30 años que no tengan clara su orientación de vida además son personas con ambiciones y ganas de crecer personalmente a futuro.

El objetivo de **Young adult's** es resolver el temor que las personas tienen por la responsabilidad que conlleva ser adulto puesto que crecemos con miedo al cambio.

Estaremos en diferentes puntos de Bogotá contando con salas virtuales y presenciales en las que cumplamos con todos los reglamentos de bioseguridad ante el COVID-19, dentro de estos encuentros estarán especialistas y algunos influencers con los cuales podrán relacionarse y resolver dudas, en cada sesión se tratará de un tema distinto y se dejarán talleres de autoconocimiento y al final de cada semana cada integrante dará un testimonio de cómo se siente y cómo le ha ayudado en el transcurso de los encuentros.

<b>Costo y precio</b>	<b>Mecanismos de entrega</b>	<b>Ganancias esperadas</b>
<p>Tendremos en cuenta el costo de dos psicólogos que cobran alrededor de 2'000.000 de pesos también publicidad y charlas por parte de algunos influenciadores que costaría aproximadamente 1'000.000 además contaremos con establecimientos que alquilamos para diferentes actividades con un costo de 500.000 y por último el establecimiento principal con un arriendo de 4'000.000.</p> <p>El precio por nuestro servicio es de 1 '000.000 de pesos por persona mientras vamos creciendo luego miraremos para realizar promociones.</p>	<p>Tenemos una sede central en la cual al momento de inscribirse se le brindara un calendario el cual tendrá las fechas, horas y lugares de los encuentros además a través del correo se enviarán los links de las sesiones virtuales para que no falten también tendrán guías de apoyo donde se encuentran diferentes actividades para el crecimiento personal.</p>	<p>Nosotros esperamos obtener ganancias del 10% sobre las ventas.</p>

--	--	--

**Recursos**

**Fidelidad**

**Cadena**

<p>Contamos con asociaciones a clínicas de salud y convenios con diferentes empresas que contratan jóvenes para tener precios más accesibles además contamos con recursos de diferentes entidades del gobierno que nos brindan apoyo económico para crecer como empresa.</p>	<p>Debido a nuestra atención y servicio, nuestros clientes de clientes satisfechos refiriéndonos a nosotros por encima de otras compañías o/u organizaciones en el mercado.</p>	<p>Actualmente la mayoría de jóvenes adquiere mucha información por diferentes medios viéndose obligado a crecer más rápido que antes, debido a esto obtienen varias responsabilidades muchas veces sin tener conocimiento o experiencia, generando temor y confusión en diferentes ámbitos como lo son: lo académico, profesional y personal por eso nosotros estamos dispuestos a brindarle al cliente espacios de reflexión y claridad respecto a temas de la adultez de una manera didáctica haciendo que seamos diferentes al resto.</p>
--	---	---

### 3. ¿Cuál es su modelo de venta por internet?

- **MODELO E-LEARNING**

Con este modelo de ventas en internet, buscamos que los jóvenes adultos aprendan de una manera más fácil y dependiente de cualquier plataforma de estudio ya existente. Hoy en día se puede convertir en una excelente idea de negocios, ya que es una idea que se puede utilizar las veinticuatro horas del día los siete días de la semana, con esta funcionalidad ayudamos a todos sin tener que depender de un horario fijo.

- **¿Cómo captará sus clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?**

Lo captaron de una manera positiva, ya que de una u otra manera ellos saldrán beneficiados al utilizar este método, pudiendo encontrar todo lo que aportamos al alcance de un dispositivo electrónico en cualquier horario del día.

- **¿Cómo y qué alternativas ofrecerá a los clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?**

Iniciando el proyecto no daremos ninguna oferta respectiva al cliente, ya cuando estemos con una mayor producción se buscará la manera de crear diferentes combos de descuento, como lo serían un 2x1, o que la segunda persona tenga un 50% de descuento, esto para ayudar a las personas que tienen pocos recursos económicos también puedan ser parte del proyecto.

- **¿Cómo cerrará la venta por Internet y cuáles podrían ser los métodos de pago utilizados acorde al modelo?**

La forma a efectuar la manera de pago también estará al alcance de los clientes ya que esta se podrá efectuar de manera efectiva ya que podremos vincularnos con Davivienda, Bancolombia. Otra manera de efectuar los pagos de manera virtual con tarjeta de crédito o débito, podemos incorporar al sistema de ahorros de la empresa para que puedan consignar allí.

**c. innovación sostenible**

	<b>Agua</b>	<b>Energía</b>	<b>Materias primas</b>	<b>Emisiones</b>
<p>Producto o servicio. Nuestro servicio no cuenta con ecodiseño, pero al ver nuestro logo detalladamente se podrán encontrar con un diseño pro al medio ambiente</p>	<p>Tener previos avisos para el uso adecuado del agua, al mismo tiempo poseer las llaves y tasas ahorradoras.</p>	<p>El área principal consta con una buena iluminación por medio de ventanas, dentro de este espacio se encontrarán los siguientes artículos: Computadores, cafeteras, hornos microondas, botellón de agua con su correspondiente instalación y toma corriente.</p>	<p>Se elaboraron, agendas, block de notas para origami, esfero, lápiz y bolígrafo biodegradable</p>	<p>Nuestra empresa trabaja en pro al medio ambiente, en busca de hacer un cambio y por ello no tenemos ninguna emisión que perjudique el medio ambiente.</p>



<p>realizamos marketing digital, enfocada en páginas web, redes sociales y entre otras, a la hora de hacer marketing tradicional utilizaremos folletos en papel reciclado</p>		<p>Tener un convenio con una empresa transportadora para que recojan a todo el personal y clientes ya sea en un punto específico o a medida del trayecto hasta el punto de encuentro o hasta la empresa.</p>	<p>Asociarnos con gente de alta relevancia y/o influencer's para el apoyo hacia la empresa.</p>	
---	--	--	---	--

#### **4. estrategia del océano azul**

##### **1. Identifique quién es su competencia**

Nuestra competencia son las otras agencias que quieran brindar el apoyo a la gente y/o los psicólogos especialistas en esa rama.

##### **2. Defina las variables importantes para su idea de negocio**

- a. Buena atención al público.
- b. Normas de Bioseguridad.
- c. Psicólogos con experiencia en el campo.
- d. Formación y Desarrollo del personal.
- e. Marketing y Comportamiento del Consumidor.

**3. Dele un valor de (1 a 5)**

- f. Buena atención al público. **4**
- g. Normas de Bioseguridad. **5**
- h. Psicólogos con experiencia en el campo. **3**
- i. Formación y Desarrollo del personal. **3**
- j. Marketing y Comportamiento del Consumidor. **3**

**4. Desarrolle la estrategia con su explicación de (incrementar, reducir, eliminar o mantener)**

Anota tus fortalezas e inseguridades y si es necesario pide espacio a los demás, para que llegues a una excelente concentración y asimismo conocerse a sí mismo y ver cuáles son sus falencias referentes a nuestro tema para así poder ir a fondo en esos aspectos

Desarrolle estrategias claras con respecto a las variables importante que van a diferenciarlo con su competencia:

	<b>Variable 1</b>	<b>Variable 2</b>	<b>Variable 3</b>	<b>Variable 4</b>	<b>Variable 5</b>
<b>YOUNG ADULT'S</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>
<b>Empresas Diversas</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>

<b>Psicólogos</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>1</b>
<b>ESTRATEGIA</b>					

## **6. ANÁLISIS DE PORTER**

### **PODER NEGOCIACIÓN CON LOS CLIENTES.**

Para generar una mejor negociación con los clientes se pueden realizar diferentes estrategias tales como:

- Mejorar los canales de venta.
- Brindar un valor agregado.
- Invertir en publicidad y marketing.

### **PODER NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES.**

Las mejores estrategias para los proveedores son

- Establecer alianzas a largo plazo.
- Aumentar los proveedores.

### **AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTOS.**

Se pueden dar diferentes estrategias:

- Diversificar los productos.
- Invertir más en marketing.
- Mejorar canales de venta.

- Reducir costos y aumentar ventas.

### **AMENAZA DE PRODUCTOS ENTRANTES.**

Para combatirlo proponemos algunas estrategias:

- Mejorar los canales de venta.
- Aumentar la inversión del marketing.
- Incrementar la calidad del servicio o reducir su costo

### **RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES.**

Ante la rivalidad entre competidores es conveniente:

- Aumentar la inversión del marketing.
- Incrementar la calidad del servicio
- Rebajar nuestros costes fijos.
- Asociarse con otras organizaciones.
- Proporcionar un valor añadido a nuestros clientes.
- Mejorar la experiencia de usuario.

## **7. RECOMENDACIONES PARA EL DESARROLLO DEL PROYECTO**

Andrés Botero Aldana, 22 años, estudia Ingeniería Electrónica (Semestre VI)

Me parece de vital importancia el ayudar a las nuevas generaciones debido a que es común hoy en día el poco carácter fuerte y la falta de amor propio, todo ello lleva a indecisiones y también el no ser íntegros en todos sus valores, empezando por el respeto en casa.

Daniel Nieto, 18 años, estudia ingeniería aeronáutica (III Semestre)

Me gusta que utilicen ayuda psicológica para aquellos adolescentes que siguen sin darse cuenta que son autores de su vida, además no solo eso sino sería chévere tener conferencistas y coach motivacionales y de proyecto de vida para orientar más a las personas

Diego Alejandro Buitrago Leal, 17 años.

el proyecto que se plantea presenta varios puntos fuertes ya que es algo que se centra en mejorar la capacidad de discernir de los jóvenes a un actuar mucho más maduro y responsable con respecto a sus decisiones en la vida diaria, esto como un aspecto bueno ya que en la cotidianidad del siglo 21 la poca enseñanza, la poca instrucción acerca de cómo debe ser manejado su albedrío está siendo un problema que afecta a la sociedad ya que por su poco criterio se establecen diversos conflictos con poco margen de solución.

## **5. MARKETING MIX**

### **5.1 ESTRATEGIA DE PRODUCTO PARA CLIENTE**

Young adult's es un servicio especial para toda la comunidad colombiana, en esta vemos reflejado varias ventajas respecto al mercado actual; una de ellas es el seguimiento especial y personalizado que brindamos a cada persona hasta el final de su proceso, esto con el fin de asegurarnos que cada uno se sienta satisfecho al finalizar el curso, además estamos comprometidos con el medio ambiente no solo realizando actividades con los estudiantes que ayuden a su crecimiento personal y a la toma de conciencia de nuestro planeta si no también en nuestras instalaciones por medio del ahorro de luz y agua.

Contamos con especialistas en el área de psicología para llevar mejor control de los procesos. lo especial de este servicio además de la calidad con la que cuenta es la variedad que contiene

ya que en ciertos días nuestros chicos se desplazan a diferentes lugares para tener charlas, foros o actividades y así salir de la rutina, contamos con convenios en diferentes universidades para que conozcan sus servicios y se encaminen por algo que les apasione; nuestro principal objetivo es que cada persona se sienta a gusto en su trayecto del curso para que al salir a la vida sean personas integras, con valores éticos y humildes sin importar su posición social.

### **5.1.1 PORTAFOLIO**

#### **SU BIENESTAR, VA PRIMERO**

En young.adult's, nuestra finalidad es ofrecer un servicio de salud y bienestar integral y de calidad. Queremos ayudar a que nuestros clientes alcancen un estado satisfactorio de bienestar físico y mental. Abra su mente y su corazón para disfrutar las increíbles posibilidades que ofrecemos.

Hay que tener en cuenta que los horarios los escoge la persona que toma el curso dependiendo de su disponibilidad de tiempo, es recomendable asistir a todos los eventos sin excepción y si es posible asistir la mayoría de los días por semana.

- **Curso de aprendizaje**

Brindamos ayuda a los jóvenes que tienen problemas con su adultez mediante cursos, talleres, actividades, foros y charlas para que puedan tener mas claridad con respecto a su etapa de madurez con ayuda de psicólogos y especialistas en el tema. Este cuenta con una duración de 6 meses en los cuales se brindará ayuda especializada y personalizada que ayude al crecimiento personal. Esto con un costo de \$1'000.000 por persona.

- **Charlas para autoconocimiento**

Con ayuda de charlas con especialistas para apoyar a los jóvenes en su crecimiento personal y autoconocimiento, dentro de esto habrá tareas y actividades que potenciaran su capacidad de entendimiento y conocimiento respecto a situaciones laborales y de vida. Estas tienen una duración de dos meses con un costo de \$500.000 por persona.

- **Talleres y/o actividades**

Allí se realizan actividades en diferentes sitios de la ciudad ya sean en plazas, centros sociales, universidades, parques o excursiones; estas actividades son en días específicos siendo necesario la asistencia. Esto con un valor de 400.000 por persona incluido desayuno, onces, almuerzo y cena además de transportes y lugar de estadía

### **5.1 Estrategia de distribución**

- Canal de marketing indirecto: como el nombre ya lo menciona la empresa tiene este tipo de marketing, porque no es una empresa que ofrezca producto si no un servicio, por lo tanto mediante la investigación del contexto de marketing indirecto es aquel que se relaciona con intermediarios para su función, es decir, tiene un público más amplio y su fin es generarle valor a la gente. Así, el protagonismo pasa de centrarse en el producto o servicio a centrarse en las personas. La empresa relaciona con un tipo de marketing indirecto ya que hay personas de por medio para poder llegar a los clientes, profesionales que nos ayudaran con el objetivo de la empresa. Por lo tanto, es un ámbito más amplio donde participan múltiples personas asociadas al tema.

### **5.2 ESTRATEGIA DE PRECIOS**

Universidad Externado de Colombia

Fijación de precios basados en los costos.

\$350.000.00

Fijación de precios por valor agregado.

\$250.000.00

Fijación de precios basados en la competencia.

\$300.000.00

Fijación de precios en diferentes tipos de mercado.

\$400.000.00

Precio Premium.

\$300.000.00

Precio de penetración.

\$700.000.00

Precio de descreme.

\$1'000.000.00

Precio Psicológico.

\$999.900.00

Precios de paquete.

\$1'500.000.00

Precios geográficos.

\$1'250.000.00

Los precios que damos en la anterior tabla es una estimulación ya que nosotros prestamos un servicio y no un producto, basados en precios de la Universidad del Externado y la cámara de comercio de Bogotá, hicimos dicha tabla, también hay que tener en cuenta que dichas empresas

no dan el plan como nosotros lo daremos, el paquete de ellos solo consta de 2 o 3 días y solo son

conferencias.

### **3.1 Estrategia de comunicación**



- **Publicidad:** la empresa contara con múltiples formas para promocionar el servicio, como dar volantes con la información necesaria para el interés del cliente este folleto/volante va a realizarse con papel reciclado para no contaminar lo más posible; cuenta con una página web que tiene la máxima información de la empresa; también cuenta con una cuenta oficial de Instagram donde se dará a conocer los eventos que se realicen y encuestas que nos ayudaran a mantenernos informados de las preferencias de los clientes.
- **Promoción de venta:** se tendrá en cuenta más adelante cuando la empresa este mas establecida el promocionar el 2x1, por lo pronto se verán las promociones de temporada.
- **Relaciones públicas:** solo contamos con la página web:

<https://youngadults952.wixsite.com/website>

MARKETING MIX						
Estrategia	Objetivo Smart	Como (Describe a como llegara el objetivo)	Quien (Con que medios o personas se apoyara)	Cuando (Tenga presente la fecha)	Donde (Defina específicamente el lugar donde lo realizara)	Valor (Aproximación al costo)
Producto	Mejorar la calidad del servicio.	Encontrando personal con más experiencia.	La misma empresa se hara responsable del valor.	Los necesitamos lo antes posible, seria para finales de Noviembre.	Necesitamos dicha mejora en los recepcionistas y personas de aseo.	\$2'500.000.00
Precio	Incrementar las ventas un 15%.	Buscaremos mejores publicidades que ayuden a la empresa.	La misma empresa y inversionistas se haran responsables	Dicha publicidad estara saliendo a principios de Noviembre.	La publicidad sera en vallas publicitarias por la ciudad.	\$3'000.000.00
Promoción y Comunicación	Aumentar las visitas al sitio web en un 20%.	Necesitaremos pagar a Google Anuncios.	La misma empresa se hara responsable del valor.	Ya hablando con Google anuncios, nos contestan que lo habilitaran 3	En las paginas web, youtube y redes sociales.	\$1'500.000.00

## 6. desarrollo de marca

Nombre de la idea:

Young Adult's

PASOS	OBJETIVOS	RESULTADO
-------	-----------	-----------

<b>Primer paso:</b> Diagnostico del Mercado	A. Identificación de sector.	La candelaria, entre calle 10ma y 15, con carrera 3ra y 7ma.
	B. Identificar marcas en competencia.	Las universidades que brinden apoyo y/o charlas en dicho tema, la cámara de comercio de Bogotá y los psicólogos.
	C. Soluciones principales y alternativas.	Crear alianzas o convenios con las universidades para que nos contrate y den dichas charlas.
	D. Tendencias del mercado.	Tenemos un seguimiento especial o personalizado para cada persona y/o cliente hasta el final de su proceso, velamos para que el cliente se sienta satisfecho al finalizar el curso y estamos comprometidos con el medio ambiente.
	E. Arquetipo de la marca.	El inocente, ya que nuestra empresa transmite honestidad, confianza y fiabilidad tratando de generar siempre bienestar en los demás.
<b>Segundo paso:</b> Realidad psicológica de la Marca.	A. Percepción de las marcas de la competencia.	No se encuentra un plan tan completo como el que nosotros brindamos.
	B. Identificar variables del neuromarketing.	Se basa en percibir nuestro alrededor con los ojos con palabras como: Oferta, ocasión, rebajas y entre otros, ya que se ha demostrado que una imagen llega de una forma más rápida al cerebro, por lo tanto la eficacia del mensaje es garantizada.
<b>Tercer paso:</b> Posicionamiento	A. Identificar Top of mind.	El color amarillo en nuestro logo y página web, transmite felicidad, optimismo, energía y originalidad, metiendonos así en la mente del consumidor llegando de manera más satisfactoria al top of mind.
	B. Identificar Top of heart.	Nuestro logo tiene un zorro porque éste representa astucia e inteligencia para la resolución de problemas.
<b>Cuarto paso:</b>	Traducir nuestra propuesta de valor	Nuestra marca va ligada con

Realidad Material de la Marca	en la marca.	nuestra preocupación de la salud mental de los demás por ende contamos con especialistas en el área de psicología, también va ligado de la ayuda a las personas vulnerables o de escasos recursos brindándole una ayuda comunitaria, para que así ayude al crecimiento personal de cada uno.
<b>Quinto paso:</b> Estrategia de comunicación.	Desarrollar acciones continuas para la introducción de la marca en el mercado, que estén ligadas a la medición tecnológica y de redes sociales.	Realizar encuestas en nuestra página web y redes sociales, asimismo, realizar campañas publicitarias en las cuales invitemos a personas con relación al tema y por último llevar a cabo publicaciones a diferentes horas del día en el cual podamos identificar en que horario hay un mejor impacto.

## 7 estrategia de marketing digital

Por medio de la página web creada en wix, se agregó página de Instagram ya que esta tiene mayor impacto en nuestro proyecto, esta página contiene nuestros paquetes con su descripción y precio, también tiene imágenes con relación a nuestra empresa, las actividades y su enfoque.

Tiene colores relacionados con nuestro logo y lo que inspiramos (amarillo, negro, café y gris).

Allí pueden encontrar toda la información y se pueden contactar con nosotros por medio de nuestras redes sociales y pagina web, permitiéndonos tener un mayor impacto y ganar más clientes

<https://youngadults952.wixsite.com/website>



**Young Adult's**  
PORQUE SER GRANDE, ES DIVERTIDO

[Inicio](#) [Reservar online](#) [Más](#)  

[Contacto](#)



# Bienvenido a Young Adult's

su bienestar va primero

En young.adult's, nuestro objetivo es ofrecer servicios de salud y



# Bienvenido a Young Adult's

su bienestar va primero

En young.adult's, nuestro objetivo es ofrecer servicios de salud y bienestar integrales y de calidad. Queremos ayudar a que nuestros clientes alcancen un estado general de bienestar físico y mental. Abra su mente y su corazón para disfrutar las increíbles posibilidades que ofrecemos.

Chat de miembros 

## Nuestros servicios



### curso de aprendizaje

brindamos ayuda a los jóvenes que tienen problemas con su adultez

\$19.99

[Reservar ahora](#)

Chat de miembros



### charlas para autoconocimiento

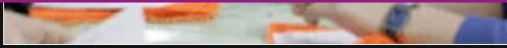
brindaremos charlas con especialistas para ayudar a los jóvenes

\$19.99

[Reservar ahora](#)

Chat de miembros





## talleres, actividades

se realizan actividades en  
diferentes sitios de la ciudad

\$19.99

Reservar ahora

Chat de miembros



## *La historia de young.adult's*

El camino en young.adult's

En young.adult's tenemos un sincero interés en su bienestar. Desde que abrimos nuestras puertas, en el año 2000, hemos trabajado de cerca con nuestros queridos clientes para darles exactamente lo que haga falta para que se vean y se sientan más saludables.

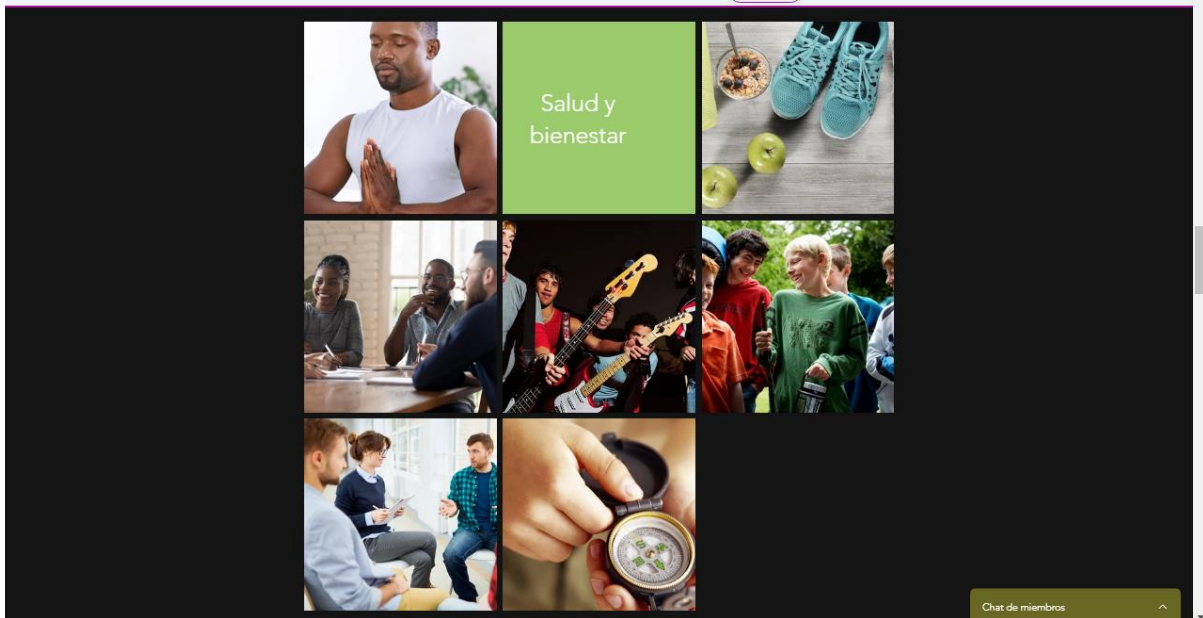
Nos gusta dedicar tiempo a comprender lo que cada persona necesita para lograr su bienestar. Por eso muchos de nuestros clientes regresan con frecuencia y continúan mejorando y creciendo año con año. Todos en young.adult's estamos listos para atenderle. No deje el cuidado de su salud para otro día, ¡contáctenos hoy mismo!

Leer más

Chat de miembros











*Los cuarenta son la edad madura de la juventud; los cincuenta la juventud de la edad madura.*

nuestra prioridad, es usted

Victor Hugo (1802-1885)

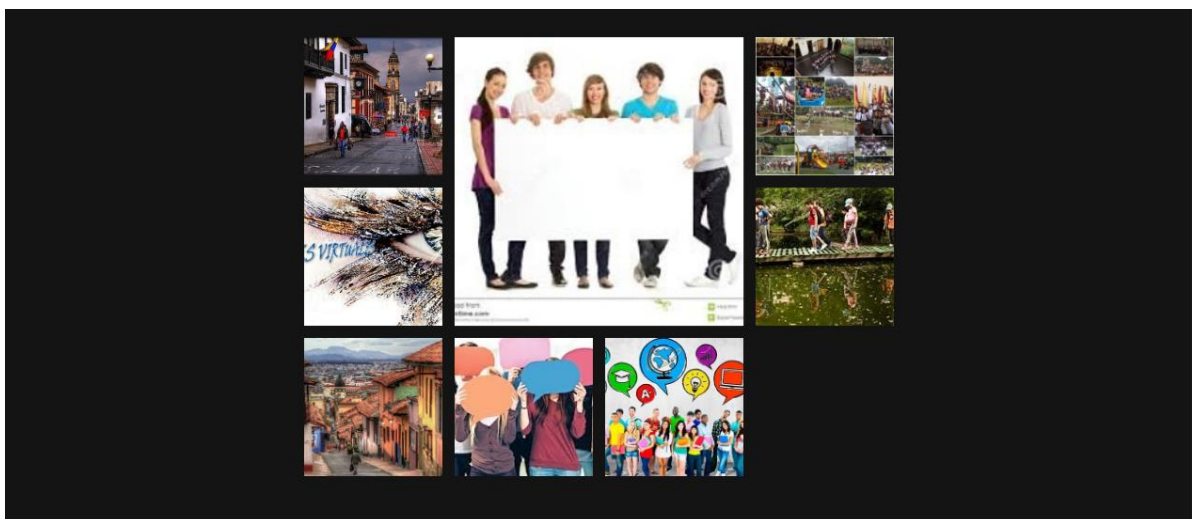
## Próxim<sup>os</sup> eventos

 <p><b>conózcenos</b> sáb., 21 de nov.   P RSVP</p>	 <p><b>charla</b> sáb., 28 de n...   c RSVP</p>	 <p><b>foro</b> sáb., 05 de dic.   c. RSVP</p>	 <p><b>salida pedagógica</b> sáb., 12 de dic.   c. RSVP</p>
--	--	---	---

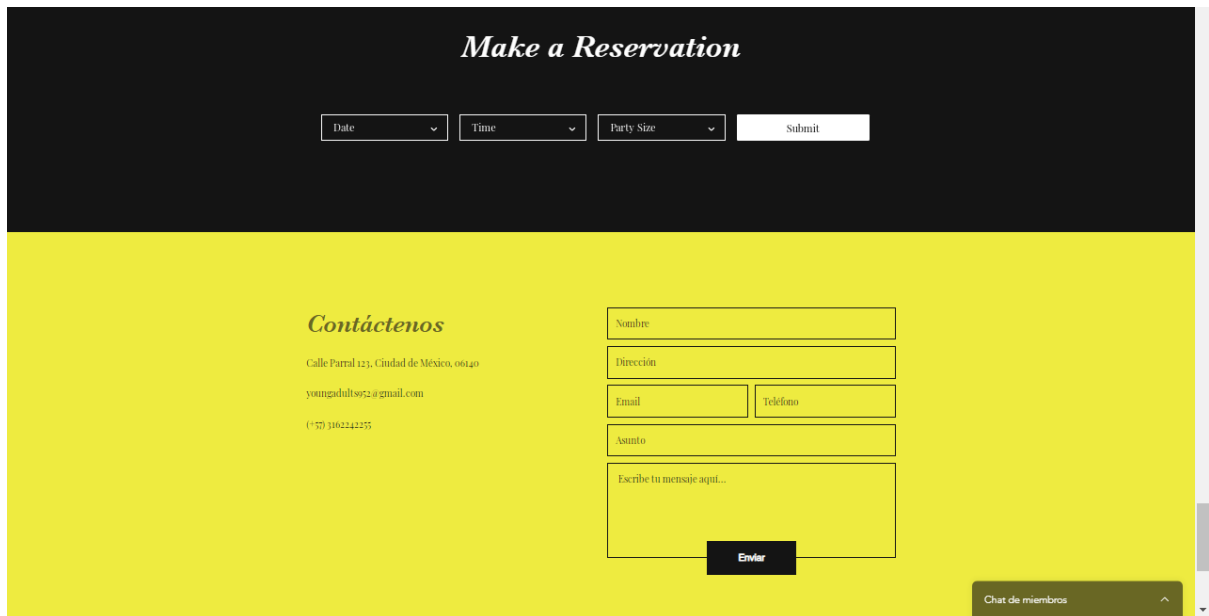


**show de talentos**  
sáb., 09 de e... | L

Chat de miembros ^







## 8. ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL

- Para realizar nuestra campaña publicitaria empezamos abriendo nuestra pagina de instagram y la vinculamos a la pagina de web de la empresa.
- En nuestras cuentas personales empezamos a realizar publicaciones para conseguir seguidores y vistas para nuestra pagina web.
- Poco a poco fuimos creciendo y configuramos la pagina de instagram a empresarial para tener mas control de la cuanto en cuanto a estadísticas y vistas.
- Realizamos publicaiones que se ven reflejadas en nuestra pagina web, agregamos hashtag para tener mas visualizaciones y asi poco a poco ir creciendo mas.
- Publicamos historias a diferentes horas del dia para verificar en que hora tienes mas impacto, con diferentes actividades en las que nuestros seguidores pueden interactuar con nosotros.
- En nuestras redes pueden encontrar nuestros datos para comunicarse con nosotros.

- Realizamos recomendaciones de otros emprendimientos y viceversa para tener mas impacto y crecer en redes.

## 9. METRICAS CALVE

- **CAC:** El cálculo del CAC es simple: basta dividir la suma de las inversiones para adquirir un cliente por el número de clientes conquistados en un determinado período.

Digamos que, en un trimestre, tu empresa invirtió US\$ 5.000 en las áreas de Marketing y Ventas y conquistó 10 nuevos clientes. Tu CAC es de US\$500.

Simplificando, la fórmula queda así:

$$CAC = \text{suma de las inversiones} / \text{número de clientes adquiridos}$$

\* **LTV :**  $LTV = \text{Valor Medio de Compra} * \text{Número de Compras Recurrentes}$  (al año por lo general) \* **Longitud Media de Tiempo de Vida del Cliente** (año/mes/semana).

Por ejemplo, supongamos que la media general del *lifetime* de tus cliente suele ser de 1 año. En tal caso, si el valor medio de compra, o cesta media, suele estar en 100 EUR y el número de compras recurrentes por cliente durante 1 año rondan en torno a 5, entonces tendríamos el siguiente resultado:

$$LTV: 100 * 5 * 1 = 500$$

ALCANCE Últimos 7 días

### Cuentas alcanzadas

54 cuentas

**Impresiones** 293

**Actividad de la cuenta** 135

- Visitas al perfil 123
- Toques en el sitio web 12
- Toques en el botón "Correo" 0
- Toques en "Cómo llegar" 0
- Toques en el botón "Llamar" 0

**Principales publicaciones** Ver todo  
Según el alcance

31 cuentas alcanzadas  
21 de oct

Historias

Alcance Últimos 14 días

Las historias se muestran a tu público durante 24 horas. Luego, aparecerán aquí para que puedas ver las estadísticas. Solo tu podrás verlas.

10 10 9

ESTADÍSTICAS Últimos 7 días

Te damos la bienvenida a las estadísticas

Analiza de forma más detallada el rendimiento de tu cuenta y tu contenido en Instagram en los últimos 7 días.

**Resumen**

- 54 Cuentas alcanzadas
- 3 Interacciones con el contenido
- 84 Total de seguidores +8.300%

**Contenido que compartiste**

- 1 publicación
- 4 historias

young.adultsoficial

Ver recursos de COVID-19 para empresas

9 Publicaci... 89 Seguidor... 100 Seguidos

young adult  
Servicio de salud mental  
La mejor atención para ti  
Te ayudaremos a crecer de manera divertida  
youngadults952.wixsite.com/website

Editar perfil

Promociones Estadísticas Contacto

Nueva conocenos

Principales publicaciones Ver todo  
Según las interacciones

3 Me gusta  
21 de oct

Principales historias Ver todo

INTERACCIONES Últimos 7 días

### Interacciones con el contenido

3 interacciones  
- vs. 8 de oct - 14 de oct

**Interacciones con las publicaciones** 3  
- vs. 8 de oct - 14 de oct

Me gusta 3

**Interacciones con las historias** 0  
0% vs. 8 de oct - 14 de oct

**Interacciones con los videos de IGTV** 0  
0% vs. 8 de oct - 14 de oct

Principales publicaciones Ver todo  
Según las interacciones

3 Me gusta  
21 de oct

Principales historias Ver todo

## 10. LOCALIZACION DEL PROYECTO. ESTUDIO TECNICO I

La ubicación seleccionada para nuestra empresa es en la Candelaria Bogotá, entre calle 10ma y 15,

con carrera 3ra y 7ma, ya que nos encontramos con variedades de cosas que nos pueden ayudar a

nosotros desde económicamente, por cercanía a diferentes actividades que ayudara a nuestros

clientes, ya que la candelaria se considera un lugar muy rico en cultura en Bogotá, nos

encontramos con cuenteros, exposiciones de pinturas, también la plaza de periodista, también

podríamos a los que les interese la religión poder subir a Monserrate y asistir a misas, por otro

lado tenemos en cuenta que la 7ma es peatonal y nos encontramos con el sistema de transportes

eje ambiental, promoviendo el uso de él, tendremos varia participación ya que también

tendremos cerca a varias universidades, el chorro de Quevedo y la biblioteca Luis Ángel Arango,

por ello podrían acercarse mucho personas dentro y fuera de nuestro rango establecido, pero

brindándoles a todos una buena atención al público y por el momento solo contaremos con la

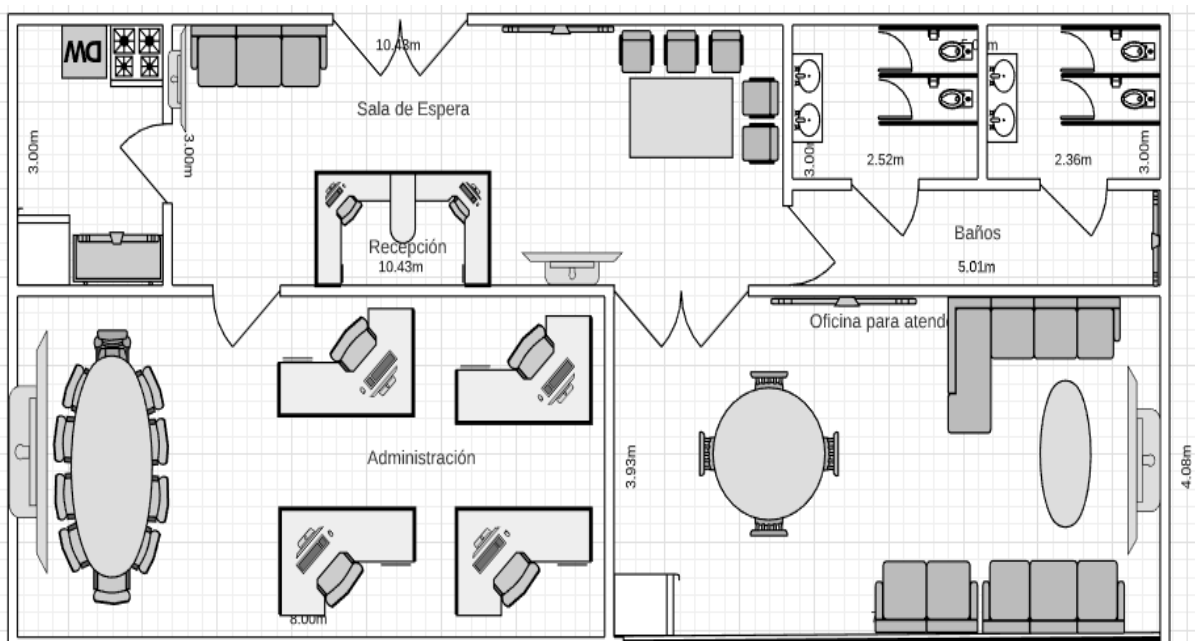
sede principal, ya que tenemos proyectado abrir más sedes dentro de Bogotá e irnos expandiendo

nacionalmente.

### Requerimientos Técnicos

Tipo de Activo	Descripción	Cantidad	Valor Unitario*
Infraestructura – Adecuaciones	Lote	1	\$ 4.000.000,00
	Adecuación de áreas de operación (cuarto de maquina, producción, empaque, bodega, inventario.. Etc)	1	\$ 500.000,00
Maquinaria y Equipo			\$ -

			\$ -
			\$ -
			\$ -
Equipo de comunicación y computación	Computador de mesa	6	\$ 2.000.000,00
	Impresora	2	\$ 500.000,00
	Telefono de mesa	2	\$ 170.000,00
Muebles y Enseres y otros	Escritorios	6	\$ 200.000,00
	muebles	4	\$ 1.000.000,00
	silla tipo escritorio	25	\$ 1.500.000,00
	Archivador	1	\$ 4.500.000,00
Otros (incluido herramientas)			\$ -
			\$ -
			\$ -
			\$ -
Gastos pre- operativos	Costitución		\$ 1.700.000,00
	Apertura		\$ 2.000.000,00
	Registro	1	\$ 1.300.000,00



## 11. ESTUDIO TECNICO III

bien/servicio: YOUNG ADULT'S				
unidades a producir: 4 paquetes				
actividad del proceso	tiempo estimado de realizacion (minutos / horas )	cargos que participen en la actividad	numero de personas que intervienen por cargo	equipos y maquinas que se utilizan, capacidad de produccion por maquina (cantidad de producto / unidad de tiempo)
excursiones	120 horas	3	5	Mapa del lugar de excursión, Botiquín de primeros auxilios. Brújula y, como complemento, un Sistema de Posicionamiento Global (Global Positioning System-GPS): Estos corresponden a elementos propios de la orientación. ... Pedernal, encendedor y/o fósforos. Lámpara y/o linterna, Cuchillo o navaja, Cuerda.
foros	2 horas	2	7	Definir el lugar en que se hará la charla y gestionar los permisos correspondientes , Definir los requerimientos técnicos del lugar: sonido, luz, micrófonos. Definir la ubicación de las mesas para el ingreso y el lugar del refrigerio.
actividades de campo	24 horas	2	5	buses para el transporte, hospedaje, utencilios para las actividades.

¿Cuál es el proceso que se debe seguir para la producción del bien o prestación de servicio?

La producción y prestación de servicios según ISO 9001 requiere que la organización controle la manera en que se producen los bienes y se prestan los servicios. Así, se deben buscar y registrar pruebas de que existe esta gestión, asegurando que: La información documentada que define las características del producto o servicio está disponible.


El monitoreo y la revisión se realizan en los puntos apropiados del proceso de producción para garantizar que el proceso y sus resultados cumplen con los criterios de aceptación de la organización. El entorno de proceso y la infraestructura son adecuados.



Se dispone de los recursos adecuados para asegurar el monitoreo y la medición. El personal es competente y, cuando es necesario, debidamente cualificado. Los procesos se validan

inicialmente y luego se vuelven a evaluar periódicamente. Se implementan las actividades de liberación, entrega y post-entrega de productos y servicios correctamente. Esto se ve identificado en tener un ambiente limpio, protocolos de seguridad; la seguridad de las personas especialistas en carreras que interactúan con la organización. El entorno es adecuado, vamos a tener una sede principal y otras para realizar las debidas actividades que se dan en el cronograma, todo está relacionado con nuestro proyecto.

cuenta con los recursos adecuados para asegurar el monitoreo de la medición de conocimientos de los clientes a tal punto de que se conocerá Cuál es lo que se necesita para llevar una mejor salud psicológica y emocional y aprender lo necesario para disponer de un futuro adecuada, Se tendrá en cuenta las diferencias estadísticas para un conocimiento los procesos que se validan y se desarrollan dentro de la organización

## 12. FICHA TECNICA. ESTUDIO TECNICO III













	<b>Young Adult's</b>	
	110.CE2Young Adult's	VERSIÓN
13/11/2020		
<b>FICHA TECNICA DEL SERVICIO</b>		
<b>A. NOMBRE DEL SERVICIO ( Defina el nombre del servicio)</b>		
Young Adult's, nosotros buscamos que los jovenes y adultos de la sociedad de hoy en día puedan manejar ciertas situaciones, emociones, protocolos y todo lo que conllevaria.		
<b>B. OBJETIVO</b>		
Nuestro objetivo es poder ayudar a nuestra poblacion estimada de 18-25 años en poder comportarse, tener modales, saber y tener en cuenta todos los protocolos.		
<b>C. METODOLOGIA</b>		
Se haran reuniones dentro y fuera del establecimiento, en bares, sitios publicos, restaurantes para poder tener experiencia junto a los clientes y así poder tener en cuenta en lo que puedna estar fallando y asi ayudarlos.		
<b>D. DESCRIPCIÓN GENERAL</b>		
Se brinda charlas, actividades y actividades recreativas para poder hacer nuestra labor de ayudar al cliente.		

<b>D. DURACION</b>	
Depende de el paquete que se escoja, pero el recomendable es de 3 meses que vera una gran mejoria.	
<b>E. ENTREGABLES</b>	
Dentro del paquete entregaremos una agenda y lapicero biodegradable para ayudar con el medio ambiente.	
<b>G. PERFIL DEL CLIENTE</b>	
El perfil de nuestro cliente final es muy sencillo, son jovenes de 18-25 años, no importa orientación, estratos, religión, lo que nosotros ayudamos es para todos.	
<b>G. PERFIL DE QUIEN ENTREGA EL SERVICIO</b>	
El perfil de quien entrega el servicio es un psicologo, especializado en relaciones humanas, con una experiencia en este ambito.	
<b>Firma del responsable del servicio:</b>	
<b>Nombre del Responsable del servicio</b>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; display: inline-block;">Carol Stephany Torres Baquero</div> <b>Firma:</b> 

### 13. LANZAMIENTO PRODUCTO MINIMO VIABLE. PLANTILLA DE PMV

[file:///C:/Users/adm/Downloads/youngadults%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/adm/Downloads/youngadults%20(1).pdf)

aquí se encuentra mas detallado la plantilla. Muestra un poco de nuestro negocio de forma creativa y sencilla.

<p><b>¿Qué problema estas tratando de resolver?</b></p>  <p>un proyecto pensado en los jóvenes para que el hecho de ser adultos sea menos tedioso.</p>	<p><b>¿Quién es tu público objetivo?</b></p>  <p>Nuestros clientes potenciales son los jóvenes de una edad estimada de 18 a 20 años que se sienten perdidos y necesitan una orientación.</p>	<p><b>¿Cómo resolverás este problema?</b></p>  <p>a través de reuniones o charlas por medio de plataformas virtuales o lugares de encuentro, dentro de estas se hacen diferentes actividades las cuales ayudan al desarrollo de la persona tanto física como mentalmente.</p>	<p><b>¿Cuál es el primer paso?</b></p>  <p>atender nuestros niños a la nueva modalidad, con protocolos de bioseguridad para que nuestros estudiantes estén seguros.</p>	<p><b>te contaremos acerca de nosotros</b></p>  <p>te llevamos una experiencia increíble con todos los escenarios que traemos para ti</p>	<p><b>con que espacios contamos</b></p>  <p>una biblioteca con acceso a cualquier información además allí se realizan encuentros literarios donde pueden compartir ideas con un buen café.</p>
<p><b>recepción, sede principal</b></p>  <p>aquí en nuestra sede principal desde brindamos toda la información para que puedan acceder al curso nos pueden contactar por nuestras redes sociales, correo o numero telefónico que se encuentra nuestra pagina web.</p>	<p><b>cafetería</b></p>  <p>contamos con una pequeña cafetería en la cual se pueden relacionar y disfrutar su almuerzo</p>	<p><b>excursiones</b></p>  <p>se visitan diferentes comunidades para que tomen conciencia de las diferentes situaciones en las que varias personas viven diariamente, se les da refrigerio y pueden llevar comida aparte</p>	<p><b>actividades al campo</b></p>  <p>allí se realizan varias actividades en las que pueden darse algunas ideas de lo que quieren hacer en su vida con acompañamiento de psicólogos ya que buscamos que cada actividad sea en lugares diferentes.</p>	<p><b>foros</b></p>  <p>cada ciento tiempo se realizan foros con universidades para tener un mejor acompañamiento en la orientación profesional, dando una visión mas clara del futuro.</p>	<p><b>final del tour!</b></p>  <p>no olviden seguirnos en nuestra pagina web y redes sociales para que conozcan mas acerca de nosotros, te esperamos!</p>



## **8. BIBLIOGRAFÍA**

David Tomas. (06/2020). Plan de Marketing. 16/09/2020, de cyberclick Sitio web:

<https://www.cyberclick.es/marketing/plan-de-marketing>

Ángel alba. Cómo hacer un plan estratégico de innovación en una semana. 16/09/2020, de innolandia

Sitio web: <https://innolandia.es/como-hacer-un-plan-estrategico-de-innovacion-en-una-semana/>