

Comercializadora Zelandia S.A

COMERCIALIZADORA ZELANDIA S.A

ESPINOSA SUAREZ CRISTIAN CAMILO

TORRES VEGA JOAN SEBASTIAN

CUN-CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE APRENDIZAJE

CREACION DE EMPRESAS

GRUPO 50101

NOVIEMBRE DEL 2020

Comercializadora Zelandia S.A

COMPROMISO DEL AUTOR

Nosotros, Cristian Espinosa, Joan Torres, alumnos del programa académico Negocios internacionales declaramos que:

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

Cristian Espinosa C.C 1001282660

Joan Torres C.C 1000285771

Comercializadora Zelandia S.A

TABLA DE CONTENIDO

1. Resumen ejecutivo.

1.1 Introducción.

2. Objetivos.

2.1 Objetivo general.

2.2 Objetivos específicos.

2.3 Claves para el éxito.

3. Análisis del sector.

3.1 Retos.

3.2 Oportunidades.

3.3 Objetivos de desarrollo sostenible.

3.4 Teoría de valor compartido.

3.5 Beneficios.

3.6 Análisis pestel.

4. Identificación del problema, necesidad, reto u oportunidad.

4.1 Problema.

4.2 Necesidad.

4.3 Oportunidad.

5. ¿Qué problema afecta a la comunidad, clientes y entorno en el que pertenece?

5.1 Árbol de problemas.

5.2 Árbol de objetivos.

6. 6. Pregunta investigativa.

6.1 Soluciones de pregunta investigativa.

6.2 Autoevaluación idea de negocio.

7. Estructura de la idea.

7.1 Descripción de la idea de innovación.

7.2 Estrategias de innovación.

Comercializadora Zelandia S.A

7.3 Estudio de competencia.

8. Segmentación del mercado.

8.1 Análisis de la demanda.

8.2 Buyer persona.

9. Propuesta de valor.

9.1 Mapa de Valor.

9.2 Perfil del cliente.

10. Diseño del producto.

10.1 Diagrama de bloques.

10.2 Prototipo de concepto.

10.3 Prototipo de producto.

11. Modelo Running lean

11.1 Validación del lean canvas.

11.2 Hipótesis.

11.3 Validación de la idea de negocios.

11.3.1 Objeto de investigación.

11.3.1.1 Objetivo general.

11.3.1.2 Objetivos específicos.

11.4 Tipo de investigación. T

12. Encuesta

13. Conclusiones y recomendaciones

14. Bibliografía

Comercializadora Zelandia S.A

1. RESUMEN EJECUTIVO

Este es un breve análisis de los aspectos más importantes del proyecto.

Con nuestra idea negocio queremos llegar a ser una comercializadora de flores muy grande, el mercado de flores nos ofrece mucho de lo mismo tal vez no nos permite elegir qué es lo que queremos en realidad, por eso nosotros queremos que el cliente elija lo que a él más le gusta, cosas tan simples como algún color, algún diseño, cosas simples pero que pueden llegar a ser de mucho agrado.

También ofrecer una atención al cliente excelente, con personas estudiadas en atención al cliente y con experiencia en un trabajo así, el cliente siempre tiene la razón y por eso mismo siempre hay que escucharlo y responderle de la mejor manera.

Nos inspiramos en una idea de negocio como la de las flores gracias a que en Colombia la variedad de flores es muy amplia, tenemos un país lleno de magnificas flores, de flores únicas y bellas, nuestro propósito también es ayudar al medio ambiente y nuestro ámbito social, poder ofrecer productos naturales, que no hagan ningún daño al planeta, también ofrecer mucha cantidad de empleo, tanto para nuestros campesinos, como para personas de ciudad.

Nuestra idea de negocio es que un cliente en la comodidad de hogar o en un sitio cómodo encuentre un sitio web rápido, ágil y que no tenga que meterse en diferentes cosas para llegar a su producto.

Manejamos una amplia variedad de precios, para que se acomoden a todo tipo de cliente, con detalles muy bien diseñados, con unas flores muy bien conservadas.

Comercializadora Zelandia S.A

1.1 INTRODUCCION

Somos una empresa que comercializa arreglos florales online, la cual mediante nuestra tienda virtual todos los interesados en dar un detalle a una persona especial, lo podrán hacer con la mejor calidad de flores y la mejor presentación, sin olvidar una personalización muy especial.

Lo que queremos con nuestro negocio es vender las mejores flores con una propuesta diferente, nuevos arreglos, una mayor personalización y una atención al cliente Premium, y que nuestros clientes queden satisfechos con nuestros productos.

2. OBJETIVOS

2.1 OBJETIVOS GENERALES

- Convertimos en una de las empresas más innovadoras en el mercado de las flores, cumpliendo con los estándares específicos del cliente, supliendo la necesidad de la falta de variedad y personalización los arreglos florales.

2.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Cuidar de nuestro medio ambiente usando materiales reciclados.
- Mejorar nuestros procesos de venta online de flores.
- Satisfacer las necesidades de los clientes al momento de solicitar nuestros servicios.

2.3 CLAVES PARA EL ÉXITO

- Vender productos en excelente calidad.
- Una atención específica y personalizada al cliente.
- Brindar la mejor actitud, para el mejor trabajo.

Comercializadora Zelandia S.A

3. ANALISIS DEL SECTOR

El tema de las flores en nuestro país es un tema de negocio muy adquisitivo, Colombia es uno de los países con más variedad de flores del mundo.

En solo exportación Colombia llega a 97 países del mundo, y en el 2017 exporto US\$1.400 millones y 7700 hectáreas de producción, y finalizo ese año exportando US\$1.700 millones, esto según el presidente de asoclflores, Augusto Solano. (Solano, 2018).

Colombia representa un gran mercado y una alta participación internacional. Nuestra empresa está dirigida a las exportaciones de flores de la más altísima calidad ayudando a los pequeños campesinos y productores que no han logrado sacar sus productos del mercado nacional, ayudándoles desde nuestra comercializadora de flores ZELANDIA S.A

Lo que queremos nosotros es dar a conocer al mercado nacional e internacional, es una nueva forma de innovar en los métodos de comercialización de flores por Internet, como lo es que puedas comprar un girasol en pleno invierno utilizando nuestro método de refrigeración y empaque al vacío alargando la vida útil de nuestras flores y que hace que tu pedido llegue en perfectas condiciones sin importar a donde sea enviada ya que es más factible trasportar las flores si se les da más tiempo de conservación.

3.1 RETOS

- Entrar en el mercado.
- Competencia directa e indirecta.
- Mantener un crecimiento sostenido de la empresa.

3.2 OPORTUNIDADES

- profundizar las ventas por internet.
- explorar nuevos mercados.
- Dar a conocer la gran variedad de flores que nos dispone Colombia.

3.3 OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico. (unidas P. d., 2020)

Objetivo 13: Acción por el clima, cuidar el medio ambiente, protegerlo ya que muchos países se han visto contaminados, cuidar los bosques, la vida natural. (unidas P. d., 2020)

Comercializadora Zelandia S.A

Estos dos objetivos son los que nosotros pensamos resolver, porque nosotros primero que todo queremos disminuir el daño ambiental, utilizando materiales reciclables para nuestros productos, y ofrecer un trabajo decente para las personas que lleguen a trabajar con nosotros.

3.4 TEORIA DEL VALOR COMPARTIDO

En la teoría de valor compartido queremos tener puntos muy claros:

- Vamos incorporar beneficios existentes en la venta de flores online, como los métodos de pago en línea, las devoluciones del dinero si el producto no es lo esperado, etc.
- Queremos tener una comunicación frecuente con los clientes, que ellos sepan el producto que escogieron les llegue de igual forma, tener una comunicación con todos los empleados mejorar nuestra logística, para que la entrega de productos sea lo mejor.
- Tenemos un compromiso con la comunidad nacional e internacional que nos compre las flores, tenemos que evaluar los intereses del mercado nacional e internacional, en muchas zonas del mundo la economía no se trabaja de la misma forma, esperamos ampliar nuestra empresa por muchas fronteras.
- Queremos ayudar al medio ambiente, no utilizando materiales no biodegradables, nuestra empresa utiliza un tipo de empaques en el cual ayuda a no dañar nuestro medio ambiente y generando una cultura de reciclaje.
- Reutilizando nuestro empaque y generando un beneficio y un valor compartido a nuestro cliente, nuestros clientes pueden devolvernos los empaques y nosotros damos un descuento por ello.

3.5 Beneficios

Los beneficios que les ofrecemos al cliente son:

- La entrega de sus productos a tiempo.
- La mejor decoración y entrega de las flores.
- Una comunicación óptima entre el vendedor y el cliente, estaremos atentos a sus inquietudes.
- Distintos regalos o jugueticos que el cliente desee.

3.6 ANALISIS PESTEL

ANALISIS POLITICO	ANALISIS ECONOMICO	ANALISIS SOCIAL
<p>-políticas comerciales donde se beneficia la exportación de flores, ejemplo: estados unidos.</p> <p>-TLC'S con más de 30 países para llegar a esos mercados Internacionales.</p> <p>-marco normativo a favor de las exportaciones de floricultura por parte del ICA y el gobierno nacional.</p>	<p>-crecimiento en el sector económico con cerca del 3% anual.</p> <p>-oportunidad de explotar en el mercado internacional de las flores, ya que Colombia abarca un gran porcentaje del mercado.</p>	<p>-Falta de mano de obra en temporadas específicas.</p> <p>-El 8 % de los colombianos regalan flores en una fecha especial. Y de la producción nacional solo se queda el 5% en nuestro país. El resto se exporta.</p> <p>-el 90% de la producción y comercialización de las flores está en el interior del país.</p>
ANALISIS TECNOLOGICO	ANALISIS ECOLOGICO	ANALISIS LEGAL
<p>-aplicación de plataformas tecnológicas que nos ayuden a una mayor comercialización.</p> <p>-innovación en el producto o cadena de producción que nos ayuden a mejorar nuestro producto final.</p> <p>-avances tecnológicos en el sector que nos puedan ayudar ej: hibridación.</p>	<p>- buscar una forma de crear un empaque ecológico para nuestras flores.</p> <p>-temporadas de lluvias o sequias que perjudiquen nuestra producción.</p>	<p>-promovida por el plan de desarrollo del gobierno actual.</p> <p>-regulación más flexible pero segura para poder exportar al mercado internacional.</p> <p>-incentivos para fomentar las TIC'S y creación de empresa por parte del estado</p>

4. IDENTIFICACION DEL PROBLEMA, NECESIDAD, RETO U OPORTUNIDAD.

4.1 Problema: Tener un financiamiento el cual nos ayude a consolidarnos en el mercado local, fidelizando clientes a nuestra empresa, escalando el nivel máximo de reconocimiento de la marca a nivel local y nacional.

4.2 Necesidad: Entrar al mercado local e internacional.

4.3 Oportunidad: utilizar la innovación y las TIC'S como pilar esencial de nuestra empresa para sobresalir en el mercado, y las ventas online.

Comercializadora Zelandia S.A

5. ¿QUE PROBLEMA AFECTA A LA COMUNIDAD, CLIENTES Y ENTORNO EN EL QUE PERTENECE?

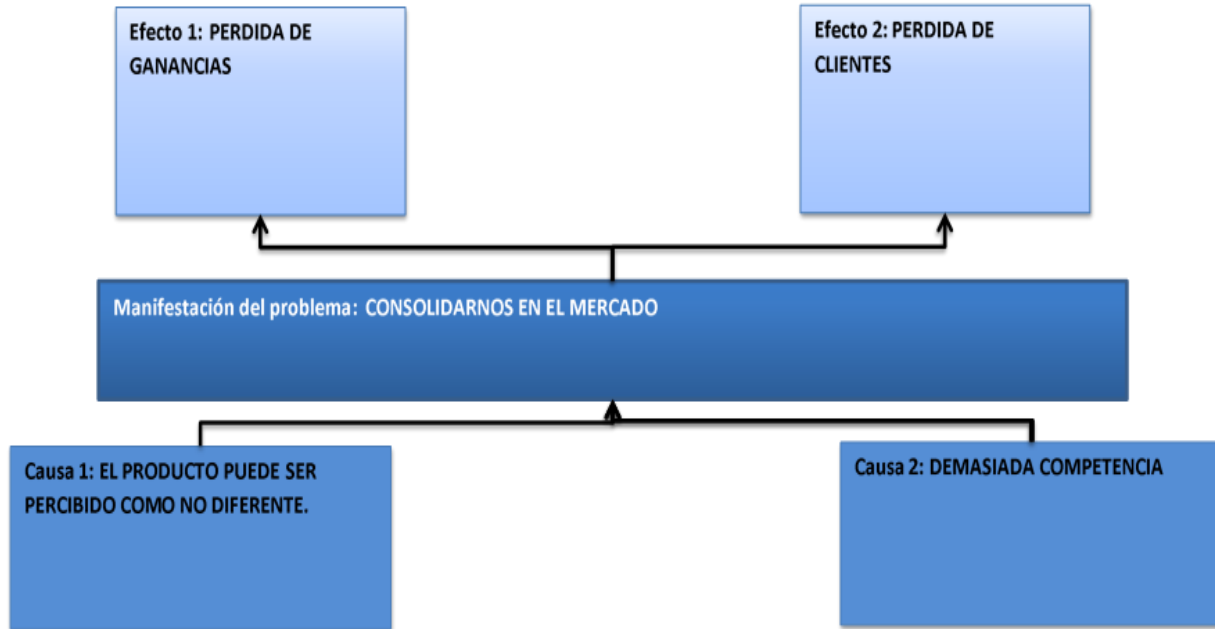
Algunos problemas que nos podemos dar cuenta en el mercado, son la falta de oferta especializada ya que nos ofrecen mucho de lo mismo. Nosotros como empresa queremos que el cliente tenga una experiencia Premium en el sentido de que ellos puedan escoger el tipo de flor, empaque, color, presentación, tarjeta etc. Y que puedan sentirse más seguro a la hora de enviar flores o al viajar, porque nuestros protocolos como la refrigeración o calefacción, también el empaquetado al vacío, protege a nuestras flores de estos agentes externos como la humedad.

En la siguiente tabla, se clasificará de 1 a 5 el problema, la necesidad y la oportunidad.

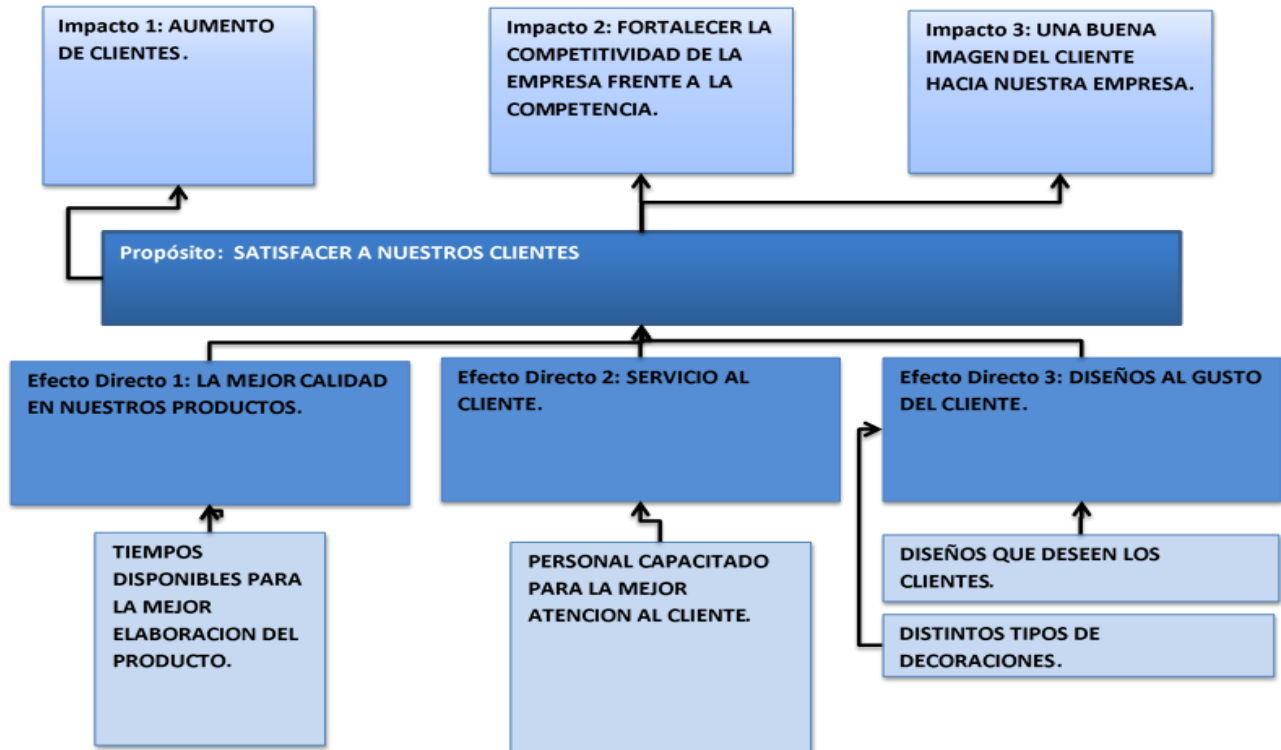
Criterio	Problema 1	Problema 2	Problema 3
	PROBLEMA	NECESIDAD	OPORTUNIDAD
Conocimiento o experiencia	3	3	3
Asesoramiento de un experto (si se requiere, ¿lo tenemos?)	4	4	3
Alcance (técnico ¿tenemos las herramientas?, ¿podemos desplazarnos para evaluar el problema? Tenemos acceso a información/datos/cifras, ¿puedo darle alguna solución?)	3	2	3
Tiempo (posible solución)	4	3	4
Costos (posibles costos)	3	1	2
Impacto ¿es trascendental? ¿representa un deseo para ustedes?	3	5	5
¿Qué tanto les llama la atención el desarrollo del problema?	5	5	5
TOTAL	24	23	25

Comercializadora Zelandia S.A

5.1 ARBOL DE PROBLEMAS



5.2 ARBOL DE OBJETIVOS



Comercializadora Zelandia S.A

6. PREGUNTA INVESTIGATIVA

¿Cómo podemos asegurar que nuestro producto se adapte mejor a las necesidades del cliente?

6.1 SOLUCIONES DE PREGUNTA INVESTIGATIVA

Lo que queremos con nuestro negocio es vender las mejores flores con una propuesta diferente, nuevos arreglos, una mayor personalización y una atención al cliente Premium, y que nuestros clientes queden satisfechos con nuestros productos.

6.2 AUTOEVALUACION IDEA DE NEGOCIO

INTERES/DISPOSICION AFIRMACIONES	ESCALA DE VALORACION				
	(F)				(V)
- La idea de negocio que tengo se ajusta a lo que siempre he querido hacer.	1	2	3	4	5
- No me incomodaría decir a otros que me dedico a esta actividad	1	2	3	4	5
- Estoy dispuesto a dedicar el tiempo que sea necesario para desarrollar el negocio.	1	2	3	4	5
- Considero que en seis (6) meses puede tener el negocio funcionando	1	2	3	4	5
Nº TOTAL DE AFIRMACIONES VALORADAS EN:				2	2

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

B	C
X 1	=
X 2	=
X 3	=
X 4	= 8
X 5	= 10

PUNTAJE TOTAL

= 18

Comercializadora Zelandia S.A

7. ESTRUCTURA DE LA IDEA

¿Cuál es el producto o servicio?	Ventas de flores, arreglos al deseo del cliente.
¿Quién es el cliente potencial?	Toda persona que desee unas flores bien empacadas y con diferentes diseños en los empaques.
¿Cuál es la necesidad?	Satisfacer al cliente con lo que ordena.
¿Cómo funciona el producto o servicio?	Son flores de distintos tipos, con diseños en su empaque diferente como el cliente desee, y con decoraciones adicionales al gusto del cliente.
¿Por qué lo preferirían?	Por la variedad que ofrecemos, tal sea de precios, diseños, flores, decoraciones, etc.

COMO PODEMOS.....

VERBO ASEGURAR	TEMA U OBJETIVO QUE NUESTRA EMPRESA ENTRE EL MERCADO	CARACTERISTICAS DISTINTAS DECORACIONES PAIS LLENO DE DIVERSIDADES
-------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------

PARA QUE LOS.....

USUARIOS MAYORES A 12 AÑOS	VERBO INSPIRADOR COMPREN	PROPOSITO INSPIRADOR DETALLES PARA SUS SERES QUERIDOS O PERSONAS APRECIADAS
-------------------------------------------------	-----------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------

Comercializadora Zelandia S.A

7.1 DESCRIPCION DE LA IDEA DE INNOVACION

¿Cuál es el producto o servicio?	Comercializar flores de todos los tipos con nuestros empaques y métodos que hacen que se conserven y sean más fácil distribuir
¿Quién es el cliente potencial?	las personas que prefieren optimizar tiempo a la hora de escoger y distribuir las flores para empresas o regalos.
¿Cuál es la necesidad?	Satisfacer la necesidad de mejorar los métodos de conservación y distribución de las flores
¿Cómo?	Estableciendo una zona geográfica, diseñando un modo de funcionamiento confiable, bioseguro, que asegure la gestión eficiente de las operaciones a realizar.
¿Por qué lo preferirán?	Por la confiabilidad de que no se van a dañar las flores y se van a conservar mejor y en unos precios competitivos.
¿Tipos de flores?	<ul style="list-style-type: none"> - Girasoles. - Rosas. - Hortensias. - Tulipanes. - Lirios. - Orquídeas. - Claveles.
¿Por dónde se venden las flores?	Tenemos nuestra página web, la publicidad de nuestra empresa es por distintas redes sociales.
¿Canales de distribución?	<ul style="list-style-type: none"> - Canales directos: Donde pueden encontrar página web, redes sociales, personal ejecutivo, personal. - Canales indirectos: Esto nos ayuda a llegar a los clientes mediante sitios web. Finalmente encontramos tiendas online, redes sociales, envíos contra entrega, etc.
Idea de innovación tipo de empaque	Que nos diferencia a la competencia: el empaque que protege al producto(flores) que tiene distintivo refrigeración y empaque al vacío, que alarga la vida útil de las flores.

Comercializadora Zelandia S.A

7.2 ESTRATEGIAS DE INNOVACION

Innovación en canal y experiencia:

Una mejor forma de entregar, empacar y cuidar el producto “flores” ofreciendo una mejor experiencia.

7.3 ESTUDIO DE LA COMPETENCIA

¿En qué se parecen?

Nuestra competencia se parece a nosotros en la comercialización de flores, en las ventas de mismas flores ya que son locales y tenemos procesos similares.

¿En qué se diferencia?

En este negocio de las flores es muy difícil llegar a encontrar diferencias entre las competencias, ya que se maneja en muchas ocasiones los mismos procesos, pero en algo que si nos esforzamos por mejorar cada día es en nuestro empaquetado de flores, en que los envíos sean mucho más rápidos en que puedan llegar antes de lo pedido, y si hay algún inconveniente en la hora que se pidió, también se nos caracteriza por una buena atención al cliente 24 horas.

Competidores

NUESTRA COMPETENCIA	
Nombre: Da flores	Nombres: Floriaexpress
Producto: Comercializadora de flores	Producto: Flores a domicilio
Precio: 50.000 a +200.000	Precio: 30.000 a +200.000
Ventaja competitiva: La experiencia que tienen en este ámbito de ventas de flores, llevan 20 años con el negocio.	Ventaja competitiva: Servicio a domicilio que ofrecen, tienen gente especializada para el monitoreo de los envíos.
Fortalezas: Su experiencia.	Fortalezas: La manera que tienen para que el cliente elija sus flores, son distintas subcategorías.
Debilidades: No hay tantas formas de elegir algo diferente, solo lo que ellos muestran en sus anuncios, algo de falta de variedad y de que el cliente pueda elegir.	Debilidades: El costo de algunos productos, tal vez en el mercado los clientes puedan obtener productos de misma calidad y más económicos.
Ubicación: Colombia	Ubicación: Colombia

Comercializadora Zelandia S.A

8. SEGMENTACION DEL MERCADO

8.1 Análisis de la demanda

En Colombia el mercado de las flores es un sector con alto impacto social, pues genera más de 120.000 empleos directos y vincula alrededor del 25% de la mano de obra rural femenina. Así mismo, involucra programas de sostenibilidad medioambiental. (Procolombia, s.f.)

Otro dato interesante es que solo dos departamentos del país concentran el 98% de la producción de flores. El Instituto Nacional Agropecuario (ICA) asegura que Cundinamarca produce el 69% y Antioquia el 29%, mientras que el 2% restante se reparte en los departamentos de Risaralda, Caldas, Quindío, Boyacá, Cauca y Valle del Cauca. (AMBIENTE, 2017)

Pero bueno como todo este negocio tiene sus problemas, como el clima cuando hace demasiado frio no germinan las flores y cuando hace demasiado calor no crecen.


Colombia con su diversidad de flores, comercializa mucho nacionalmente e internacional, pero en Colombia se vende flores, como rosas, tulipanes, etc. y hay algunas que son patrimonio nacional y no las dejan vender, por lo cual las exportan.

El mercado en Colombia está marcado ya que las flores son muy utilizadas en muchos eventos, y la decoración de una flor en un lugar se vuelve muy llamativo.

9 BONDADES DEL PRODUCTO

- Variedad
- Novedad
- Atención
- Olor
- Color
- Visualización
- Decoración
- Detalle
- Imagen

8.2 BUYER PERSONA

	<p>Describe los miedos, frustraciones y necesidades.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Que el producto no sea lo que espera. - Que le llegue algo diferente. - Que lleguen marchitas las flores. 	<p>Desea, necesita, anhela y sueña.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Que el producto sea lo que pidió. - Que llegue el producto en excelente estado y presentación. - Que el producto satisfice su necesidad.
<p>Demográficos y geográficos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Personas entre 16-65 años - Nivel socioeconómico medio-alto - Que se encuentre en áreas céntricas de Colombia. 	<p>¿Qué están tratando de hacer y porque es tan importante para ellos? Mejorar nuestros procesos y entregar lo deseado al cliente.</p>	<p>¿Cómo alcanza esas metas hoy? ¿hay alguna barrera en su camino? Escuchando las opiniones de nuestros clientes.</p>
<p>Frases que mejor describen su experiencia</p>	<p>Lealtad a la compañía.</p>	
<p>¿Existen otros factores a tener en cuenta?</p>	<p>No</p>	

DESCRIPCION:

a. ¿En dónde encuentra personas similares a su cliente ideal?

En cualquier lugar donde se interesen por un buen detalle y gran decoración a las flores.

b. ¿Qué valores destacan a su cliente ideal?

- lealtad.
- Opinión.
- Amabilidad.
- Respeto.
- Actitud buena.

c. ¿Qué encuentra en el entorno de su cliente durante la semana?

Comercializadora Zelandia S.A

El respeto.

d. Cuáles cree que sean las necesidades más urgentes que presenta su cliente ideal?

- Un producto el cual satisfaga todas sus expectativas.
- destacar a la hora de dar un regalo.

9. PROPUESTA DE VALOR

9.1 Mapa de Valor:

PRODUCTO O SERVICIO	Empaquetado de Flores para una mayor Conservación
CREADORES DE ALEGRÍAS	Tienda virtual Adecuada para tener una mayor atención al cliente
ALIVIADORES DE FRUSTACIONES	Gracias a nuestro empaquetado se alarga la vida útil del producto

9.2 Perfil del cliente:

ALEGRÍAS	Variedad en los productos Un trato personalizado Seguridad al comprar online
FRUSTACIONES	Que no llegue el producto a tiempo Muy costoso
TRABAJO DEL CLIENTE	Que recomiende nuestros productos Sentirse satisfecho

Comercializadora Zelandia S.A

10. DISEÑO DEL PRODUCTO

1. Definición estratégica.
 - Decreto 1165 de 2019
 - Ley 101 de 1993 de ministerio de agricultura y desarrollo rural.

2. Diseño del concepto:

Materiales:

- Cartón
- Polipropileno
- Cintas de colores
- Tijeras, cuchillos
- Tarjetas de regalo
- Jarrones
- Macetas
- Elásticos

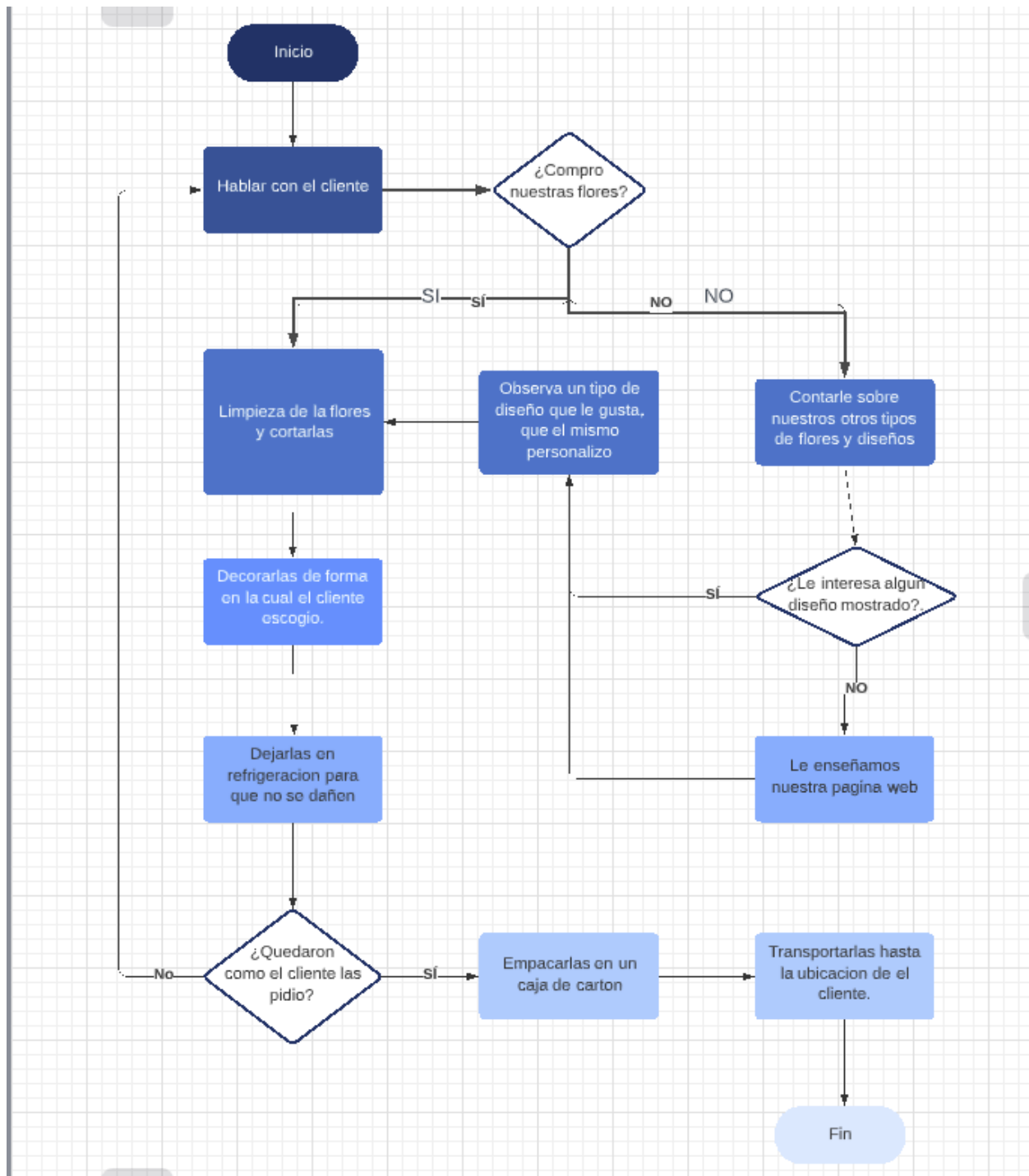
Maquinaria:

- Deshierba dora
- Refrigerador para la conservación de las flores
- Cortadora

3. Diseño en detalle.

Costos de producción		Precio de venta	
- Materia prima	400.000	- Girasoles.	15.000
Materiales		- Rosas.	14.000
- Costos indirectos de fabricación	2.000.000	- Hortensias.	16.000
Servicios		- Tulipanes.	14.000
- Mano de obra	4.000.000	- Lirios.	16.000
Personal humano contratado		- Orquídeas.	17.000
		- Claveles.	16.000

10.1 Diagrama de bloques



Comercializadora Zelandia S.A

4. Validación y verificación.
 - El mejor trato al cliente
 - Comunicación
 - Información del producto
 - Dar a conocer las precauciones al comprador al adquirir el producto
 - Eficacia
 - Entregas a tiempo
 - Satisfacción del cliente
 - Variedad
 - Empaque en buen estado
 - Flores en buen estado

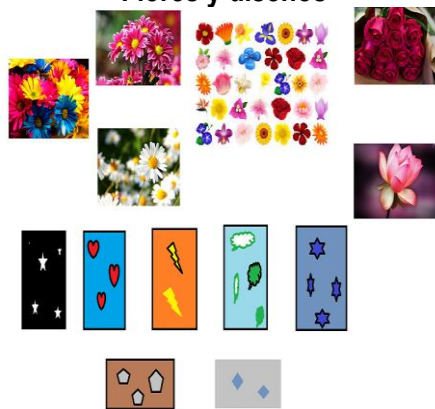
5. Producción.

Empaque



(exportación de rosas, s.f.)

Flores y diseños



Etiqueta del producto



Comercializadora Zelandia S.A

FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO / SERVICIO
A. Producto: flores
B. Partes: pétalos, la corola, los pistilos y estambres.
C. Peso: El peso es volumétrico, se refiere a la densidad.
D. Tipo de empaque: Polipropileno o cajas de cartón.
E. Empaque: Las flores se pueden empacar desde una caja o un ramo con una envoltura de polipropileno.
F. Conservación: Con agua se conservan bastante las flores y un jarro
G. Duración: 5 a 20 días

Fase de vida del producto

Las flores con una buena refrigeración pueden llegar a durar 3 semanas, pero mientras pasan los días del mes se van opacando, ya no van a estar igual de brillosas, es un producto perecedero, nosotros se lo entregamos al cliente totalmente brillosas y coloridas, bien cuidadas y con sus arreglos.

Comercializadora Zelandia S.A

10. 2 PROTOTIPO DE CONCEPTO “pieza grafica”

Función: Comercializar arreglos florales personalizables con una mayor vida útil

Características: Flores preservadas, arreglos personalizados, una excelente atención al cliente

Clientes: Personas las cuales les gusta dar un detalle único sin importar el precio. no el mismo arreglo que podrías conseguir en cualquier floristería.



Comercializadora Zelandia S.A

10.3 PROTOTIPO DE PRODUCTO “Modelo”

Funcionalidad: El empaque las flores al vacío y mantenerlas conservadas bajo – 0 ampliamos la vida útil de las flores y ayudamos el medio ambiente al utilizar un empaque biodegradable

Usabilidad: El empaque es biodegradable y tiene vida útil de 6 meses.

Forma: Como el del prototipo del modelo “esa forma ayuda a empaque al vacío y a la conservación de las flores”

Color: Multicolor “dependiendo de cada cliente”

Tamaños: Pequeño, mediano, grande.



11. MODELO RUNNING LEAN

Problema	Solución	Propuesta de Valor única	Ventaja Especial	Segmento de clientes:
<p>La falta de variedad de algunas flores y empaques, en el mercado muchas veces encontramos mucho de lo mismo, sin poder decidir que diseños nos podrían gustar con cierto tipo de flores, o que tipo flores queremos en el empaque si variadas o como muchas veces las da el mercado solo un tipo.</p>	<p>Nuestra empresa quiere dar variedad, tanto de flores y empaques, que el cliente elija a su gusto.</p>	<p>Una mejor forma de entregar, empacar y cuidar el producto “flores” ofreciendo una mejor experiencia.</p>	<p>Nos esforzamos por mejorar cada día en nuestro empaquetado de las flores para una buena protección y conservación, también en que los envíos sean mucho más rápidos en que puedan llegar antes de lo pedido.</p>	<p>- Clientes interesados en dar un buen detalle a una persona especial, o para ambientar algún evento, a un buen precio.</p>
	<p>Métricas Clave</p> <ul style="list-style-type: none"> - Una buena atención al cliente. - Calidad en las flores y empaques. - Un buen servicio a domicilio (Eficaz y rápido). 		<p>Canales</p> <ul style="list-style-type: none"> - Canales directos: Donde pueden encontrar página web, redes sociales, personal ejecutivo, personal. - Canales indirectos: Esto nos ayuda a llegar a los clientes mediante sitios web. Finalmente encontramos tiendas online, redes sociales, envíos contra entrega, etc. 	
<p>Estructura de costos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Costos indirectos de fabricación: Servicios públicos, seguros, mantenimientos, empaques, limpieza de instalaciones. 		<p>Fuentes de ingresos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mediante las ventas que hacen a través de envíos contra entrega. - A través de E-Commerce (Redes sociales y páginas de internet). 		

11.1 VALIDACION DEL LEAN CANVAS:

Segmentación de los clientes, porque para nosotros lo más importante es definir nuestros clientes y como estos se identifican con nuestros productos e idea de negocio, para ello se requiere un estudio de mercado, el cual nos identifique por medio de métodos de investigación cuales son nuestros clientes potenciales y como nos pueden ayudar a mejorar según sus expectativas sobre nuestros productos.

11.2 HIPOTESIS:

Según los datos recolectados de la investigación de mercados podremos determinar si nuestra idea de negocio es viable en el mercado o si podemos hacer un pivote con esta misma.

Comercializadora Zelandia S.A

11.3 VALIDACION DE LA IDEA DE NEGOCIOS

11.3.1 OBJETO DE INVESTIGACION

11.3.1.1 Objetivo general

- Consolidarnos como empresa en el mercado de las flores.

11.3.1.2 Objetivos específicos

- Conocer las opiniones de las personas encuestadas.
- Examinar las respuestas de las personas.
- Dar a conocer los tipos de flores.

11.4 TIPO DE INVESTIGACION

Nuestro tipo de investigación es cuantitativa porque vamos a recolectar datos y vamos a analizar números estadísticos, y también una encuesta de 8 preguntas con respuesta múltiple, para que así las personas que encuestemos nos dejen saber su opinión sobre las comercializar flores online.

Comercializadora Zelandia S.A

12. ENCUESTA

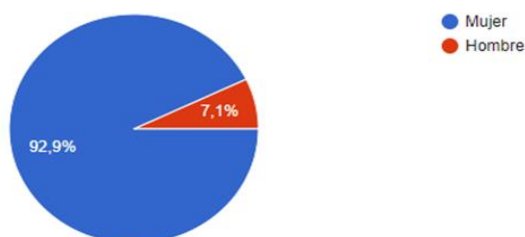
En esta encuesta respondieron personas que pudimos deducir que estaría en nuestro nicho de mercado, dejándonos dar su punto de vista en el tema de flores online, y darnos información para la viabilidad del proyecto.

Preguntas:

- 1) ¿Cuál es tu género?
- 2) ¿Cuál es tu edad?
- 3) ¿te gustaría saber de la innovación de las flores?
- 4) ¿te gustaría saber sobre el negocio de las flores?
- 5) ¿Estarías dispuesto(a) a conocer nuestra cuenta de Instagram?
- 6) ¿recomendarías nuestros productos que se encuentran en nuestra cuenta de Ig?
- 7) ¿qué presupuesto invertirías en un ramo de flores?
- 8) ¿Has comprado flores online?

Sexo

14 respuestas



Conclusión: La grafica nos muestra que el 92.9 % de personas encuestadas son mujeres.

Edad

14 respuestas

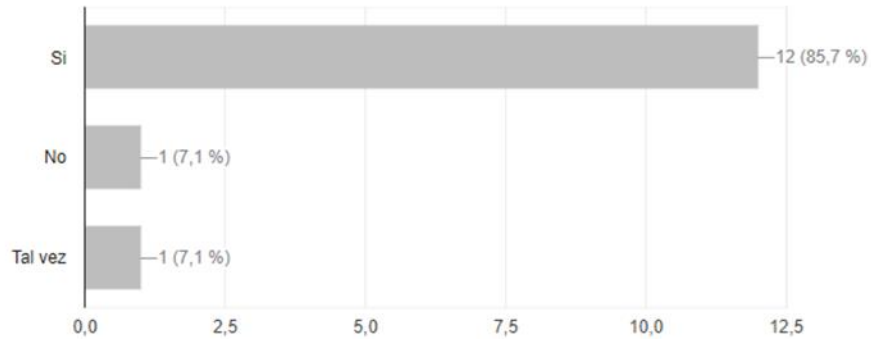


Conclusión: La grafica nos muestra que todos los encuestados tienen entre 16 a 25 años.

Comercializadora Zelandia S.A

Te Gustaría Saber de la Innovación de Las Flores

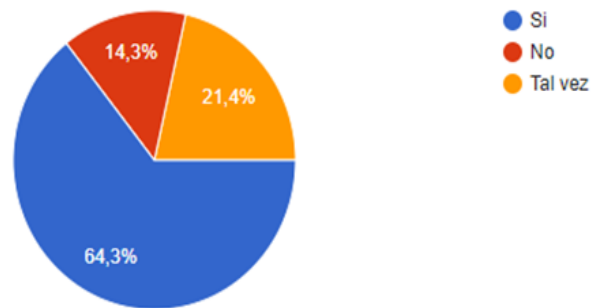
0 de 14 respuestas correctas



Conclusión: De acuerdo con la gráfica a un 85.7% de personas les gustaría conocer la innovación de las flores.

Te Gustaría Saber El Mercado De Las Flores

14 respuestas

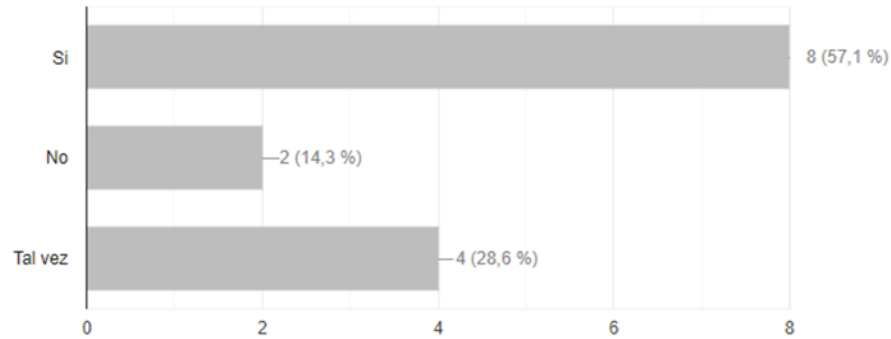


Conclusión: De acuerdo con la gráfica un 64.3 % de personas encuestadas les gustaría conocer el mercado de las flores.

Comercializadora Zelandia S.A

Te Gustaría Ingresar a Nuestra Cuenta de Instagram

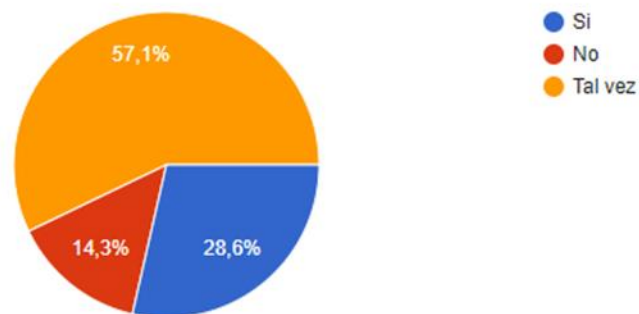
0 de 14 respuestas correctas



Conclusión: A 8 personas el 57.1% de personas encuestadas le gustaría ingresar a nuestra cuenta de Instagram.

Recomendarías Nuestro Productos Que Se Encuentran En La Cuenta De Instagram

14 respuestas

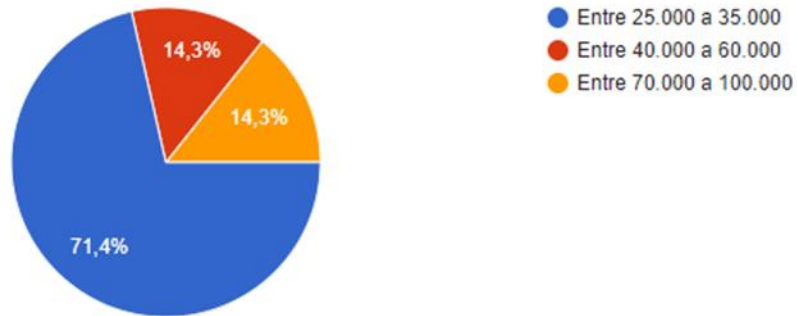


Conclusión: La grafica nos muestra que el 57.1% de personas recomendarían tal vez nuestros productos.

Comercializadora Zelandia S.A

Que Presupuesto Inverterias En Un Ramo De Flores

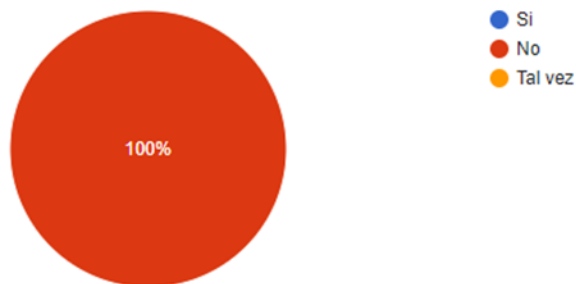
14 respuestas



Conclusión: De acuerdo con la gráfica el 71.4 % de personas encuestadas invertirían entre 25.000 a 35.000 en un ramo de flores.

Has Comprado Productos De Floristería Online

14 respuestas



Conclusión: La grafica nos muestra que ninguno de los encuestados ha comprado flores en línea.

Comercializadora Zelandia S.A

13. CONCLUSIONES

La idea de negocio que tenemos está muy bien evaluada en el entorno económico actual, ya que queremos adoptar las nuevas tecnologías para poder mejorar la atención al cliente, y así poder satisfacer sus necesidades en el mercado. ya que queremos mejorar nuestros sistemas de comunicación con nuestros clientes, escuchar sus quejas y mejorar nuestro producto en forma de las críticas que se nos presenten.

14. BIBLIOGRAFIA

- Dinero (2018) Top 5 de las flores colombianas que más se venden en el exterior. Obtenido de: <https://www.dinero.com/pais/articulo/cuales-son-las-flores-colombianas-que-mas-se-exportan/264237>
- Ittrends (2020) 5 tecnologías disruptivas para 2020. Obtenido de: <https://www.ittrends.es/negocios/2019/11/5-tecnologias-disruptivas-para-2020>
- Procolombia (Procolombia) flores. Obtenido de: <https://procolombia.co/node/1255>
- Medioambiente (2017) Así está el mercado de flores en Colombia. Obtenido de: <https://sostenibilidad.semana.com/medio-ambiente/articulo/mercado-de-las-flores-en-colombia-asi-esta-este-sector/38350>
- Ministerio de hacienda y crédito público (2019) Decreto 1165 de 2019. República de Colombia
- Congreso de Colombia (1993) ley 101 de 1993. Obtenido de. <https://www.minagricultura.gov.co/Normatividad/Leyes/Ley%20101%20de%201993.pdf>