



## GIFT SHOP (TIENDA DE REGALOS)

Presentado Por:

Paola Andrea Sandoval Fagua

Solanyi Zorrillo Garzon

Jhon Wiliam Urrego Martínez

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior

Administración En Servicios de Salud

Creación de Empresas Modelos de Innovación

Bogotá DC

2020

## Compromisos del Autor

Yo Paola Andrea Sandoval Fagua identificada con C.C 1030663569 estudiante del programa Administración En Servicios de Salud declaro 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.

Yo Solanyi Zorrillo Garzon identificada con C.C 100419113, estudiante del programa Administración En Servicios de Salud declaro 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.

Yo Jhon Wilian Urrego Martinez identificado con C.C 80137561 estudiante del programa Administración En Servicios de Salud declaro 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.



## INTRODUCCION

El presente trabajo tiene como objeto dar a conocer nuestra idea de negocio la cual consiste en la creación de una tienda virtual la cual se va a dedicar a la comercialización de productos comestibles y decorativos para toda ocasión, la cual busca suplir las necesidades que no ofrece la competencia ofreciendo innovación, facilidad de acceso y variedad en los productos.

## OBJETIVO

Implementar una idea innovadora y creativa a través de la creación de una tienda virtual la cual se va a dedicar a la comercialización de anchetas personalizadas para todo tipo de ocasión especial, que concentra en entender las necesidades de los clientes.

## CLAVES PARA EL ÉXITO

Para lograr éxito en nuestra idea de negocio es necesario elaborar un plan de negocio que nos permita cumplir con nuestros objetivos establecidos a corto, mediano y largo plazo, así como también establecer estrategias que nos permita conseguir lograrlo.

Una de las ventajas con las que cuenta nuestra idea de negocio es que nuestra tienda es virtual, lo cual evitara que los usuarios se tengan que desplazar a una tienda física y esto les permitirá ahorrar tiempo en desplazamientos, nuestros clientes podrán armar sus anchetas de acuerdo con sus gustos y presupuesto, la amplia gama de productos que se encontraran dispuestos para su compra.

# DESARROLLO DEL PROYECTO

## Modelos De Negocio

### 1. Descripción de la idea de negocio

Nuestra idea de negocio es la de crear una tienda virtual llamada Gift Shop la cual se dedicara a la comercialización de anchetas personalizadas según el gusto de cliente, teniendo como valor agregado que es el cliente quien armara su anqueta de acuerdo con el presupuesto que este disponga para la compra del producto, de igual forma el consumidor podrá elegir desde el recipiente, los alimentos y el diseño de la decoración, contaremos con servicio de entrega a domicilio sin recargo el producto será entregado en un tiempo máximo de 3 horas.

Con esta idea de negocio se busca dar solución a las necesidades de los clientes ofreciendo un servicio de calidad e innovación.

¿Cuál es el producto o servicio?

Nuestro producto será la comercialización de anchetas las cuales contienen alimentos comestibles diversos y objetos decorativos, estos alimentos será de marcas reconocidas del mercado por ende ofreceremos alimentos de óptima calidad, en cuanto al material con el cual será decoraran las anchetas estos serán elementos biodegradables y amigables con el medio ambiente generando con ello el cuidado del planeta, dado son perfectos para ser reutilizables como elementos decorativos.

¿Quién es el cliente potencial?

Nuestros clientes potenciales serán mujeres, hombres, estudiantes, empleados y amas de casa de todas las edades que quieran tener un detalle especial con familiar o amigo, los cuales podrán ahorrar tiempo en desplazamientos a que en su defecto no puedan salir de

casa, dado que la compra la podrán hacer por internet, correo electrónico o hacer su pedido por whatsapp.

¿Cuál es la necesidad?

Cubrir la necesidad que tienen los clientes los cuales carecen de tiempo o porque simplemente no pueden salir de su sitio de trabajo o casa, por esto les brindamos una alternativa y esta es que ellos podrán adquirir nuestros productos evitando desplazamientos incensarios así como también elegir los productos de su gusto y de acuerdo con su presupuesto.

¿Cómo?

Estableciendo diferentes canales de comunicación y publicidad para poder satisfacer sus necesidades.

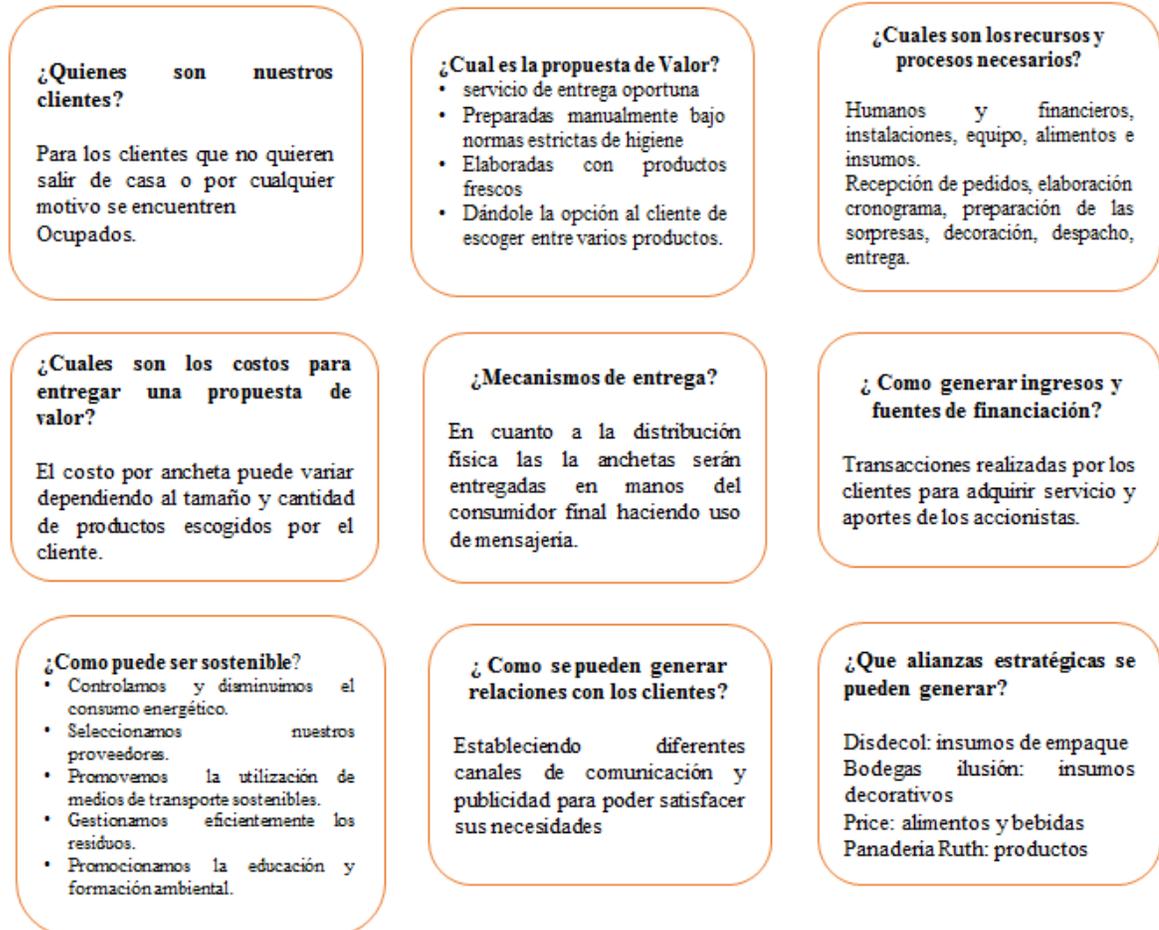
La idea de negocio se ubicara en la localidad de Keneddy, por su ubicación geográfica es de fácil acceso a la central de abastos de la ciudad lo cual nos permite adquirir los productos de forma rápida y eficiente, de igual forma al contar con diferentes vías de acceso permitiría que la entregado de los productos se realice sin mayores contratiempos, con ello lograremos que la operación de la idea de negocio opere de tal forma que no tengamos ningún tipo de contratiempo a la hora de contar con los insumos y su cadena de distribución.

¿Por qué lo preferirían?

- Porque nuestros productos se acogen dependiendo a la necesidad y la economía del cliente
- Garantía y calidad del producto
- facilidades de acceso a la hora de hacer el pedido y alternativas de comunicación.

- Valor agregado “calidad, servicio amabilidad y oportunidad”

## 2. MODELO DE NEGOCIO



2.1 Estructure la idea de negocio y defina el negocio a través del siguiente lienzo:

2.2 Escoja un modelo de negocio de ventas por Internet y responda estas preguntas:

El modelo de ventas escogido es el Punto a punto, teniendo en cuenta que es perfecto, dado que también podremos impulsar nuestra idea de negocio a través de las app que existen en el mercado a través de alianzas de negocio.

2.2.1 Como captará sus clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?

Teniendo en cuenta que nuestra tienda es virtual, esto permitirá evitar que nuestros clientes tengan que desplazarse a un establecimiento comercial, así las cosas podrán hacer su compra desde su sitio de residencia o lugar de trabajo a través de internet, con esto el cliente tendrá el beneficio de encontrar promociones, descuentos, variedad en los productos, disponibilidad y las entregas a domicilio.

2.2.2 Como y que alternativas ofrecerá a los clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?

Nuestros clientes podrán observar nuestro portafolio productos en nuestra tienda virtual y en las publicaciones que se realizaran a través de las redes sociales, allí encontraran una amplia variedad de productos de acuerdo con la necesidad y gusto del cliente.

2.2.3 Como cerrara la venta por Internet y cuáles podrían ser los métodos de pago utilizados acorde al modelo?

Inicialmente nuestro cliente se deben registrar en nuestra tienda virtual, una vez ves registrado podrá comenzar a adquirir nuestros producto de acuerdo con sus necesidades o gustos, en cuanto a los métodos de pago estos se podrán realizar a través de transferencias electrónicas y pagos contra entrega

### 3. INNOVACIÓN SOSTENIBLE

	Agua	Energía	Materias primas	Emisiones	Residuos
<p>Producto o servicio</p> <p>¿El producto tiene un eco diseño?</p>	NA	<p>1.Haciendo uso de los bombillos ahorradores</p> <p>2.Aprovechando la luz natural</p> <p>3.Apagar las luces que no se estén utilizando</p>	<p>1.Reducir gastos asociados al transporte</p> <p>2.Comprar al por mayor</p> <p>3.Modernizar las actividades de Marketing con herramientas asequibles</p> <p>2.Helio</p> <p>3.Empaques con todo tipo de material reciclable tales como; Cartón, hojas de cuadernos, envolturas de papas fritas, plástico, restos de madera entre otros</p>	NA	<p>1.Bolsas</p> <p>2.Plástico</p> <p>3.Papel</p> <p>4.Cartón</p> <p>5.Vidrio</p>
<p>Marketing</p> <p>¿Realiza algún tipo de campaña que favorezca al medio ambiente?</p>		<p>¿Qué medios de transporte utiliza?</p> <p>1.Bicicleta</p> <p>2. Caminar es un medio de transporte accesible</p>	<p>¿Qué materiales utiliza para las actividades de marketing?</p> <p>1.Tarjetas de fidelización</p> <p>2.Catalogos</p> <p>3.Publicidad en redes sociales</p> <p>4.Video Marketing</p> <p>5.Telemarketing</p> <p>6.Street Marketing</p>		

## 4. ANÁLISIS DEL SECTOR

### 4.1 Estrategia Océano Azul

Realicemos las lecturas y para desarrollar esta actividad deben apoyarse con el recurso de "Ejercicio Océano"

#### 1. Identifique quien es su competencia

Nuestra competencia son los establecimientos que se dedican a la venta de peluches y chocolates son cuales también han implementado la idea de vender anches similares a las ofrecidas por nuestra idea de negocio

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

Las variables mas importantes para nuestra idea de negocio, sin duda alguna son la de incrementar, debemos darnos a conocer en el mercado por lo tanto es necesario generar campañas publicitarias con el fin de que nuestros clientes sepan quienes somos, que hacemos, que productos ofrecemos. Por lo tanto debemos tener un amplio catálogo de productos con el fin de suplir las necesidades de nuestros clientes, a través de nuestra tienda virtual también queremos eliminar el marketing tradicional y la forma en la que se atiende al cliente ofreciendo un servicio mas amigable familiarizarse mas con nuestro clientes.

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

De acuerdo a la escala de valor nuestra idea de negocio tiene un 4, teniendo en cuenta en la forma en la cual se comercializaran y distribuirá nuestro producto.

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

Incrementar	Reducir	Eliminar	Mantener
Incrementar los canales de distribución de nuestros productos a nivel local así como también la publicidad.	El uso de materiales que afecten el medio ambiente.  Los tiempos de entrega de los domicilios.	Con nuestra idea de negocio queremos eliminar el marketing tradicional así como también la atención al cliente.	Catalogo de productos actualizado con los respectivos valores a fin de generar comodidad y confianza de nuestros clientes.

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

Idea de Negocio	Servicio de Domicilio	Precio	Calidad	Comodidad	Materiales contaminantes
Misceláneas	4	3	4	2	5
Gift Shop	5	5	5	5	3

Estrategia	Incremento	Incremento	Incremento	Incremento	Reducir
	Nuestros productos serán entregados el mismo día de la compra y este no superar un tiempo máximo de 3 horas.	Manejaremos productos de muy buena calidad a precio asequibles para todos nuestros clientes, según su necesidad.	Nuestros productos serán de primera calidad, así ofreceremos seguridad y tranquilidad a nuestra clientela.	La Facilidad que tendrán nuestros clientes a la hora de hacer sus compras de forma virtual.	Eliminaremos el uso excesivo de bolsas plásticas y elementos que atenten contra el medio ambiente.

## 4.2 Análisis de Porter

Las cinco fuerzas pueden ayudar a su idea a comprender la estructura del sector en el cual compite y elaborar una posición que sea más rentable y menos vulnerable a los ataques.

Para resolver realice la lectura "CINCO FUERZAS DE PORTER"

### Poder De Negociación Con Los Clientes.

Nuestros clientes nos van a preferir y valorar porque son ellos quienes van a tener el poder aparejar su anqueta de acuerdo con la disponibilidad de sus recursos económicos así como también en elegir que productos desea que contengan sus anquetas.

### Poder de negociación con los proveedores.

Para el tipo de productos y servicios que suministraremos, existen múltiples proveedores por lo que este tema no es de mayor impacto, así mismo contamos con alto poder de negociación de nuestros productos debido a la demanda.

### Amenaza De Productos Sustitutos.

Si bien nuestra idea de negocio no se centra en un solo producto, si existente amenaza y son las misceláneas o tiendas de peluches que han empezado a implementar esta estrategia de mercado.

### Amenaza de Productos Entrantes.

En cuanto a productos entrantes al mercado por lo general estos casi siempre inician sus labores con precios bajos.

Si tomamos en cuenta el análisis competitivo, considerando competidores potenciales y sustitutos.

Competidores reales: Misceláneas, tiendas de peluches y almacenes de cadena

Competidores Potenciales: Misceláneas, tiendas de peluches las cuales llegan trayectoria en el mercado

Rivalidad Entre los Competidores.

La rivalidad entre los competidores existentes es alta en el mercado, dado que existen establecimientos que tienen una amplia trayectoria en este sector, por lo cual tiene gran parte del mercado.

## 5. MARKETING MIX

### 5.1 Estrategias de Producto para clientes

**Núcleo:** teniendo en cuenta que nuestra idea de negocio es una tienda virtual dedicada a la comercialización de anchetas para toda ocasión, para la elaboración de estas anchetas utilizaremos productos comestibles y bebidas de primera calidad.

**Calidad:** la calidad de los productos para la elaboración de las anchetas será de primera, dado que se adquirirán a empresas reconocidas en el mercado, dando así seguridad a nuestros clientes ya que estos productos no serán de dudosa reputación.

**Envase:** la presentación de nuestro producto se hace en la elaboración de una anqueta con artículos comestibles o decorativos, este envase se elabora o decora con productos tales como cajas de cartón de material biodegradable y decorada así como también en cajas de madera, vasos y son decoradas con un moño o un globo.

Diseño: el diseño del producto puede variar de acuerdo con los artículos que el cliente desee que contenga su anqueta.

Pero en la búsqueda de ser recordados por nuestros clientes manejaremos decoraciones, logo, productos y servicio que nos identifiquen ante nuestros clientes.

Servicio: nuestro servicio al cliente será amigable con nuestra clientela, siempre atento a resolver sus dudas y asesorándolo a la hora de elegir nuestros productos, dado que nuestros clientes son la razón de ser de nuestro emprendimiento.

### 5.1.1 Estrategias de Producto para clientes

Pensando en tu seres amados, como llegar a ellos en momentos especiales en tienda GIFT SHOP hacemos que tu detalle sea especial por eso tenemos estas opciones para agradecer y motivar a quienes comparten contigo un momento especial.

Anchetas de amor y amistad
1 litro Cerveza Heineken
1 Caja de barquillos Piazza
1 Maní la especial 200 Gr
1 Bon Yurt
1 Gomas Trululu 10 gr
1 Chokolatina Jumbo de 100 gr
1 Galleta cocosett
1 Crema Jet
1 Ners
1 Chomelos
Decoración “globo metalizado o latex, Caja en madera o Carton y un moño en cinta”

Cumpleaños
1 Papas Pringles
1 Cerveza 330 en lata “corona, Heineken, Budweiser“
1 M&M
1 Mani la especial
1 Chcolatina Jumbo 100 g
1 Nectar de Frutto 300 ml
1 Alpinett 140g
1 Ners
1 Gomas Super 100 gr
1 Brownie mama mia 100 gr
Decoración “globo metalizado o latex, Caja en madera o Carton y un moño en cinta”

Valor \$ 60.000

Anchetas de Noviazgo
1 Caja De 8 Chocolates Ferrero Rocher
1 Mani la especial 200 Gr
1 Papas Pringles Pequeñas
1 Cerveza de 330 “corona, Heineken, Budweiser“
1 Paquete de Galletas Mini Oreo
1 Ponque Pinguinos Bimbo
1 Crema de chocolatina Jet
1 Dulces Skittles
1 Bon Yurt
1 Lata de Salchichas Zenu 150 gr
Decoración “globo metalizado o latex, Caja en madera o Carton y un moño en cinta”
Valor \$ 80.000

Valor \$ 80.000

Anchetas dia del padre
1 Sixpack de cerveza “corona, Heineken, Budweiser o artesanal”
1 Mani la especial 200 Gr
1 Caja de barquillos Piazza
1 Chocolatina Premium Mont Blanc o Hersheys
1 Papas Pringles
1 Cabanos Zenu 160 g
1 Brownie Mama Mia 100 g
1 Galleta Cocosett
1 Avena Alpina 250 ml
1 Tarjeta Dedicatoria
Decoración “globo metalizado o latex, Caja en madera o Carton y un moño en cinta”
Valor \$ 100.000

Anchetas día de la madre

1 Bombom Raffaello x 3 unidades
1 Nectar Frutto Botella x 300 ml
1 Gomitas Trululu
1 Chocolatina Premium Mont Blanc o Hersheys
1 Yogrut Griego Alpina vaso x 150 gr
1 Dulces Skittles

Anchetas navideñas

1 Queso Holandés Alpina 250 gr
1 Vino Peñasol Tinto o Blanco 750 ml
1 Frasco de duraznos 280 gr
1 Arequipe vaso 220 gr
1 Caja de barquillos Piazza
1 Lata de salchichas Zenu150 gr

1 Maní la Especial 200 Gr
1 Mámelos Millows
1 Lata de Salchichas Zenu gr
1 Tarjeta Dedicatoria
Decoración “globo metalizado o latex, Caja en madera o Carton y un moño en cinta”
Valor \$ 100.000

1 Taco de galleta Saltin Noel 110 gr
1 Caja De 8 Chocolates Ferrero Rocher
1 Mani la especial 200 Gr
1 M&M
Decoración “globo metalizado o latex, Caja en madera o Carton y un moño en cinta”
Valor \$ 100.000

## 5.2 Estrategias de Precios

<b>Mano de Obra directa-Recurso Humano</b>		
<b>Cargo</b>	<b>No de Empleadores</b>	<b>Sueldo</b>
Empacador/a	1	\$ 830.000
Cajero/a	1	\$ 950.000
Vendedor o/a	1	\$ 1.000.000
Mensajero	1	\$ 850.000
Total		\$ 3.630.000

<b>Insumos-Compras mensuales por consumo aproximado</b>				
<b>#</b>	<b>Insumo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Pesos/Unidad</b>	<b>Total</b>
1	Canastas	30	\$ 10.000	\$ 300.000
2	Bandejas	30	\$ 10.000	\$ 300.000
3	Dulces	Paquetes x 100 (3)	\$ 30.000	\$ 90.000
4	Licores	10	\$ 45.000	\$ 450.000
5	Papel Celofan	Paquetes x 12 (2)	\$ 7.500	\$ 15.000
6	Frutas		\$ 50.000	\$ 50.000
7	Rosas	Paquetes x 12 (7)	\$ 12.000	\$ 84.000
8	Perfumes	7	\$ 30.000	\$ 210.000
9	Peluches	35	\$ 10.000	\$ 350.000
10	Chocolates	Paquetes x 12 (3)	\$ 30.000	\$ 90.000
11	Galletas	Paquetes x 12 (3)	\$ 30.000	\$ 90.000
12	productos alimenticios		\$ 100.000	\$ 100.000
13	Tarjetas Personalizadas	100	\$ 1.000	\$ 100.000

14	Marcadores	Paquetes x 12 (1)	\$ 30.000	\$ 30.000
15	Globos	Paquetes x 50 (2)	\$ 15.000	\$ 30.000
16	Helio	1	\$ 450.000	\$ 450.000
17	Papeleria	1	\$ 30.000	\$ 30.000
Total				\$ 2.769.000

<b>Resumen Costos y Gastos por Mes</b>	
<b>Concepto</b>	<b>Valor</b>
Recurso Humano	\$ 3.630.000
Insumos de Consumo	\$ 2.769.000
<b>Total</b>	<b>\$ 6.399.000</b>

<b>Costos Variables</b>	<b>Total</b>	<b>Costos Fijos</b>	<b>Total</b>
Insumos de -Consumo	\$ 2.769.000	Recurso Humano	\$ 3.630.000
Energia	\$ 250.000	Arriendo-Local	\$ 1.000.000
Agua	\$ 168.000	<b>Total</b>	<b>\$ 4.630.000</b>
Acueducto	\$ 85.000		
Aseo General	\$ 80.000		
<b>Total</b>	<b>\$ 3.352.000</b>		

<b>Nombre</b>	<b>Precios</b>
Anchetas de amor y amistad	\$ 60.000
Anchetas de cumpleaños	\$ 80.000
Anchetas de Noviazgo	\$ 80.000
Anchetas día de la madre	\$ 100.000
Anchetas día del padre	\$ 100.000
Anchetas navideñas	\$ 100.000
<b>Total</b>	<b>\$ 520.000</b>

### 5.3 Estrategia de distribución

Como estrategia de distribución GIFT SHOP se realiza por Social Media Marketing (SMM) la cual permite la participación directa con los clientes, se cuenta con cuentas en Facebook, Instagram, YouTube y Twitter para promover sus productos/servicios y construir

un vínculo más cercano y familiar con nuestros clientes, es importante aclarar que esta estrategia está ligada y va de la mano con toda la operación de abastecimiento, producción y entrega con la promesa de valor de justo a tiempo, sin perder la calidad, diseño e innovación, las entregas serán realizadas por el personal directo de la compañía en pro de evitar contratiempos con nuestros clientes y asimismo poder tener la retroalimentación y garantizar la satisfacción.

### 5.3.1 Estrategia de comunicación

Dado que nuestra idea de negocio es la creación de una tienda virtual la cual se dedicara a la comercialización de alimentos empacados en anquetas, la estrategia de comunicación se hará a través de las redes sociales las cuales tiene una amplia cobertura y por ende llegara a muchos usuarios así mismo utilizaremos nuestros contactos personales y se hara la publicidad a través de whatsapp, con esto el cliente tendrá el beneficio de encontrar promociones, descuentos, variedad en los productos, disponibilidad y las entregas a domicilio.

Estrategia	Objetivo Smart	Como llegara al objetivo	Quien (con que medio o personas se apoyara)	Cuando (Tenga presente la fecha)	Donde (defina especificamente el lugar donde lo realizara)	Valor (Aproximación al costo)
Producto	Productos de Calidad y decoraciones especiales	Adquiriendo los alimentos en los almacenes mayoristas	Con los fabricantes de alimentos y los almacenes mayoristas	Adquiriendo los productos de forma mensual,	A los almacenes mayoristas o cadenas de alimentos directamente	El costo de los productos variarían dependiendo la cantidad a comprar los cuales oscilan entre 1,000,000 y 2,000,000
Precio	Brindar precios de Venta asequibles a todos los clientes	Ofreciendo precios cómodos en pro de nuestros clientes	Comprando productos al por mayor y buscado siempre un costo mínimo así brindar precios bajos	Estos variaran de acuerdo a la cantidad de productos adquiridos por el cliente	según la ubicación geográfica del sitio de la entrega del domicilio entre mas cerca, así mismo se reduce el costo del producto	El costo varia de acuerdo con la cantidad de alimentos que el cliente quiera incluir en las anchetas.
Promoción y comunicación	Se realizaran promociones diversas a lo largo del año y esta se publicaran en las redes sociales	Lanzar promociones mensuales para conseguir mas clientes y conseguir comunicación voz a voz	Nosotros haremos las campañas publicitarias las vamos a realizar a través de nuestras redes sociales, correos electrónicos y cadenas de whatsapp	De forma semanal, quincenal y mensual	A través de la redes sociales, correos electrónicos y mensajes de whatsapp	el costo pude oscilar entre \$ 200,000 y \$ 300,000 una publicación mensual en una der social
Distribución	Entrega Inmediata	Buscando medios de transporte que hagan más efectiva la entrega de los productos	Usaremos plataformas que nos indiquen el estado de transito de las vías y haciendo una planeación antes del envío del producto	a la hora de hacer el alistamiento del producto, se hará la planeación de la ruta y su posible vía alterna	En el sitio donde se almacena y se alistan los productos la hora de hacer el alistamiento del producto.	Los gastos mas significativos son el manteamiento y combustible de la motocicleta que es hará las entregas

## 6. PLAN DE NEGOCIOS.

Nombre de la Idea		
Pasos	Objetivos	Resultados
Paso 1, Diagnostico del Mercado	a. Identificación del Sector	Detalles, obsequios, regalos, presentes, creatividad y felicidad
	b. Identificar marcas en competencias	Misceláneas, almacenes de cadena, tiendas on line, Tiendas de pelanas.
	c. Soluciones principales y Alternativas	Envíos a domicilios, trasferencias electrónicas, económicos, se diseña al gusto del cliente
	d. Tendencias del mercado	Detalles para toda ocasión con comestibles, utilización de material biodegradable, decoraciones agradables

	e. Arquetipo de la Marca	Creador, amante, mago, heroe, inocente
Paso 2, Realidad Psicologica de la marca	a. percepción de la marcas de la competencia	Productos surtidos, variedad, diseño
	b. identificar variables del	Colores, olores en la decoración
Paso 3, Posicionamiento	a. Identificar Top of mind	Si bien la generalidad de top of mind se encuentra ligada al concepto de valor de la marca, para nuestro caso en especial no se encuentra una marca reconocida en el mercado que se dedique a la comercialización exclusivamente de anchetas.
	b. identificación top of heart	En cuanto al top of heart, básicamente los clientes se identificarán porque es un producto para un ser querido.
Paso 4, Realidad material de la marca	traducir nuestra propuesta de valor en la marca	Dirigido a todo tipo de cliente, con calidad, variedad, según el gusto del cliente y economía
paso 5, Estrategia de Comunicación	desarrollar acciones continuas para la introducción de la marca en el mercado, que estén ligadas a las mediciones tecnológicas y de redes sociales	Crear una cuenta en la Red Social de Instagram y hacer campañas publicitarias en esta aplicación así como también en Facebook

## 6.1 Creación de Logo de nuestra idea de negocio



## 7 ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL

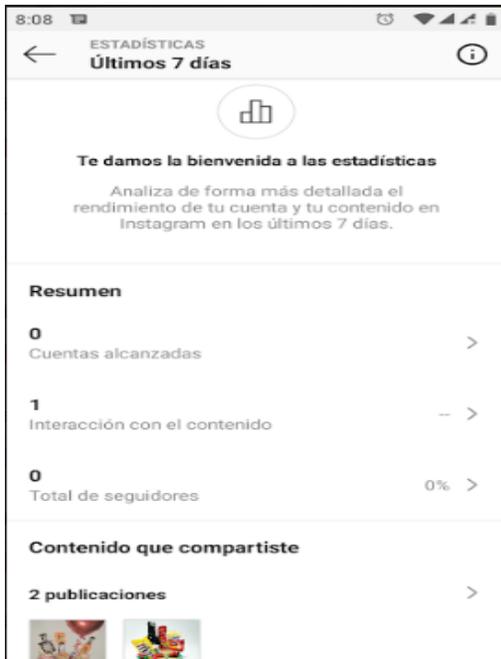
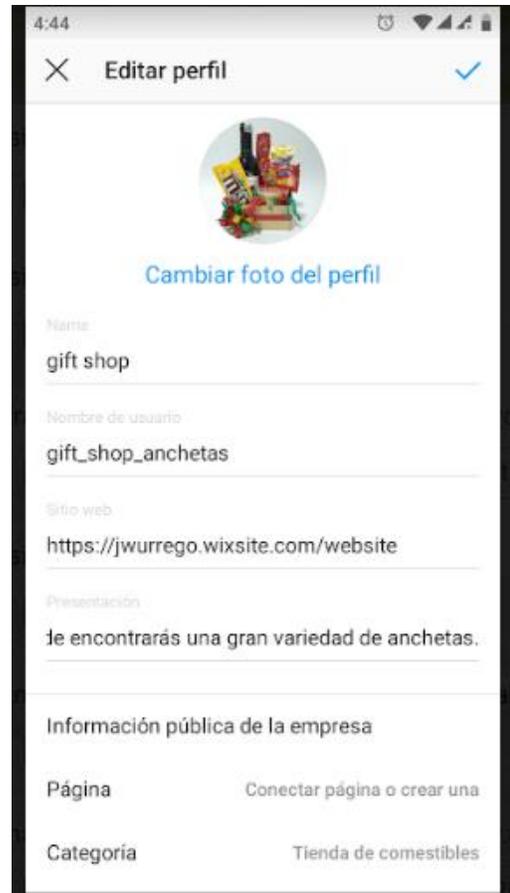
Diseño y creación del sitio web:

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

La herramienta digital que usaríamos para dar a conocer nuestra idea de negocio, es la creación de una pagina WEB, donde se den a conocer todos los productos que podemos ofrecer a nuestros clientes.

Como estrategia de Marketing Digital se creo una cuenta empresarial en la red social Instagram,

- Campaña Creativa
- Vinculación de la cuenta WIX a instagram,
- En Wix solo nos aparecía la red social de Facebook, como canal de venta se trato de hacer la vinculación de la cuenta pero, carecemos de conocimientos en este tema ya que esta pagina de WIX es un poco lenta y complicada de manejar

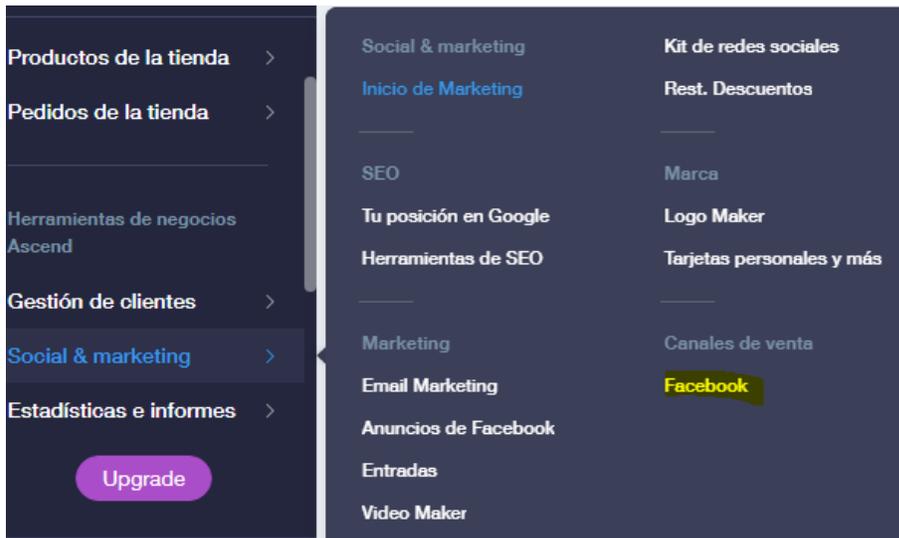


Creación de una cuenta en Instagram

- Vinculación de cuenta Wix a Instagram



## Campana Creativa



Vinculación de cuenta Wix a facebook

## 8 MÉTRICAS CLAVES

### CAC

La campaña publicitaria se hace a través de Facebook, la cual tiene un costo diario de \$ 5.000, y por 11 días de pausa publicitaria tedaríamos que pagar la suma de \$ 55.000

Al termino del ejercicio solo 6 usuarios visitaron nuestra página web o en su defecto le dieron me gusta

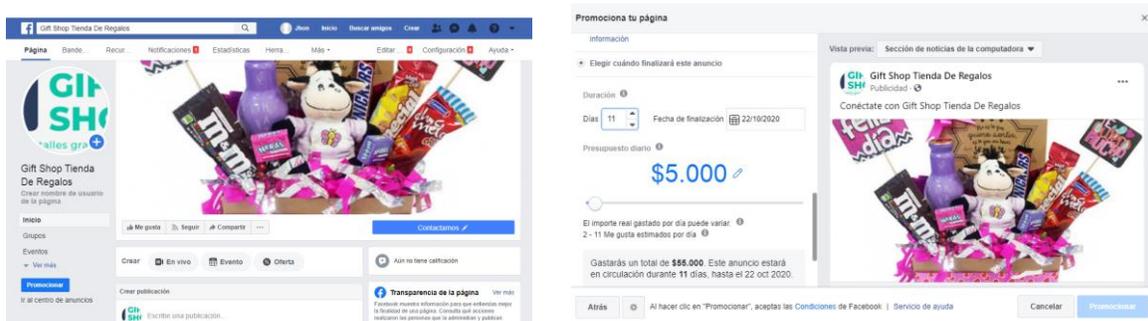
Por lo tanto el costo invertido por haber adquirido a cada cliente fue de \$ 9.166

LTV

En caso Hipotético que la campaña publicitaria se realice a través de Facebook, la cual tiene un costo diario de \$ 5.000, y por 11 días de pausa publicitaria tedaríamos que pagar la suma de \$ 55.000

Si al término del ejercicio solo 2 usuarios compran nuestros productos el cual tiene un valor cada uno de \$60.000, tendríamos una venta total de \$ 120.000, pero al descontar el valor de la publicidad estaríamos generando pérdidas teniendo en cuenta que las expectativas en las ventas a través de esta campaña publicitaria no es rentable.

Por consiguiente se debe generar una estrategia de mercadeo para que la ganancia por unidad, sea superior al valor del costo por unidad vendida.



## 9. UBICACIÓN O LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO (EMPRESA), TENIENDO EN CUENTA LOS CONCEPTOS DE MACRO LOCALIZACIÓN Y MICRO LOCALIZACIÓN

Si bien nuestra idea de negocio es la creación de una tienda virtual la cual se dedique a la comercialización de anchetas para toda ocasión, la planta de elaboración, empaqueo y distribución estará ubicada en la localidad de Kennedy mas exactamente en el barrio Carrera 79 m # 38 C sur 14. Este sitio tiene como ventaja que es muy cercano a la central de Corabastos, es allí donde adquiriremos los productos para la elaboración de nuestras anchetas, así como también su ubicación permite que la entrega de las anchetas sea mucho mas rápido dado que es un sitio que se no encuentra tan retirado de otras localidades,

adicionarme este un sector muy comercial lo cual permite también la instalación de un punto de venta de forma presencial.

## 9.1 Localización de Proyecto

### Macro localización:

Las variables que se tienen en cuenta en el momento de decidir en donde se va a instalar el proyecto de la tienda virtual dedicada a la venta de anchetas en la localidad de Kennedy son las siguientes en cuanto a macro localización:

- Tipo de lugar: la ubicación de la idea de negocio es ideal teniendo en cuenta la cercanía que se tiene con la central de abastecimiento de la ciudad como lo es Corabastos dado que allí adquiriremos los productos para armar las anchetas.
- Ubicación: es favorable dado que las instalaciones no quedan tan retiradas del centro de la ciudad y la distribución de los productos se haría de forma rápido dado que existen varias vías principales.
- Las instalaciones se encuentran ubicadas en un sector residencial y a su vez comercial, lo cual también permite hacer ventas de las anchetas en una tienda física.
- La localidad cuenta con agua potable, energía, comunicación además de contar con vías óptimas para el desplazamiento de vehículos y transeúntes.

### Micro localización:

Lo primero que se tiene en cuenta para la micro localización es el contar con el inmueble en la localidad de Kennedy por su ubicación geográfica es adecuado además de ser un sector residencial y comercial con bastante flujo de personas, también se realizara una revisión del entorno para corroborar que no haya ningún vecino indeseable o establecimiento que pueda afectar en el uso del servicio que ofrecemos.

Instalaciones: defina los requerimientos en infraestructura, adecuaciones, maquinaria y equipo, muebles y enceres y demás activos

**Infraestructura:** Las instalaciones de la idea de negocio no es necesario que sean tan grandes, dado que allí no se van a fabricar productos, solo se almacenaría en pequeñas cantidades alimentos ya fabricados.

**Adecuaciones:** No representan mayor inversión teniendo en cuenta que solo necesitaremos estantería para el almacenamiento de los productos.

**Maquinaria y Equipo:** Para nuestra idea de negocio no se requiere maquinaria y/o equipos pues los productos para elaborar las anchetas ya se encuentran fabricados.

**Muebles y enceres:** Si bien es un gasto este no es representativo, se necesitaran un escritorio pequeño, computador, celular con datos, teléfono fijo, impresora y dos estantes.

Por lo anterior para el funcionamiento del negocio si es necesario un lugar de operaciones

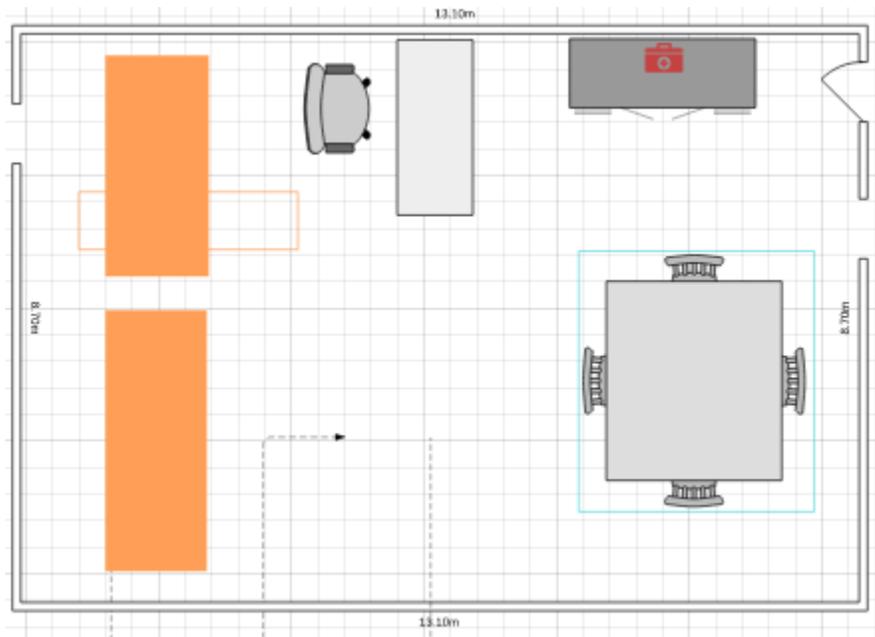
#### Requerimientos de la Inversión

<b>Tipo de Activo</b>	<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario*</b>	<b>Requisitos técnicos**</b>
Infraestructura – Adecuaciones	Lote	0	N/A	N/A
	Adecuación de áreas de operación	0	N/A	N/A
Equipo de comunicación y computación	Computador de mesa	1	\$ 1.77.900	Memoria RAM 4 GB Capacidad Disco D. 1000 GB Tipo Procesador Intel Core I3 Tamaño Pantalla 21.5 Pulgadas
	Impresora	1	\$ 639.000	Inyección De Tinta Tipo de Insumo Botellas

				Botella Epson T544 Sistema Alimentación Automática Velocidad Impresión Blanco/Negro 33 Pag X Min
	Teléfono de mesa	1	\$ 98.0000	Conexión inalámbrica
Muebles y Enseres y otros	Escritorio de en L	1	\$ 269.000	Recubierto de Melamina Ancho Frente (Cm) 120 Alto (Cm) 75 Fondo del Mueble (Cm) 50
	muebles de sala de estar	1	\$ 959.900	- Sofá: 100 cm largo x 65 cm ancho x 70 cm alto. - Poltrona: 60 cm largo x 65 cm ancho x 70 cm alto. - Puff: 50cm largo x 55 cm ancho x 35 cm alto. - Mesa de Centro: 64 cm largo x 50 cm ancho x 32 cm alto.
	silla tipo escritorio	1	\$ 130.000	- Material Cuero sintético - Ancho 57 centímetros - Alto 86 centímetros - Color Negro - Material estructura 45% PVC - Capacidad 90 kl máximo
	Estantería	2	\$ 209.000	Material: Lámina
	Archivador	1	\$ 561.900	Alto 102 cm Ancho 47 cm Tipo Archivadores Metálicos Fondo 60 cm Capacidad 55 kl por cajón, Segun el ancho De 30 a 60 cm Según el alto De 90.1 a 160 cm
	Gastos pre-operativos	Constitución		
Apertura				
Registro				

## Plano de Sitio de Operaciones

Para el sitio de operaciones de la idea de negocio, solo se requiere un escritorio con su equipo de cómputo y telecomunicaciones y su respectiva silla, así como también un archivador, una sala de estar y dos estantes para ubicar los productos, tal como se evidencia en el plano.

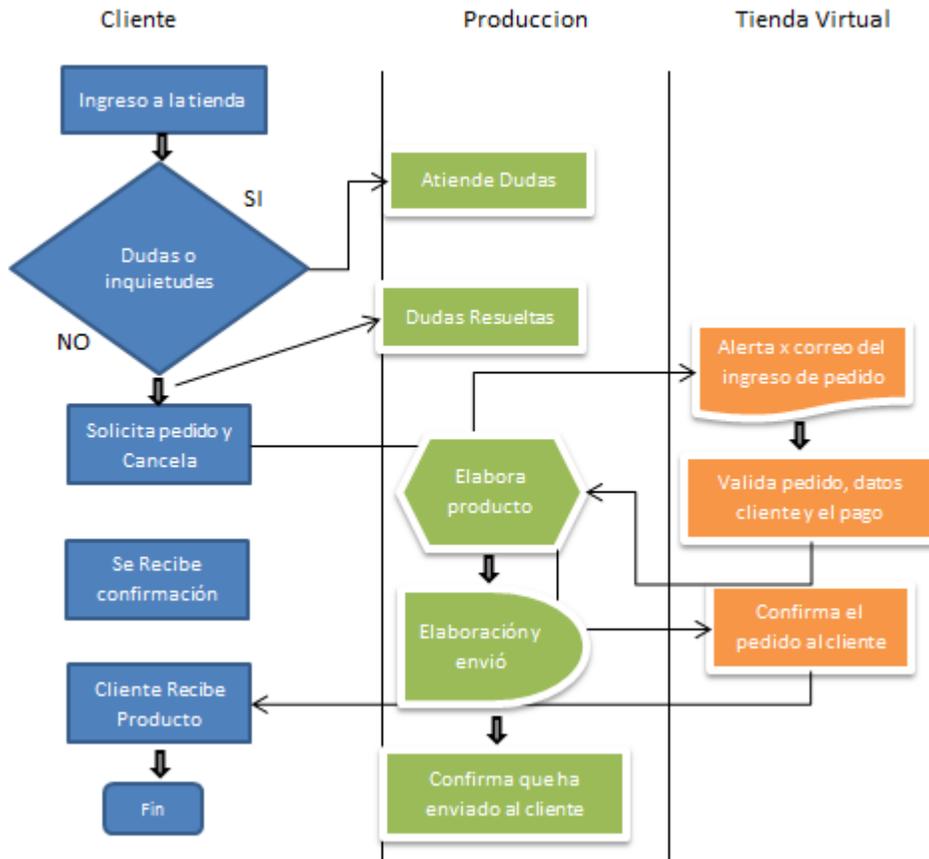


## 10. INGENIARIA DE PROYECTO

El proceso que se debe seguir para la elaboración de nuestro producto es el siguiente:

- Inicialmente el cliente debe hacer su pedido, bien sea por whatsapp, correo electrónico, llamada telefónica o a través de la tienda virtual y hacer el respectivo pago del producto seleccionado.
- Una vez verificada la transferencia electrónica se procede a elaborar la anqueta de acuerdo con las especificaciones y los productos solicitados por nuestro cliente.
- se validan datos de la entrega del producto y se procede a enviar el producto por mensajería en motocicleta.

## Flujo grama de proceso



La materia prima que necesitaremos para la elaboración de nuestro producto es el siguiente:

<b>Insumos-Compras mensuales por consumo aproximado</b>				
#	Insumo	Cantidad	Pesos/Unidad	Total
1	Canastas	30	\$ 10.000	\$ 300.000
2	Bandejas	30	\$ 10.000	\$ 300.000
3	Dulces	Paquetes x 100 (3)	\$ 30.000	\$ 90.000
4	Licores	10	\$ 45.000	\$ 450.000
5	Papel Celofan	Paquetes x 12 (2)	\$ 7.500	\$ 15.000
6	Frutas		\$ 50.000	\$ 50.000
7	Rosas	Paquetes x 12 (7)	\$ 12.000	\$ 84.000
8	Perfumes	7	\$ 30.000	\$ 210.000
9	Peluches	35	\$ 10.000	\$ 350.000
10	Chocolates	Paquetes x 12 (3)	\$ 30.000	\$ 90.000
11	Galletas	Paquetes x 12 (3)	\$ 30.000	\$ 90.000
12	productos alimenticios		\$ 100.000	\$ 100.000

	Diversos			
13	Tarjetas Personalizadas	100	\$ 1.000	\$ 100.000
14	Marcadores	Paquetes x 12 (1)	\$ 30.000	\$ 30.000
15	Globos	Paquetes x 50 (2)	\$ 15.000	\$ 30.000
16	Helio	1	\$ 450.000	\$ 450.000
17	Papeleria	1	\$ 30.000	\$ 30.000
Total				\$ 2.769.000

Bien/Servicio: Elaboración de anchetas personalizadas			
Unidades a Producir: Entre las 1500 y 200 anchetas en el mes			
Cargo	Número de Personas que Intervienen en el cargo	Tiempo Estimado de Realización (Minutos/Horas)	Equipos y Maquinas que se utilizan. capacidad de producción por máquina (cantidad de producto/unidad de tiempo)
Recepcionista	1 persona encargada: Recibir y recolectar los pedidos del Cliente -Diligenciar las ordenes de pedido -Diligenciar el formato de Solicitud de Material	30 minutos como mínimo y 1 Hora Máximo	Mano de obra (5 empleados) (50 pedidos al día). Horario laboral de 6:am a 10:00pm. Todos los días
Proceso: Chequeo De Inventario Y Órdenes De Compra			
Gerente	-Recibir y alistar insumos disponibles de la orden de Materiales.	Realizar inventario Trimestral	Bodega
Proceso: Despacho Y Domicilio De Desayunos			
Mensajero	-Portar Datafono y Sello para evidenciar la cancelación de las facturas de venta	-Despachar en tres horarios 6:00, 8:00 y 10:00 am.	Despacha de 10 a 20 pedidos por día
Elaboración Y Empacado De Comestibles			

Cocinero	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Revisar Órdenes de Pedido -</li> <li>Preparación de alimentos necesarios por Orden de pedido.</li> <li>-Empaque en desechables de los alimentos preparados -</li> <li>Acomodar estéticamente los alimentos en la canasta de mimbre</li> <li>- Diligenciar formulario de Orden de Salida (Firma cocina)</li> </ul>	30 minutos por pedido	Por hora despacha dos pedidos
----------	---	-----------------------	-------------------------------

## 11. FICHA TECTICA

	<b>GIFT SHOP (TIENDA DE REGALOS)</b>	
	CODIGO GS001	VERSIÓN No 001
FECHA 03/11/2020		
<b>FICHA TECNICA DEL PRODUCTO</b>		
<b>A. NOMBRE DEL PRODUCTO ( Defina el nombre tecnico del producto)</b>		
Anchetas Personalizadas		
<b>B. COMPOSICION DEL PRODUCTO EN ORDEN DECRECIENTE</b>		
Preparar anchetas para ocasiones especiales, las cuales contienen los siguientes productos: barras de chocolates, bebidas alcohólicas "cerveza o Vino", papas en tarro, gomas azucaradas, galletas integrales, galletas de soda, galletas de alfajor, crema de chocolate, maní confitado, maní salado, ponqués de sabores, brownie de sabor a chocolate, dulces de sabores, jugos de diversos sabores, bebidas lácteas, frutas frescas, Bombones de chocolate, mámelos, dulces con relleno de chocolate, recipiente en madera o cartón, moño decorativo, globos.		
<b>C. PRESENTACIONES COMERCIALES</b>		
Unidad		
<b>D. TIPO DE ENVASE</b>		
Cajas de carton, cajas de madera y cintas plasticas		
<b>E. MATERIAL DE ENVASE</b>		
Madera reutilizable y carton biodegradable		
<b>F. CONDICIONES DE CONSERVACION</b>		
Temperatura el medio ambiente		
<b>G. TIPO DE TRATAMIENTO (PROCESO DE ELABORACION)</b>		
N/A		
<b>H. VIDA UTIL ESTIMADA</b>		
1 Año a partir de su elaboracion		
<b>I. PORCION RECOMENDADA</b>		
30 gramos por producto		
<b>J. PERFIL DE QUIEN INTERVIENE EN EL PROCESO</b>		
Las personas que intervendrían en este proceso inicialmente serían los integrantes del proyecto 3 personas, quienes serán los encargados de las compras, domicilios y toma de pedidos, los cuales tendrán una asignación salarial de 1 smmlv.		
<b>K. GRUPO POBLACIONAL</b>		
Pablacion en general excepto personas con problemas diabeticos		
<b>Firma del responsable del producto:</b>	<b>REPRESENTANTE LEGAL</b>	
producto	Jhon Wilian Urrego Martinez	<b>Firma:</b>

12. LLENAR LA PLANTILLA DE PMV TENIENDO EN CUENTA EL RESULTADO DE LA CAMPAÑA PUBLICITARIA REALIZADA A SU PRODUCTO CON EL FIN DE REALIZAR UNA MEJORA.

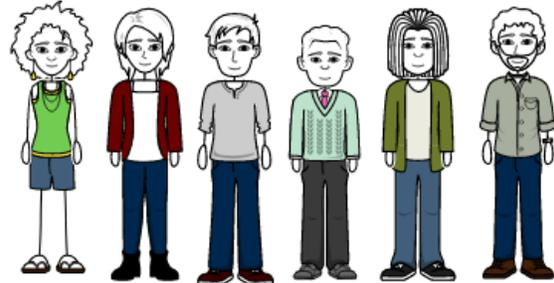
<https://www.storyboardthat.com/account/logon?ReturnUrl=%2Fteam-edition%2Fcopy-storyboard%2Fes-examples%2Fplantilla-mvp>

### ¿Que problema estas tratando de resolver?



Como hacer llamativo el producto, para que este tengo un impacto positivo hacia los clientes

### ¿Quién es tu público objetivo?



Nuestro publico objetivo, son clientes entre 12 y 60 años, que buscan adquirir un producto bonito, económico y que sea de calidad, las cuales brinden las expectativas de los mismos.

### ¿Cómo resolverás este problema?



A través de campañas publicitarias, dando a conocer mas a fondo el producto, sus beneficios y sus precios así como también las diferentes formas de adquirirlo.

### Cuál es el primer paso?



Elaborar una estrategia de mercadeo que sea llamativa para los clientes, la cual genere curiosidad a los mismo para que terminen preguntando por el producto.

