



OSCAR ALBERTO HENAO DUCUARA

C.C. 1.003.951.433

JUAN CARLOS RODRIGUEZ OSORIO

C.C. 80.255.693

ALEXANDER CIFUENTES MARULANDA

C.C. 7.140.659

CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACION SUPERIOR- CUN

2020 B

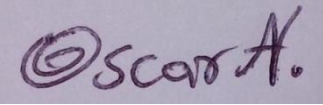
Pagina web: www.practilunch.com

Instagram: @PractiLunch

COMPROMISO DE AUTOR

Yo, Oscar Alberto Henao Ducuara con cédula de identidad 1.003.951.433 de Neiva, y alumno del programa académico Administración de Empresas, 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.

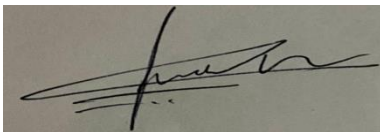
Firma: 

COMPROMISO DE AUTOR

Yo, Juan Carlos Rodríguez Osorio con cédula de identidad 80.255.693 de Bogotá, y alumno del programa académico Dirección y Producción de Medios , 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.

Firma:

A rectangular box containing a handwritten signature in black ink. The signature is cursive and appears to read 'Juan Carlos Rodríguez Osorio'.

COMPROMISO DE AUTOR

Yo, Alexander Cifuentes Marulanda con cédula de identidad 7.140.659 de Santa Marta , y alumno del programa académico Administración Agroindustrial, 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.

Firma:

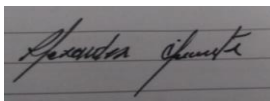
A rectangular box containing a handwritten signature in black ink. The signature is cursive and appears to read "Alexander Cifuentes Marulanda".

TABLA DE CONTENIDO

1. Resumen ejecutivo
2. Introducción
3. Objetivo general
4. Objetivos específicos
5. Claves para el éxito
6. Análisis del entorno y context de la idea de negocio
7. Objetivos de desarrollo sostenible
8. Teoría de valor compartido
9. Tecnologías disruptivas
10. Análisis del sector económico
11. Arbol de problemas
12. Arbol de objetivos
13. Identificación del problema, necesidad reto u oportunidad
14. Descripción de la idea de negocio
15. Innovación
16. Fuerzas de la industria
17. Segmentación del Mercado
18. Propuesta de valor
19. Diseño del producto
20. Precio de venta
21. Prototipo
22. Modelo Running Lean

23. Validación idea de negocio
24. Aplica tu encuesta
25. Tabulación y análisis de la información
26. Conclusiones
27. Bibliografía

Resumen ejecutivo

En que consiste el negocio

Se escogió la lonchera ya que es algo novedoso y práctico, teniendo versatilidad para niños y adultos.

Cuando sea utilizado por un niño tendrá un diseño interactivo y llamativo a la vez, con colores vivos, ejemplo: amarillo, verde, rojo, rosado, etc. Con dibujos de caricatura enfocados a dar una parte creativa e interactiva para los niños. Con una manija en su parte superior para que sea fácil de llevar o una correa plegable en las partes laterales.

Cuáles son las fuentes de ingresos

Las fuentes de ingresos es la venta de las loncheras que fabrica nuestra empresa, por los diferentes medios de ventas.

Cuál es la inversión a realizar

La inversión a realizar es de \$110.980.000, así como para disponer de suficientes fondos propios durante los primeros 2 años. Los emprendedores aportarán un 50% de esta cantidad, pero se necesitan inversores externos para el resto.

Cuando se llegara a punto muerto

En el mes 18 se llegará al umbral de rentabilidad. Con un total de 200 clientes.

Qué se hará para desarrollar y fidelizar a los clientes

Crear promociones mensuales y diferentes incentivos para tener la fidelidad de los clientes.

Introducción

Para crear una empresa se deben tener en cuenta varios factores como lo son la organización de cada área para que tenga los debidos implementos y el personal necesario para un buen funcionamiento , formar una sociedad, que este compuesta de personas responsables, comprometidas con una visión de su vida y claro objetivo de vincularse en esta nueva sociedad; tener nuevos empleados ,capacitados y dispuestos a su trabajo, con muy buena actitud hacia el mismo, ya que en la manera en que se realice su trabajo se verá reflejado en la empresa ;tener siempre en cuenta la economía mundial ya que todos estos factores afectan a la empresa tanto para una buena base económica como para ofrecer al país y al mundo un producto acorde a la situación; la firmeza y confianza de los socios y los empleados crean una estabilidad en la empresa ya que es ahí donde todo comienza, donde sabremos la estructura social que tendrá la empresa y con quien en realidad podremos contar, tener la documentación requerida para el tipo de empresa que queremos establecer, buscar una buena asesoría es indispensable en este caso para después no perder el esfuerzo que se ha hecho en la creación de la empresa, saber muy bien qué clase de producto estamos ofreciendo al público, para esto hay que tener en cuenta la competencia ,los precios, la calidad, el servicio y la necesidad del cliente para adquirir, la publicidad es importante para promover el producto en el mercado, dando a conocer por medios de este los aspectos más importante al adquirir el producto; el capital es indispensable así como la propiedad industrial ya que con el capital se puede adquirir la maquinaria necesaria para la transformación de la materia prima en el producto final a comercializar.

Objetivo general

Llevar calidad y economía a los hogares, con productos de excelente calidad diseñados y confeccionados en Colombia.

Objetivos específicos.

- ✓ Realizar una campaña publicitaria que promocióne la imagen de la empresa “PRACTI LUNCH” a través de unas piezas gráficas que nos den a conocer como empresa fabricante de loncheras.

- ✓ Diseñar nuevas estrategias de presentación en loncheras con un enfoque a crear nuevos productos para la venta.

Claves para el éxito.

Las claves para el éxito que tenemos dispuestas son:

- Compromiso con el cliente
- Opiniones de los clientes
- Ofertas atractivas
- Promociones en redes sociales

Análisis del entorno y contexto de la idea de negocio

Se escogió la lonchera ya que es algo novedoso y práctico, teniendo versatilidad para niños y adultos.

Cuando sea utilizado por un niño tendrá un diseño interactivo y llamativo a la vez, con colores vivos, ejemplo: amarillo, verde, rojo, rosado, etc. Con dibujos de caricatura enfocados a dar una parte creativa e interactiva para los niños. Con una manija en su parte superior para que sea fácil de llevar o una correa plegable en las partes laterales.

El diseño para adultos será simplemente un forro que cubrirá la lonchera original, este tipo de forro será elaborado en material impermeable, que tendrá una serie de bolsillos en su parte laterales, que podrán servir para guardar objetos pequeños de valor, ejemplo: celular, billetera, dinero, documentos, etc. Se escogerán colores discretos como negro, café, blanco, etc.

Además tendrá una correa que será elaborada en material artesanal, el tejido es llamado “Tablet weaving (Telar egipcio)” el cual es elaborado mediante un proceso, que principalmente se basa en un plano el cual con lleva la figura a elaborar. La elaboración de este tejido es manual mediante un telar específico para esta tarea.

El modelo de esta lonchera está enfocado principalmente hacia los niños ya que es muy fácil de abrir mediante un cierre, además de esto se elaboraron en el interior compartimientos específicos para cada producto que puedan llevar enfocado a que estén más higiénico este mismo.

Esta lonchera está enfocada para la comodidad de todas las personas con un tamaño adecuado para que no sea incomodo de llevar tanto para adultos y niños. Los precios se establecerán para que todas las personas puedan adquirirla.

Se pensó en este estilo de lonchera ya que sus comportamientos son útiles y todo está en el mismo orden en el que se empaco al momento de destapar.

Objetivos de desarrollo sostenible

Nuestros objetivos de desarrollo sostenible son:

- Erradicar la pobreza en todas sus formas y en todas partes.
- Promover el crecimiento inclusivo y la sostenibilidad económica, el empleo pleno, productivo y decente para todos.

- Promover sociedades pacificas e inclusivas para el desarrollo sostenible y facilitar el acceso a la justicia para todos.

Teoría de valor compartido

Lonchera de uso diario para adultos y niños con abertura no convencional. El diseño para niños es interactivo con la abertura para los alimentos en la parte superior, compartimientos divididos para cada alimento. El diseño para adultos es el mismo, simplemente va acompañado por un forro que cubre la lonchera, el forro tiene una serie de bolsillos para guardar objetos personales.

Diseñando nuevas estrategias de mercadeo, ya que la competencia hoy en día en este sector es muy competitiva, debemos como empresa ser más innovadores y trabajar en equipo para lograr las metas que como empresa tenemos marcadas.

Tecnologías disruptivas

Nuestro reto como empresa es:

Una mentalidad de salto, la cual habla de los innovadores los cuales tienen una mentalidad centrada, para crear o hacer algo radicalmente nuevo o diferente, lo cual produzca un gran avance, agregar algo nuevo al mercado.

Mente abierta, para explorar nuevas oportunidades tecnologías, herramientas de mercado, para así saber dónde se tiene más éxito.

Decisivo, para saber lo que se quiere ser un líder para ayudar en lo que suceda.

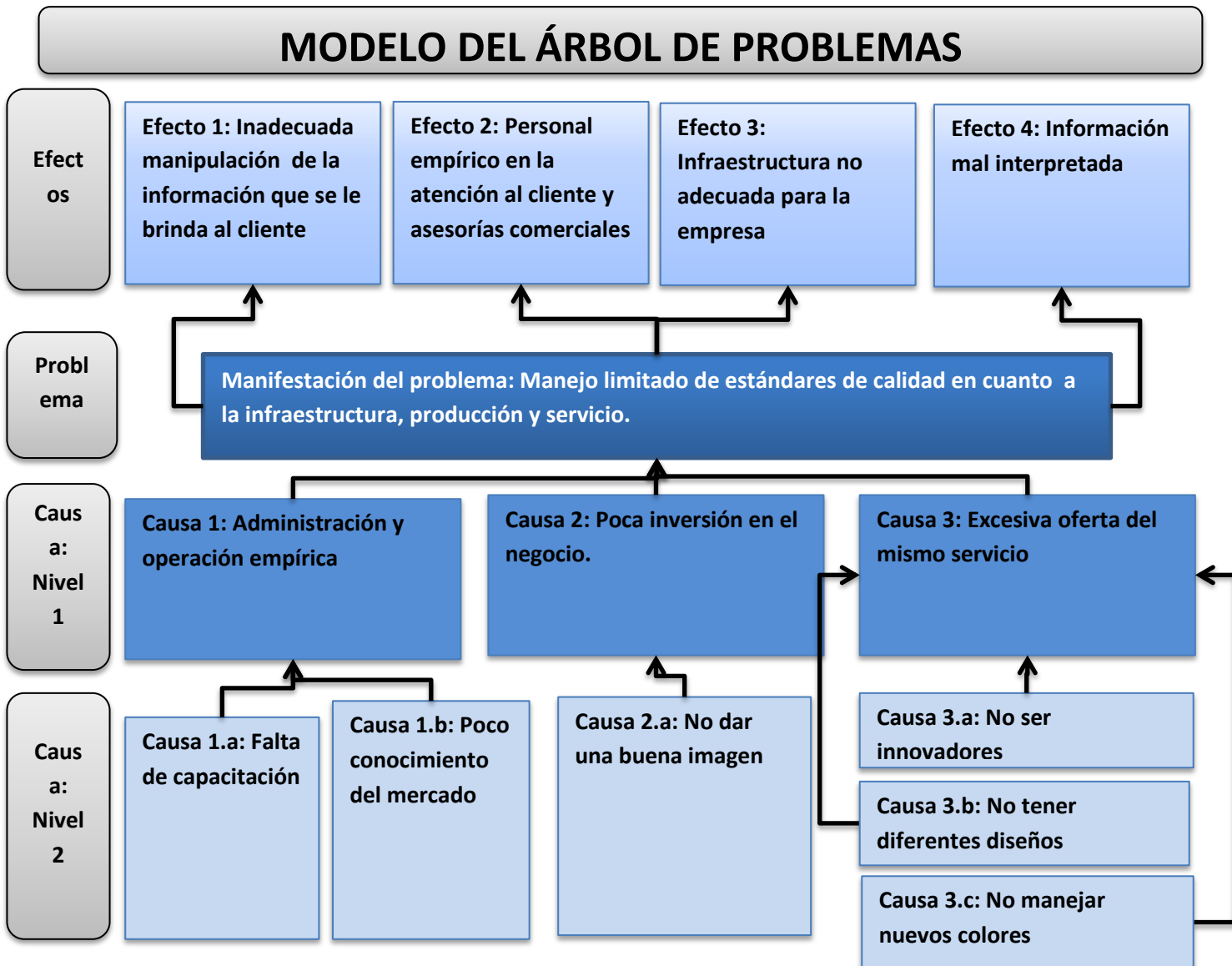
Análisis del sector económico



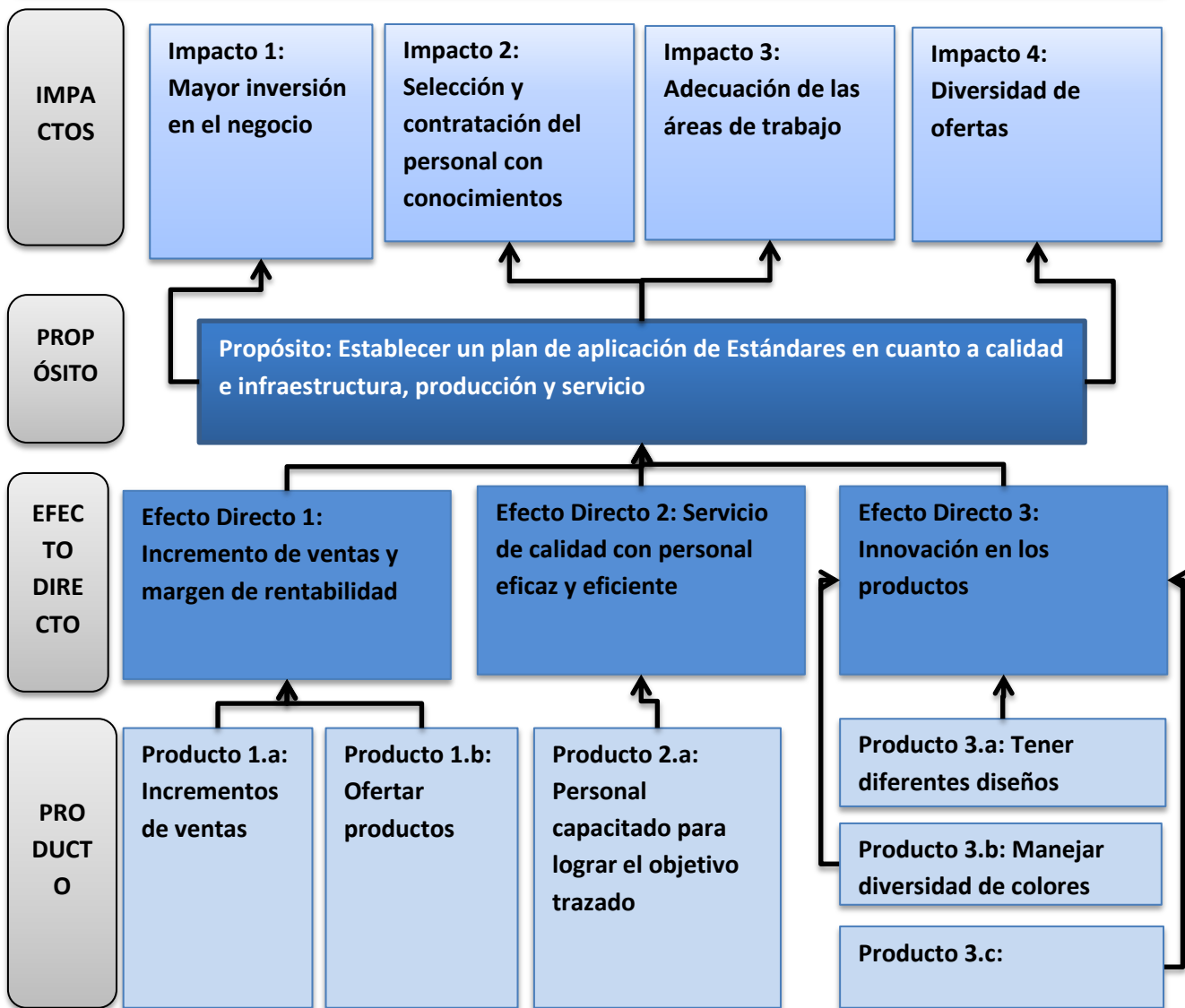
Identificación del problema, necesidad, reto u oportunidad

- Es una oportunidad de minimizar costes, cuya razón está justificada en la ausencia de la necesidad de tener una estructura física para la venta y oferta de los productos.
- Es una oportunidad para llegar a más personas y aumentar el número de clientes, es decir, cubrir una zona geográfica mayor.
- La compra online no cuesta esfuerzo alguno se puede realizar desde cualquier lugar que se encuentre a tan solo un click.
- Permite ahorrar tiempo cuando no se tiene o cuando se tiene pero se prefiere emplearlo en disfrutar de lo que nos gusta. Este punto es una ventaja importante en nuestra sociedad debido al ritmo de vida que existe en la actualidad.

Árbol de problemas y objetivos



MODELO DEL ÁRBOL DE OBJETIVOS



Identificación del problema, necesidad, reto u oportunidad

Criterio	Problema 1	Problema 2	Problema 3
Conocimiento o experiencia	4	3	5
Asesoramiento de un experto (si se requiere, lo tenemos?)	5	4	5
Alcance (técnico, ¿tenemos las herramientas? ¿Podemos desplazarnos para evaluar el problema? ¿tenemos acceso a Información/datos, cifras, ¿puedo darle alguna solución?)	4	5	5
Tiempo (posible solución)	4	4	4
Costos (posible solución)	4	4	4
Impacto ¿es	5	5	5

transcendental?

**¿Representa un desafío
para ustedes?**

¿Qué tanto les llama la	5	5	5
--------------------------------	----------	----------	----------

Atención el desarrollo del problema?			
---	--	--	--

TOTAL	31	30	33
--------------	-----------	-----------	-----------

Idea de negocio

Se escogió la lonchera ya que es algo novedoso y práctico, teniendo versatilidad para niños y adultos.

Cuando sea utilizado por un niño tendrá un diseño interactivo y llamativo a la vez, con colores vivos, ejemplo: amarillo, verde, rojo, rosado, etc. Con dibujos de caricatura enfocados a dar una parte creativa e interactiva para los niños. Con una manija en su parte superior para que sea fácil de llevar o una correa plegable en las partes laterales.

El diseño para adultos será simplemente un forro que cubrirá la lonchera original, este tipo de forro será elaborado en material impermeable, que tendrá una serie de bolsillos en su parte laterales, que podrán servir para guardar objetos pequeños de valor, ejemplo: celular, billetera, dinero, documentos, etc. Se escogerán colores discretos como negro, café, blanco, etc. Además tendrá una correa que será elaborada en material artesanal, el tejido es llamado “Tablet weaving (Telar egipcio)” el cual es elaborado mediante un proceso, que principalmente se basa en un plano el cual conlleva la figura a elaborar. La elaboración de este tejido es manual mediante un telar específico para esta tarea.

El modelo de esta lonchera está enfocado principalmente hacia los niños ya que es muy fácil de abrir mediante un cierre, además de esto se elaboraron en el interior compartimientos específicos para cada producto que puedan llevar enfocado a que estén más higiénico este mismo.

Esta lonchera está enfocada para la comodidad de todas las personas con un tamaño adecuado para que no sea incomodo de llevar tanto para adultos y niños. Los precios se establecerán para que todas las personas puedan adquirirla.

Se pensó en este estilo de lonchera ya que sus comportamientos son útiles y todo está en el mismo orden en el que se empaco al momento de destapar.

Innovación

La innovación de nuestro producto se basa en que es un diseño diferente y moderno, que lo pueden usar los niños y adultos, practico, fácil de cargar y a precios accesibles.

Nuestro canal de ventas es a través de las redes sociales como Facebook e Instagram, apartando y separando los pedidos por WhatsApp, también se pueden acercar a nuestro punto de venta, los pagos son contra entrega o por transferencia.

Fuerzas de la industria

Contextualización de la empresa

Practi Lunch S.A.S.

Somos una empresa Pyme

Estamos ubicados en la ciudad de Bogotá

Análisis de la demanda

Establecido la cual la ha establecido la empresa. Siendo así una estrategia de corto, mediano o largo plazo tendremos un plan de desarrollo con objetivos beneficios para nuestra empresa.

Principalmente nuestra empresa tiene como objetivo incrementar ventas lo más rápido posible, nuestra estrategia es, realizando publicidades por diferentes medios, también ofreciendo promociones de venta, ventas por mayor y creando nuevos modelos. Si el objetivo es logrado con nuestras estrategias.

Daremos a conocer grandes estrategias que nos guiaran. Durante un tiempo con el tiempo podremos expandir nuestra empresa en la cual nos llevara a grandes beneficios, como más reconocimiento en el mercado, más facilidad y rentabilidad de ventas, podremos realizar alianzas con otras empresas para favorecer una mejor producción.

Nuestras estrategias tendrán como propósito incrementar innovar al cliente satisfacerlos y expandir nuestra empresa para que así no haya quiebra ni deudas de la empresa, esto se debe a que los socios son responsables unidos creativos y dejando todo de acuerdo.

Al pensar el lugar o punto de venta, se quería escoger un lugar de bastante comercio, se pensó en centros comerciales, pero por cuestión económica no se pudo. Entonces decidimos el mayor punto de comercio de Bogotá “ el centro”, muchos podrán pensar que el centro en el momento está hecho un caos ,pero si se piensa a futuro será un punto estratégico para las ventas de cualquier producto .El centro recibe millones de personas al día dispuestas a comprar por lo menos un producto de tal manera que si recibe millones de personas en un día estando en caos ,cuántas familias, niños, adolescentes, profesores y hasta empresarios recibirá cuando este caos se termine.

Análisis de la oferta

En algunos, el intercambio se hace a nivel nacional y, en otros, a nivel internacional, siendo mercados en los cuales intervienen compradores y vendedores de muchas partes del mundo. Por otro lado, algunos mercados son muy personales, pues es necesario que el comprador y el vendedor tengan contacto personal directo, mientras que otros son impersonales, pues el vendedor y el comprador nunca se ven, ni se conocen el uno al otro. En los mercados, los compradores reflejan sus deseos en la demanda, buscando lograr la mayor utilidad posible, mientras que los vendedores buscan obtener ganancias al ofrecer productos que los consumidores o compradores estén buscando; es decir, que estén demandando.

Esta demanda y oferta de mercancías actúan como fuerzas que, al interactuar, permiten determinar los precios con que se intercambian las mercancías. La información cumple un papel fundamental en los mercados, pues gracias a ella los vendedores y los consumidores saben qué se está demandando, en qué cantidad y a qué precios, gracias a lo cual pueden decidir qué y cuánto producir, así como qué comprar y en qué cantidad hacerlo, o, si así lo consideran, pueden tomar algún otro tipo de decisión. Cuando hablamos de una economía de mercado, esto hace referencia al intercambio entre las personas (las cuales demandan bienes y servicios que producen las empresas) y las empresas (las cuales también demandan materiales, bienes y servicios que se denominan factores de producción, necesarios para la producción de bienes y servicios que ellos mismos venden). En el mercado de esos factores de producción es donde la economía centra su atención. Estos mercados son el mercado de productos, el mercado de trabajo y el mercado de capitales.

Análisis de los proveedores

Nuestros proveedores de telas y herrajes se encuentran en el sector del centro y la alquería, ya que estas son zonas donde hay bastante comercio, están ubicados en la ciudad de Bogotá.

Son proveedores con una amplia experiencia, registrados ante Cámara y Comercio y todos sus papeles al día, de esta forma no tendremos problemas con nuestra facturación.


Los pedidos se hacen por teléfono y ellos se encargan de traerlo a nuestro taller.

Segmentación del mercado

Bondades

- Entregas a domicilio
- Cumplimos con las medidas de cuidado que se deben tener debido al covid-19
- Variedad de colores
- Variedad de diseños
- Productos garantizados
- Diseños personalizados
- Tamaño mediano y grande
- Diferencia del Mercado actual
- Antifluidos

Buyer persona

<p>Inserta una foto del cliente</p> 	<p>Describe los miedos, frustraciones y ansiedades.</p> <p>A veces no saben porque sus hijos lloran y sienten frustración por ello</p>	<p>Desea, necesita, anhela y sueña.</p> <p>Quisieran saber todo lo que sienten y piensan esos bebes</p>
<p>Demográficos y geográficos</p> <p>Mujeres de 30 a 35 años Trabajadoras (empleadas)</p>	<p>¿Qué están tratando de hacer y porqué es importante para ellos?</p> <p>Están tratando de calmar a sus hijos y satisfacer sus necesidades</p>	<p>¿Cómo alcanzan esas metas hoy? ¿Hay alguna barrera en su camino?</p> <p>Siendo amorosas y pacientes</p>
<p>Frases que mejor describen sus experiencias</p>	<p>Mamas primerizas que sienten angustia y desasosiego, que muchas veces no saben que les sucede a sus hijos y el porqué de sus llantos.</p>	
<p>¿Existen otros factores que deberíamos tener en cuenta?</p>	<p>Si, que son madres trabajadoras y que a veces no cuentan con apoyo de nadie.</p>	

Describe lo siguiente:

- a. En donde encuentra personas similares a su cliente ideal?. Si su negocio es B2B, donde se encuentran las compañías que son su cliente?.

Nuestros cliente ideal se encuentra en los colegios de nuestra ciudad y también las personas que trabajan en diferentes zonas de la ciudad.

- b. Que valores destacan a su cliente ideal?. Escriba mínimo 5

- Responsable
- Lealtad
- Felicidad
- Amor
- Confianza

- c. Que encuentra en el entorno de su cliente durante la semana?. Con entorno, nos referimos a cómo y con quienes se relaciona durante una semana normal

Se encuentra con personas de su misma edad los cuales al igual que el al estar en una edad temprano no tienen cuidado con las cosas que llevan dentro de su lonchera estamos hablando de los niños y las personas que trabajan se encuentran con personas totalmente diferente a ellos que tienen gustos diferentes.

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

- Paciencia
- Tranquilidad
- Amor


Propuesta de valor

Se basa en tener un progreso social y empresarial, para así poder brindar un desarrollo humano digno, teniendo un progreso económico tanto para los empleados como para la empresa y la producción social.

Nuestro segmento de clientes esta de la edad de 4 años a los 10 y de los 25 años a los 35.

Diseño del producto

Ficha técnica

FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO / SERVICIO	
A. Quienes somos: Practi Lunch ¡Siempre Contigo!	
B. Materiales: Lona 100% poliéster, herrajes plásticos de alta resistencia y bordados en máquina de alta tecnología, material impermeable, ergonómica, cremalleras en poliéster.	
C. Unidad producto:	
D. Empaque: La lonchera esta empacada en una bolsa plástica que se ajusta a su tamaño	
E. Material de empaque: Plástico	
F. Conservación: En un lugar seco	
G. Uso: 5 años	
H. Ventas: Las unidades que necesite el cliente al por mayor o al detal.	
ELABORÓ. Oscar Alberto Henao Ducuara	
REVISÓ. Juan Carlos Rodríguez Osorio	
APROBÓ. Alexander Cifuentes Marulanda	

Ciclo de vida del producto

Estamos en el ciclo de crecimiento ya que somos una empresa que está empezando a incursionar en el mercado y mientras comenzamos es complicado posicionarse, la meta es llegar al ciclo de madurez y mantenernos hay.

Definición estratégica

Las entidades gubernamentales que vigilan nuestro emprendimiento son:

- Ministerio de Industria y Comercio
- Resolución 1842 de 2009
- Ley 550 de 1999

Diseño de concepto

Listado de materiales y maquinas

- Nylon Balístico
- Lona
- Nylon
- Policarbonato
- Herrajes
- Correas
- Maquinas de coser domesticas
- Maquinas indutriales

- Maquina de estampación
- Un mostrador
- Dos estanterias
- Tres mesas
- Seis sillas
- Herramientas como cortadoras, reglas, escuadras, etc

Diseño en detalle

Distribución

Nuestra distribución es a través de las redes sociales, compradores al detal y al por mayor. La distribución de este es a domicilio con pagos contra entrega en la ciudad de Bogotá y a otras ciudades si pago por pago en entidad bancaria y el cliente asume el valor del envío el cual se hace por medio de transportadora

Validación y verificación de indicadores

- Sensibilidad
- Fiabilidad
- Rentabilidad
- Relatividad en el tiempo
- Representatividad

Producción



Esta es una muestra de nuestro producto

Precio de venta

Nuestros precios entran dentro de la categoría de ser un precio de penetración ya que es un precio accesible para la economía de todos los hogares con los materiales de la mejor calidad y variedad en colores.

Se hizo un estudio de mercadeo para poder alcanzar el precio estimado y el que se debe cobrar por la confección y diseños de nuestro producto.

Prototipo

- **Características de producto o servicio**

Practi Lunch se creó pensando en la comodidad de los niños y adultos, llevando a sus hogares un producto novedoso y diferente, con nuevos y lindos diseños que pueden ser personalizados según a elección del cliente.

Los clientes pueden diseñar la lonchera a su gusto lo que buscamos es que el cliente use algo diferente y único que se sienta a gusto llevando su lonchera sin pensar que será igual a la de los demás.

- **Características del prototipo**

La Lonchera es de uso diario para adultos y niños con abertura no convencional. El diseño para niños es interactivo con la abertura para los alimentos en la parte superior, compartimientos divididos para cada alimento. El diseño para adultos es el mismo, simplemente va acompañado por un forro que cubre la lonchera, el forro tiene una serie de bolsillos para guardar objetos personales.

Materiales en lona 100% poliéster, herrajes plásticos de alta resistencia y bordados en máquina de alta tecnología, material impermeable, ergonómica, cremalleras en poliéster.

- **Como va a interactuar el cliente con el prototipo**

Tendremos en cuenta la necesidad del cliente respecto a lo que busca y necesita, el cliente si lo desea puede personalizar su lonchera con el color y diseño que desee, lo puede hacer de forma presencial o virtual. El producto será llevado a domicilio sin costo adicional en un lapso de 5 días hábiles. Estaremos prestos a recibir los comentarios de nuestros clientes para así mejorar.

Tendremos ventas al detal y al por mayor, descuentos especiales en algunos días de cada mes para que nuestros clientes se motiven a adquirir nuestro producto.

- **Evidencia del prototipo**

Practi Lunch es una lonchera impermeable en su interior en colores y diseños modernos, con estampados si el cliente lo desea hacerla personalizada.



Modelo Running Lean

Problema	Solución	Propuesta de	Ventaja injusta	Segmento de
Tiendas virtuales de aplicaciones móviles Proveedores Gobierno	Marketing Tecnología que evoluciona Capacitaciones direccionamiento y guía dentro del proceso	Valor única Se basa en tener un progreso social y empresarial, para sí poder brindar un desarrollo	Directa Indirecta Fidelización de los clientes	clientes Niños, adultos y empresas
	Métricas Clave Capacitación Tecnología	humano digno, teniendo un progreso económico tanto para los empleados como para la empresa y la producción social.	Canales Redes sociales Página web Tiendas virtuales Avisos publicitarios	

Estructura de costos

Marketing

Personas

Fuentes de ingresos

Depósitos Bancarios

Ventas de nuestros productos

Venta de espacios publicitarios para versión gratuita

Validación de idea de negocio

➤ Objetivo de la investigación

El objetivo de nuestra investigación es satisfacer las necesidades de los clientes, dando un producto innovador y diferente, el cual cubre una necesidad que tienen diaria con sus hijos para el colegio y con ellos mismos para sus trabajos, se busca una satisfacción al cliente.

➤ Tipo de investigación

Nuestra investigación es cuantitativa

Aplica tu encuesta

1. Tiene hijos que asistan al colegio

a. Si

b. No

2. Su hijo lleva lonchera al colegio

a. Si

b. No

3. Cuantas veces a la semana lleva la misma lonchera

a. 1 vez

b. 2 veces

c. toda la semana

4. Cuantos alimentos pone en su lonchera

a. 3

b. 5

5. le gustan los colores que ofrecemos

a. Si

b. No

6. Cual forma de pago es de su preferencia

a. Efectivo

b. Tarjeta de Crédito

7. Entre qué edad esta sus hijos

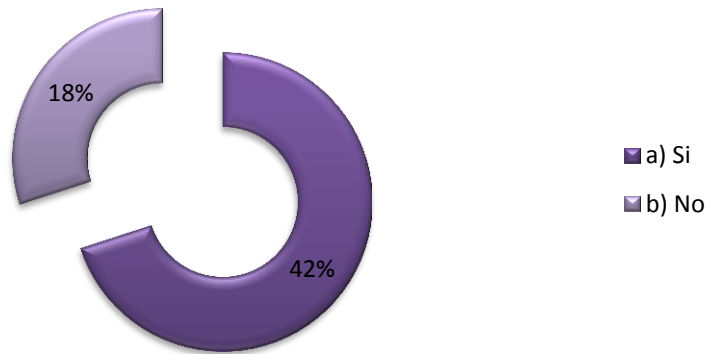
a. 1 a 5 años

b. 6 a 10 años

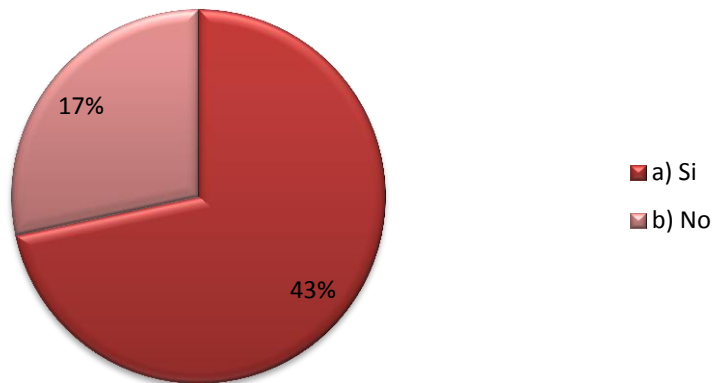
c. 11 a 16 años

Tabulación y análisis de la información

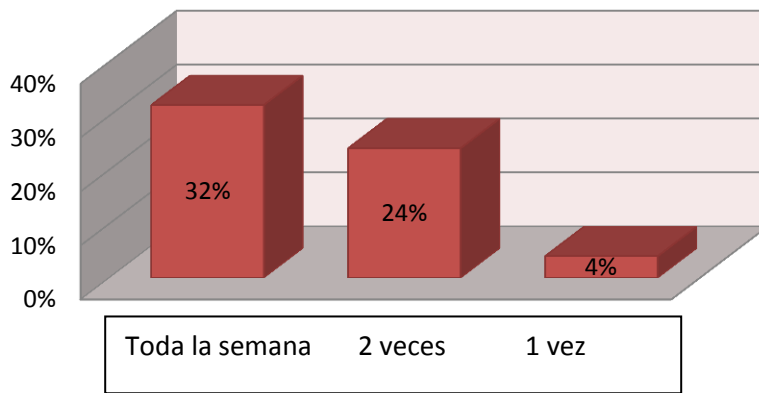
1. Tiene hijos que asistan al colegio



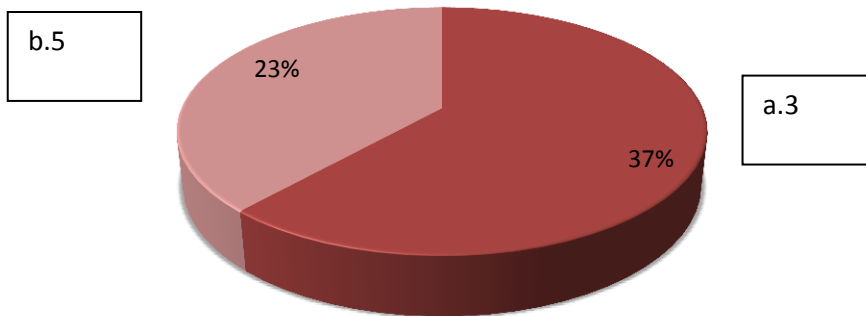
2. Su hijo lleva lonchera al colegio



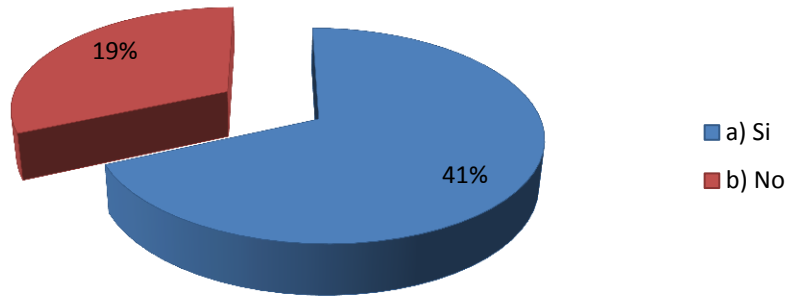
3. *Cuántas veces a la semana lleva la misma lonchera*



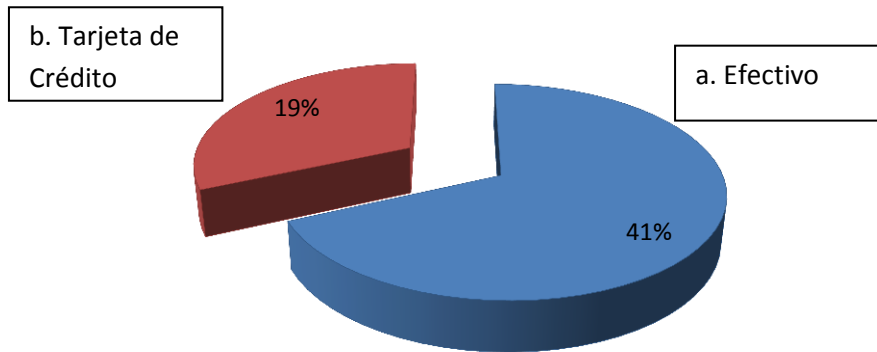
4. *Cuántos alimentos pone en su lonchera*



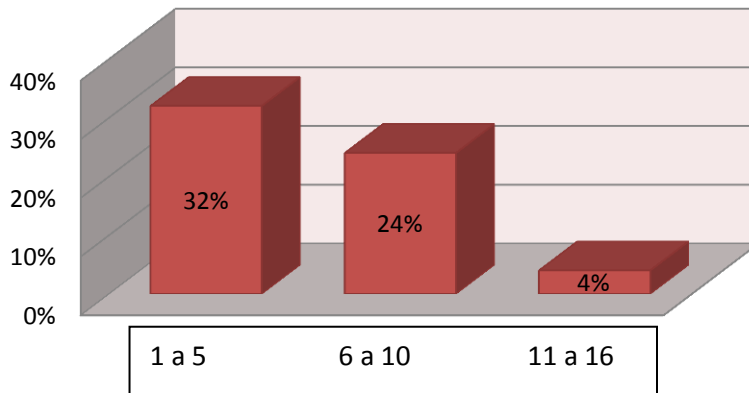
5. Le gustan los colores que ofrecemos



6. Cual forma de pago es de su preferencia



7. Entre qué edad estan sus hijos



1. Los adultos encuestados tiene la mayoría hijos que están en edad escolar.
2. Los padres de familia dijeron que si en la mayoría lleva lonchera al colegio.
3. Los padres afirmaron que lo niños llevan lonchera toda la semana al colegio.
4. Los padres de familia afirman que sus hijos llevan 3 cosas dentro de su lonchera, describiendo así una bebida y dos sólidos.
5. Los padres de familia afirman que si les gustan los colores que ofrecemos en nuestra empresa en cuanto a las loncheras.
6. Los padres de familia prefiere pagar más efectivo que usar tarjetas de crédito por los intereses que están generas por compras.
7. Los niños que más usan lonchera son los niños de 1 a 10 años, la mayoría de los padres afirman que sus hijos están entre 1 a 5 años.

Conclusiones

- El mundo y las empresas viven día a día en una actualización constante, debemos estar a la vanguardia del mundo y ofreciendo productos innovadores día a día para los clientes y los posibles clientes que podemos tener a nivel nacional e internacional.
- Por la situación que situación actual que se está viviendo en el mundo por la pandemia que estamos atravesando debido al COVID-19, las ventas se han vuelto on- line algunos mercados y empresarios se han tenido que reinventar y ofrecer otros productos, para mantener sus empresas y de esta forma no dejar a varios empleados sin trabajo.
- Si se siguen los lineamientos de la cámara de comercio tendremos una empresa bien constituida y sin ningún problema, presentando los impuestos acordes a nuestra actividad y de los cuales tenemos que ser responsables.
- Hoy en día para tener un aval de un producto y asegurarnos que va a tener una buena rotación es importante hacer el estudio de mercado y tener en cuenta la opinión de los clientes ya que ellos son nuestra razón de ser.

Bibliografía

(Material de la plataforma)

((<https://www.ccb.org.co/>))

((<https://economipedia.com/definiciones/teoria-del-valor-en-la-economia-clasica.html>))

((<https://gruposantino.net/loncheras-termicas/>))

((<https://es.investinbogota.org/como-invertir/como-crear-una-empresa-en-colombia>))