

Decoraciones y Eventos PAO

Fabián Andrés Romero López  
Ricardo José Benavides Bayter  
Valentino Enrique Flórez Fortich

Docente  
Jhon Alexander Gonzalez Dorado  
Administración de Empresas  
VI Semestre

Corporación Unificada Nacional – CUN  
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas  
Programa de Administración de Empresas  
Sincelejo  
2020



# DECORACIONES Y EVENTOS PAO

Sincelejo – Sucre

Celular: 3024223392

[paodecoraciones@gmail.com](mailto:paodecoraciones@gmail.com)

Red social: Pao \_Eventos

## COMPROMISO DE AUTOR

Yo, Fabián Andrés Romero López con célula de identidad 1102880856 de Sincelejo y alumno del programa académico Administración de Empresas, declaro que:

Yo, Ricardo José Benavides Bayter con célula de identidad 1085040949 de Santa Marta y alumno del programa académico Administración de Empresas, declaro que:

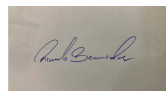
Yo, Valentino Enrique Flórez Fortich con célula de identidad 1102874174 de Sincelejo y alumno del programa académico Administración de Empresas, declaro que:

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.

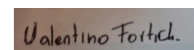
**Firma:**



**Firma:**



**Firma:**



## Contenido

I.	<b>Resumen ejecutivo</b> .....	<b>4</b>
	Introducción.....	6
	Objetivos .....	7
	General .....	7
	Específicos.....	7
	Claves para el éxito.....	7
II.	<b>Descripción de la idea de negocio</b> .....	<b>8</b>
	Idea de negocio .....	8
	Propuesta de Valor .....	9
	Atributos de la Idea de Negocio.....	9
III.	<b>Modelo de negocio</b> .....	<b>11</b>
	¿Cuál es su modelo de ventas por internet?	
	Crowdsourcing.....	12
IV.	<b>Innovación sostenible</b> .....	<b>12</b>
V.	<b>Estrategias del océano azul</b> .....	<b>15</b>
	Fuerzas de Porter y Entorno de la Empresa.....	16
	Poder de Negociación de los Clientes.....	17
	Poder de Negociación de los Proveedores. ....	17
	Rivalidad entre las Empresas. ....	17
	Amenaza de Productos Sustitutos.....	17
	Amenaza de los Nuevos Competidores Entrantes. ....	18
VI.	<b>Marketing Mix</b> .....	<b>18</b>
VII.	<b>Portafolio</b> .....	<b>18</b>
	¿Quiénes somos?.....	18
	Descripción de las líneas .....	18
	Ciclo de Vida del Servicio .....	19
	Precios.....	19
VIII.	<b>Estrategias de distribución</b> .....	<b>20</b>
IX.	<b>Estrategias de comunicación.</b> ....	<b>20</b>
	Relaciones públicas .....	20
	Publicidad .....	21
	Promoción de ventas .....	21
	Mezcla promocional.....	21
	Resumen de marketing mix. ....	22
X.	<b>Marca</b> .....	<b>24</b>

XI.	<b>Marketing digital</b> .....	24
XII.	<b>Métricas claves</b> .....	25
	Estadísticas .....	25
	CAC .....	27
XIII.	<b>Estudio técnico</b> .....	29
	Localización del proyecto: .....	29
	Macrolocalización:.....	29
	Sincelejo.....	30
	ESTIMACIÓN DEL TAMAÑO ÓPTIMO.....	32
	Infraestructura .....	34
XIV.	<b>Ingeniería del proyecto</b> .....	35
	Ficha técnica.....	37
XV.	<b>Producto mínimo viable</b> .....	38
XVI.	<b>Conclusiones y recomendaciones</b> .....	39
	Conclusiones .....	39
	Recomendaciones.....	39
XVII.	<b>Bibliografía</b> .....	40

## **Imágenes**

---

Imagen 1.	Modelo de Negocios. Fuente: Elaboración propia. ....	11
Imagen 2.	Curva de Valor datos. Fuente: Elaboración propia. ....	15
Imagen 3.	Curva de Valor gráfica. Fuentes: Elaboración propia. ....	15
Imagen 4.	Matriz ERIC. Fuentes: Elaboracion propia. ....	16
Imagen 5.	Fuerzas de Porter. Fuentes: Elaboración propia. ....	17
Imagen 6.	Marca. Fuente: Elaboración propia. ....	24
Imagen 7.	Página web. Fuente: Elaboración propia. ....	24
Imagen 8.	Facebook empresarial. Fuente: Elaboración propia. ....	25
Imagen 9.	Estadísticas facebook empresarial. Fuente: Facebook.....	25
Imagen 10.	Estadísticas Facebook empresarial. Fuente: Facebook. ....	26
Imagen 11.	Estadísticas Facebook empresarial. Fuente: Facebook. ....	26
Imagen 12.	Campaña publicitaria. Fuente: Facebook. ....	27
Imagen 13.	Campaña publicitaria. Fuente: Facebook. ....	27
Imagen 14.	Campaña publicitaria. Fuente: Fcaebook. ....	27
Imagen 15.	Macro localización. Fuente: Google maps .....	29
Imagen 16.	Microlocalizacion. Fuente: Google maps. ....	31
Imagen 17.	Microlocalizacion. Fuente: Google maps. ....	31
Imagen 18.	Distribución de Planta. Fuente: Elaboración propia. ....	34
Imagen 19.	Diagrama de Flujo. Fuente: Elaboración Propia. ....	35

Imagen 20. Producto Mínimo Viable. Fuente: Elaboración propia. ....38

## **Tablas**

---

Tabla 1. Atributos de la idea de negocio. Fuentes: Elaboración propia. ....	10
Tabla 2. ¿Cuál es su modelo de ventas por internet? Fuentes: Elaboración propia. ....	12
Tabla 3. Innovación Sostenible. Fuente: Elaboración propia. ....	15
Tabla 4. Estrategias de distribución. Fuente: Elaboración propia. ....	20
Tabla 5. Mezcla promocional. Fuente: Elaboración propia. ....	22
Tabla 6. Resumen de Marketing Mix. Fuente: Elaboración propia. ....	23
Tabla 7. Estimación tamaño óptimo. Fuente: Elaboración propia. ....	33
Tabla 8. Ingeniería del proyecto. Fuente: Elaboracion propia. ....	37
Tabla 9. Ficha tecnica. Fuente: Elaboracion propia. ....	38

## **Resumen ejecutivo**

---

**Eventos Pao** Es una empresa dedicada a la planeación, organización y ejecución de todo tipo de eventos, se brinda una experiencia única y autentica en cada evento realizado, siendo así una empresa con responsabilidad social y ayudando a mitigar el impacto negativo que el medio ambiente tiene utilizando recursos reciclados para la decoración de cada evento.

## **Introducción**

En la ciudad Sincelejo (Sucre) la mayoría de las empresas de decoración y eventos por general no ofrece sus servicios a un estrato económico en específico ya sea estrato alto, medio, medio bajo etc. Además, estas empresas no cuentan con asesorías virtuales.

Decoraciones y eventos PAO se ha creado con el fin de prestar el servicio de organización de eventos, desde el croquis, planeación, control, y cierre del evento, esta entidad ofrece sus servicios a todo tipo de cliente, proponiendo un paquete completo y de calidad para así satisfacer las necesidades de nuestros consumidores.

Esta empresa cumplirá con todas las peticiones que el cliente espera en la organización de su evento, trabajamos para cumplirles con todos sus deseos, también los asesoramos en el momento en el que buscan nuestra ayuda encargándonos de todos los detalles. Nuestra entidad no solo trabaja personalizada mente con nuestros usuarios, también trabajos en línea, a través de nuestra página web donde ellos también pueden hacer sus pedidos brindando así catálogos online en los cuales se estarán comunicando con asesores expertos en el tema.

Decoraciones y eventos PAO ofrece y certifica a cada cliente tener una experiencia única e inigualable en cada evento realizado.

## **Objetivos**

### ***General***

Entregar un servicio novedoso a nuestros clientes, desde la planeación, organización y logística de cualquier tipo de evento social o celebración sin importar la condición económica.

### ***Específicos***

- Identificar el mercado en el cual nos ubicaremos.
- Segmentar nuestra población objetivo y posibles usuarios.
- Definir el plan de acción y ejecución.

### **Claves para el éxito**

Tener claro los objetivos, debemos invertir tiempo, además tenemos que estar atentos a las necesidades del mercado, debemos ser diferente a la competencia y ser innovadores.



## Descripción de la idea de negocio

---

### Idea de negocio

**Pao Eventos**, es una empresa dedicada a la planeación, organización y ejecución de eventos y decoraciones de todo tipo y para todos los estratos, sin embargo esta creada para la población de estratos 1 al 3 siendo estos nuestro mayor objetivo, puesto que se ha encontrado una regularidad en la ciudad de Sincelejo en el que muchas de las empresas ven sus clientes en estratos altos, dejando atrás los otros estratos ya que son los más olvidados por las empresas; queremos trabajar fuerte con esas personas y dejar a un lado el dicho que los únicos que tiene derecho de recrear sus momentos de festejar las fechas especiales son las personas que tienen comodidad, por eso buscamos hacerlos sentir importante en cada momento.

Decoraciones y Eventos Pao a través de cada evento busca conmemorar las fechas especiales e importantes de cada ser humano. Cada evento se planea, organiza y ejecuta de acuerdo a una temática, pero cada temática es auténtica y única elegida por el cliente que no es repetida en próximas ocasiones. Cada elemento utilizado en la ejecución de los eventos es creado a partir de material reciclado como es, vidrio, plástico, cartón, entre otros.

Decoraciones y Eventos Pao cuenta con una página web por la cual se interactúa con los clientes, brindando asesoría a través de ella y mostrando los catálogos de nuestros productos, así como Facebook por el cual nos puede contactar. Les damos la oportunidad a todas las personas que puedan tener su momento especial sin importar su estrato económico o el lugar que ellos escojan para celebrarlo.

Se les ofrece además un combo completo que incluye nuestra mueblería, mantelería, pasa bocas, comidas, ya que contamos con una serie de asociaciones, con el fin de hacerlos sentir especial su celebración.

## Propuesta de Valor

Decoraciones y Eventos Pao a través de cada evento busca conmemorar las fechas especiales e importantes de cada ser humano. Cada evento se planea, organiza y ejecuta de acuerdo a una temática, pero cada temática es auténtica y única elegida por el cliente que no es repetida en próximas ocasiones. Cada elemento utilizado en la ejecución de los eventos es creado a partir de material reciclado como es, vidrio, plástico, cartón, entre otros.

Se busca a través de cada evento que las personas tengan una experiencia única e inigualable.

## Atributos de la Idea de Negocio

<b>¿Cuál es el servicio?</b>	Planeación, organización y logística en eventos sociales tales como: matrimonios, grados, cocteles, cumpleaños, entre otros.
<b>¿Quién es el cliente potencial?</b>	Para este caso nuestros clientes potenciales son los estratos 1 y 2 de la ciudad de Sincelejo- Sucre, quienes son nuestra prioridad, cabe destacar que para los otros estratos también trabajamos.
<b>¿Cuál es la necesidad?</b>	A diario todos los seres humanos independiente de la edad que se tenga desean ser tenidos en cuenta y ser conmemorados en fechas especiales, en muchas ocasiones eso no se puede tener en cuenta debido a la falta de recursos económicos de muchas familias a nivel mundial, es por ello que Decoraciones y eventos Pao, está diseñada para complacerte en fechas y ocasiones especiales.
<b>¿Cómo?</b>	Ofreciendo un servicio completo desde la planeación, organización y llevar a cabo cada evento sin importar presupuesto que limite un gran evento, bajo la autenticidad temática y responsabilidad social ambiental.

<b>¿Por qué lo prefieren?</b>	Por la confiabilidad y la accesibilidad del servicio, así como la experiencia única vivida.
-------------------------------	---

Tabla 1. Atributos de la idea de negocio. Fuentes: Elaboración propia.

## Modelo de negocio

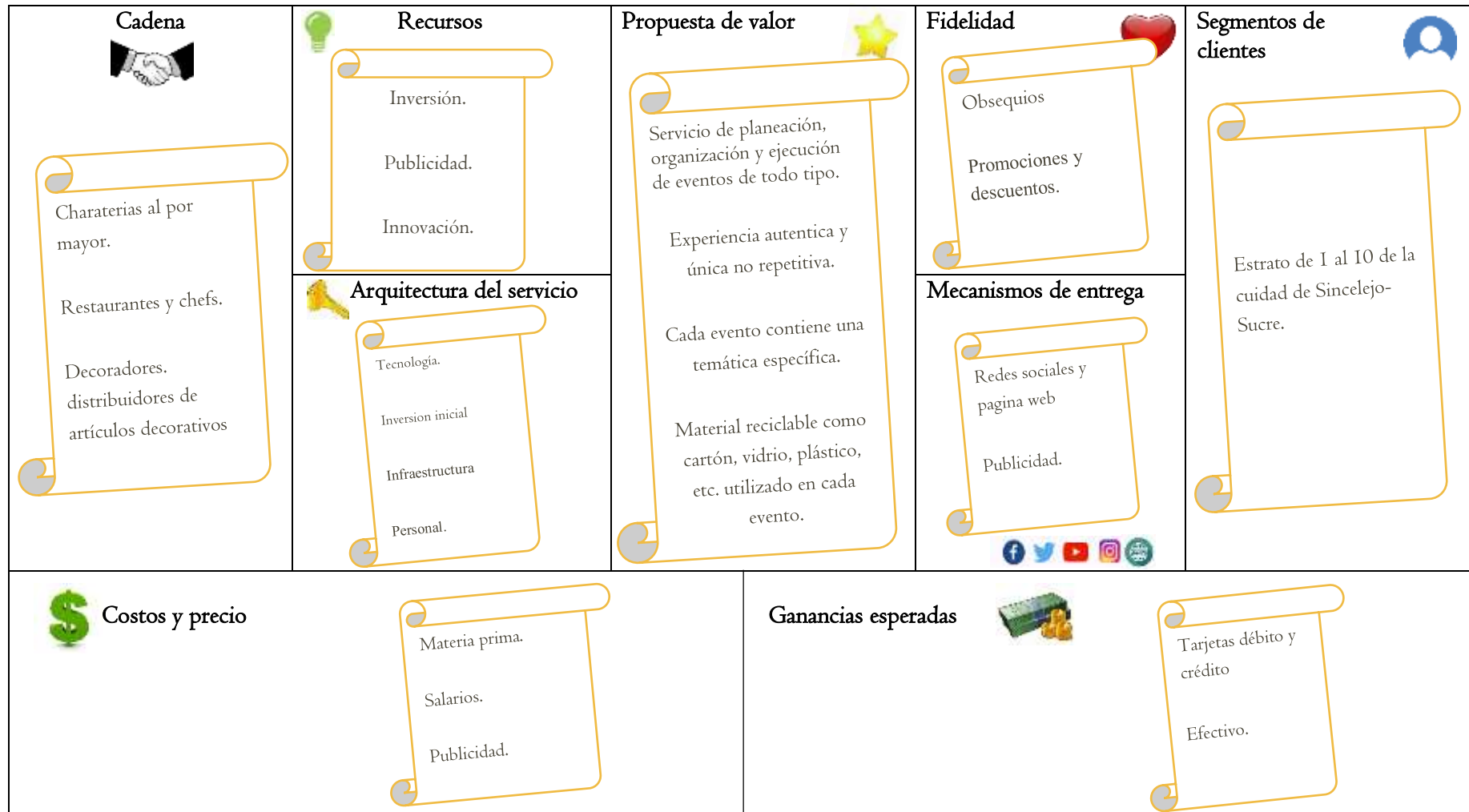



Imagen 1. Modelo de Negocios. Fuente: Elaboración propia.

## ¿Cuál es su modelo de ventas por internet? Crowdsourcing

<p>¿Cómo captara sus clientes según el modelo de ventas por internet escogido?</p>	<p>Mediante este modelo buscamos generar una campaña publicitaria con el fin de que los usuarios puedan diseñar un evento especial para un cliente específico que concursara por él. Este espacio será espacialmente para eventos tipo cumpleaños.</p>
<p>¿Cómo y qué alternativas ofrecerán a los clientes según el modelo de ventas por internet escogido?</p>	<p>Con este modelo se busca captar más clientes e internet para que conozcan nuestros servicios así como para que participen en la creación de un evento con experiencia única y autentica garantizada no convencional.</p>
<p>¿Cómo cerrara la venta por internet y cuáles podrían ser los métodos de pagos utilizados acorde al modelo?</p>	<p>Una vez participado en nuestro espacio el cliente tendrá la oportunidad de acceder a nuestros servicios de eventos bajo un paquete preferencial que le permitirá acceder a mayores beneficios a un menor costo, para esto se mantendrán métodos pagados en línea.</p>

Tabla 2. ¿Cuál es su modelo de ventas por internet? Fuentes: Elaboración propia.

## Innovación sostenible

	AGUA	ENERGIA	MATERIA S PRIMAS	EMISIONES	RESIDUO S
<p><b>Producto o Servicio.</b> <b>¿El producto tiene un Eco-diseño?</b></p>	<p>¿Usa eficiente el agua? Como lo que se ofrece es un</p>	<p>¿Reduce el consumo de energía? Teniendo en cuenta el uso</p>	<p>¿Reduce los insumos? Todos los materiales utilizados para la</p>	<p>¿Ha medido su huella de carbono? No, dado que es una empresa que aún no está</p>	<p>¿Qué residuos recicla? Debido a que todos sus</p>

<p>Paos eventos cuentan con un diseño ecológico, manteniendo los conceptos de responsabilidad sostenible.</p>	<p>servicio, el recurso natural agua no es utilizado para el servicio, pero si es utilizado dentro de las instalaciones de la empresa, es por ello que se pretende tener medidas estrictas para el consumo de esta. ¿Cómo? Mediante el uso de grifos y llaves medidoras de agua.</p>	<p>responsable de los recursos naturales y el efecto que este tiene en el medio ambiente para los servicios ofrecidos por la empresa no es aplicable, pero para el manejo dentro de las instalaciones de la empresa si se tendrá en cuenta. ¿Cómo? Mediante el uso de energía renovable por medio de los paneles solares portátiles. ¿Qué equipos utiliza?</p>	<p>prestación de los servicios serán a base de productos reciclados y reutilizados con el fin de manejar un ambiente sano. ¿Cómo? Mediante el reciclaje de botellas, cartón, plásticos, chatarra, hierro, entre otros, todos de material reciclado y reutilizado. ¿Utiliza químicos? No se utilizara productos químicos en la prestación de los servicios. ¿Cuáles? No aplica</p>	<p>en funcionamiento. ¿Cuál es el resultado? No aplica.</p>	<p>materiales provienen de material reciclados, los residuos también serán reciclados.</p>
---	--	--	---	---	--

		<p>Paneles solares portátiles.</p>	<p>¿Qué empaque y embalaje utiliza?</p> <p>Para la prestación de los servicios los empaques y embalajes serán a partir de materiales reciclados.</p>		
<p><b>¿Marketing Realiza algún tipo de campaña que favorezca el medio ambiente?</b></p> <p>Paos eventos busca desde todas sus perspectivas tener usos responsable con el medio ambiente, por ello se pretende hacer campañas de concientización y reciclaje.</p>		<p>¿Qué medios de transporte utiliza?</p> <p>Para llevar a cabo los servicios cualesquiera que sean se necesitara la movilización de los utensilios, para ello se efectuara mediante un vehículo.</p>	<p>¿Qué materiales utiliza para las actividades de marketing?</p> <p>Para el marketing también se utilizaran materiales reciclados y reutilizados.</p>		

Tabla 3. Innovación Sostenible. Fuente: Elaboración propia.

### Estrategias del océano azul

CURVA DE VALOR							
Factores de Éxito	Peso	PICARDIA		DIANA IRIARTE EVENTOS		JAZMIN FLORES Y EVENTOS	
		califi	ponder	califi	ponder	califi	Ponder
Precio	0,3	3	0,9	3	0,9	3	0,9
Estratos	0,2	2	0,4	2	0,4	2	0,4
Asesorías	0,1	3	0,3	2	0,2	3	0,3
Variedad	0,1	4	0,4	3	0,3	2	0,2
Mercado	0,1	2	0,2	2	0,2	2	0,2
Publicidad	0,2	2	0,4	1	0,2	1	0,2
	1		0		0		0

Imagen 2. Curva de Valor datos. Fuente: Elaboración propia.

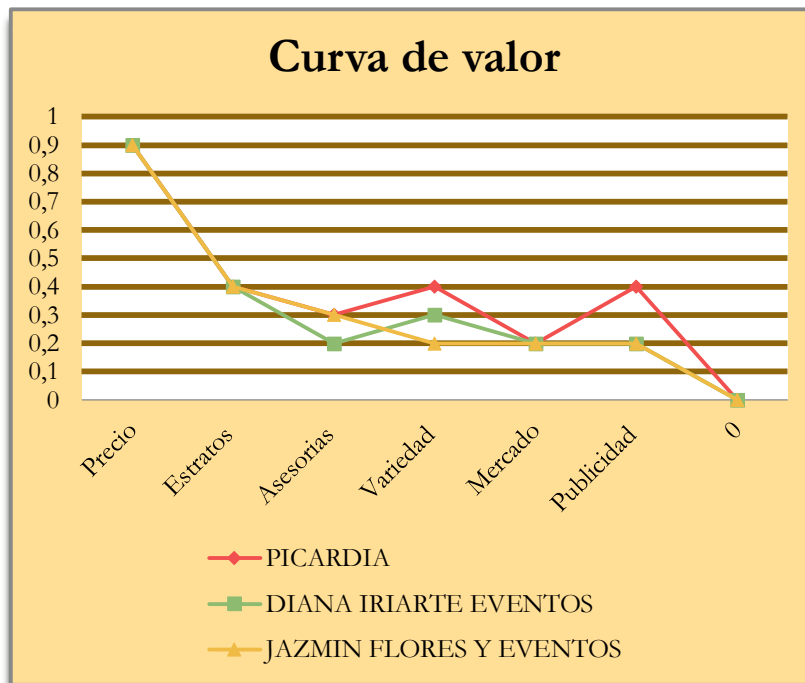


Imagen 3. Curva de Valor gráfica. Fuentes: Elaboración propia.

Teniendo en cuenta nuestra competencia y las variables más representativas podemos notar que PICARDIAS es fuerte dentro del mercado con la variedad de servicios ofrecidos así



como de la publicidad brindada, pero principalmente sus altos costos en cuanto los servicios ofrecidos, por consiguiente JAZMIN FLOREZ Y EVENTOS y DIANA IRIARTE EVENTOS manejan unos precios elevados, así como una variedad de servicios ofrecidos.

Dado a lo anterior se presenta lo siguiente:

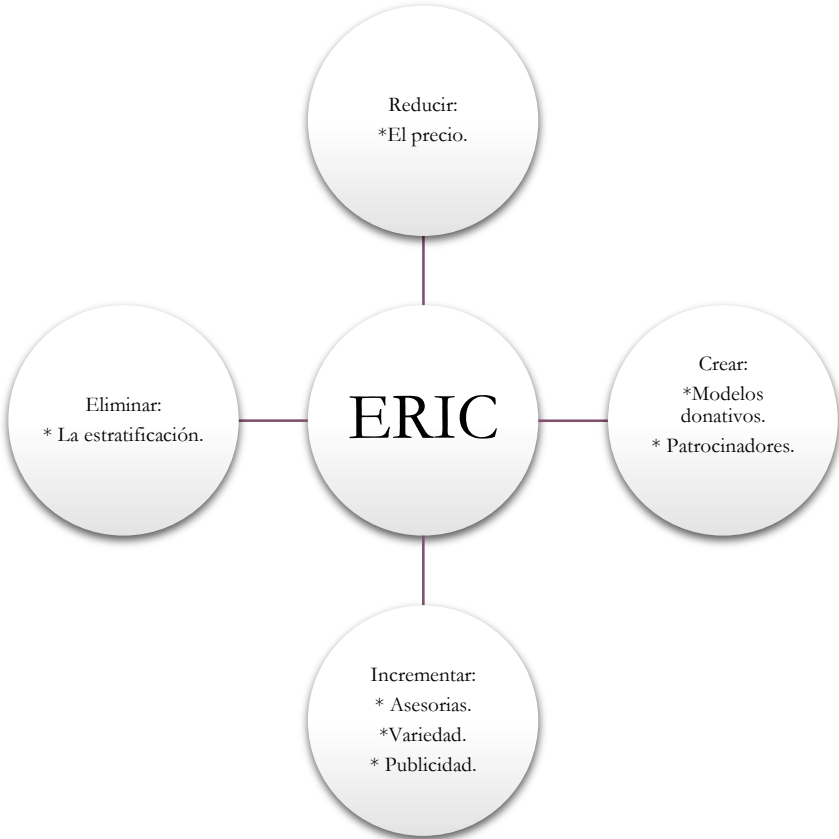


Imagen 4. Matriz ERIC. Fuentes: Elaboracion propia.

**Fuerzas de Porter y Entorno de la Empresa**

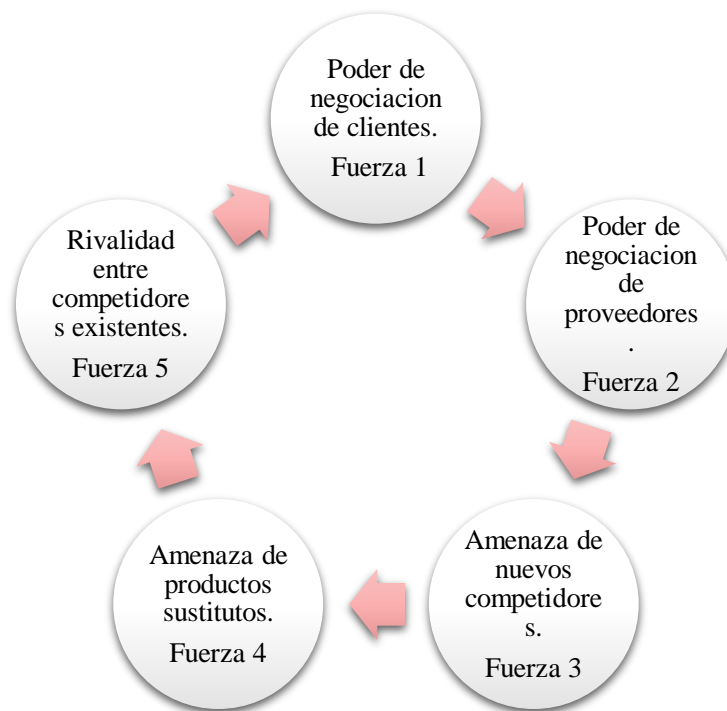


Imagen 5. Fuerzas de Porter. Fuentes: Elaboración propia.

### ***Poder de Negociación de los Clientes.***

Decoraciones y Eventos Pao, busca brindar una experiencia única y auténtica en cada evento organizado, teniendo en cuenta los recursos y presupuesto de los usuarios sin dejar de lado que los precios utilizados estarán por debajo del de la competencia.

### ***Poder de Negociación de los Proveedores.***

Con nuestros proveedores mantendremos una relación estrecha de beneficio mutuo por lo que se prevé comprar al por mayor y al detal con el fin de tener descuentos y promociones en cada compra realizada.

### ***Rivalidad entre las Empresas.***

Pao Eventos a través de sus redes sociales y pagina web, creara contenido publicitario constantemente con el fin de captar mas clientes, así como ofrecer descuentos y promociones mensuales.

### ***Amenaza de Productos Sustitutos.***

Dado a la falta de recursos económicos en ocasiones las personas deciden recrear sus propios eventos, es por ello que Decoraciones y eventos Pao busca a través de cada mínimo detalle las personas tengan una experiencia única y auténtica que le permita elegir nuestros servicios.

### ***Amenaza de los Nuevos Competidores Entrantes.***

Dentro del mercado existe una alta oferta de servicios similares al nuestro así como una alta competencia, para lo cual se dispone que mediante la innovación, calidad y Eco-diseño Pao eventos adquiera una ventaja competitiva que le permita mitigar esta amenaza.

## **Marketing Mix**

---

### **Estrategias de productos para clientes**

“Las estrategias de producto reúnen las diferentes acciones que se realizan a la hora de diseñar y producir un bien o servicio teniendo en cuenta principalmente las necesidades y preferencias del consumidor”. (Sánchez, s.f.)

Dado a que lo que se oferta es un servicio se tienen en cuenta las siguientes características:

**Calidad:** Mantener personal calificado y especializado para la preparación de los eventos.

**Diseño:** Aplica para la marca de la empresa: colores y letras llamativas, representaciones graficas diferenciadoras y fácil de recordar.

**Marca:** DECORACIONES Y EVENTOS PAO

**Servicio:** Asesorías y adaptaciones al precio del cliente y a sus requerimientos, manteniendo la relación calidad/precio.

## **Portafolio**

---

### ***¿Quiénes somos?***

Somos una organización dedicada a la planeación, organización y ejecución de todo tipo de eventos tales como: matrimonios, graduaciones, quinceañeros, eventos de coctel, fiestas, cumpleaños, conferencias, etc., que te ofrece una experiencia única nunca antes vista.

### ***Descripción de las líneas***

- Matrimonios: línea diseñada para ejecuciones de eventos matrimoniales de acuerdo a los requerimientos y gustos de los clientes, se adapta a tu presupuesto.
- Graduaciones: línea diseñada para celebración de grados colegiales, universitarios, corporaciones, policías, etc.
- Quinceañeros: línea diseñada para satisfacer a aquellos y aquellas que deseen celebran sus 15 primaveras.
- Eventos de coctel: línea que privilegia a eventos de alto nivel corporativo.

- Fiestas. Línea diseñada para cualquier tipo de fiesta o celebración.
- Cumpleaños: línea diseñada para festejar a los cumplimentados sean, niños, jóvenes, adolescentes, adultos, ancianos, etc.
- Conferencias: línea diseñada para la preparación, organización y ejecución de conferencia, adaptando espacios cómodos.

### ***Contactos:***

Página web y redes sociales que aparecen en este documento.

### **Ciclo de Vida del Servicio**

Debido a que la empresa es prestadora de servicios y es completamente nueva dentro del mercado se encuentra en la fase de Introducción.

“Es la primera fase, y también la más difícil. Si lo comparamos con la vida de un ser humano esta correspondería a su etapa inicial, cuando un bebé empieza a crecer y es totalmente dependiente de sus padres, necesita una ayuda constante para abrirse camino hacia la siguiente fase y no se vale por sí mismo. Con un producto o servicio ocurre lo mismo, nuestro artículo acaba de nacer y tenemos que lanzarlo al mercado junto con otros productos y servicios que ya cuentan con un posicionamiento y clientes fidelizados. En este momento el nivel de ventas es muy bajo y además arrastramos un coste y esfuerzo muy alto. Nuestro producto todavía no es conocido, no saben que existimos, por eso en esta primera parte lo ideal es utilizar una estrategia de publicidad informativa, es decir presentar a nuestro cliente objetivo nuestras cualidades y que necesidades satisfacemos, para poco a poco abrírnos camino.” (Mariño, 2019)

Es por eso que en primera instancia se hace necesario que le empresa genera una estrategia informativa por medio de publicidad a través de plataformas digitales y redes sociales.

### **Precios**

“Se establece primero un precio bajo para ingresar a un mercado competitivo y se aumenta posteriormente. Busca atraer compradores al ofrecer precios más bajos que los competidores en los productos. Puede ser riesgoso porque puede resultar en una pérdida inicial de ingresos para el negocio. Sin embargo, después de penetrar en el mercado se puede aumentar el precio para generar ganancias.” (Sy Covor, s.f.)

Inicialmente trabajaremos con un precio de introducción que implica estar por debajo del de la competencia, así como también tener en cuenta que nuestro cliente objetivo son los estratos

más bajos debemos adaptarnos al precio que estos tengan disponible y teniendo en cuenta las cualidades y características que este quiere que tenga su evento.

### **Estrategias de distribución**

---

Es cuando se recurre a un número inferior de intermediarios disponibles, es decir solo algunos pueden vender tu producto. Esta estrategia es indicada para productos de compra reflexiva, donde el comprador realiza las comparaciones de precios y características de los productos. Algunas características para seleccionar a estos intermediarios pueden ser su calidad de servicio, el tamaño del distribuidor referente a las ventas, generalmente una pequeña parte de distribuidores realizan una parte muy importante de las ventas totales; y la competencia técnica y el equipamiento son importantes sobre todo para productos no estandarizados, donde es importante el servicio post-venta.

El canal de distribución que se utilizara será de marketing directo puesto que por medio de las redes sociales y pagina web, se tendrá un contacto directo con los usuarios.

Categoría de Servicio	Estrategia a Realizar Explicar en los recuadros					
	Página web	Tienda Min o retail	Store on line	Show Room	Contac Center	Redes de venta directa
Matrimonios	x		x			
Gradaciones	x		x			
Cumpleaños	x		x			
Quinceañeros	x		x			
Eventos de Coctel	x		x			
Fiestas	x		x			
Conferencias	x		x			

Tabla 4. Estrategias de distribución. Fuente: Elaboración propia.

### **Estrategias de comunicación.**

---

Las estrategias de comunicación se manejarán de la siguiente manera:

#### ***Relaciones públicas***

- ✓ Fan page
- ✓ Redes sociales
- ✓ Página web

## *Publicidad*

- ✓ Vallas corporativas
- ✓ Anuncios en internet
- ✓ Transmisión en televisión
- ✓ Material POP

## *Promoción de ventas*

- ✓ Descuentos y promociones
- ✓ Premios y sorteos

## *Mezcla promocional*

<b>Actividad</b>	<b>Objetivo</b>	<b>Costo Unt.</b>	<b>Q</b>	<b>Costo Total</b>
<b>PAGINA WEB</b>	Dar a conocer los productos, visibilidad de productos, poder hacer pedidos, compras y cotizaciones.	\$ 0	1	\$ 0
<b>REDES SOCIALES</b>	Para darnos a conocer y hacernos más visibles en las redes sociales.	\$ 0	1	\$ 0
<b>FAN PAGE</b>	Red social más utilizada, permitir promocionar la marca y sus productos, con el fin de incentivar a las compras.	\$ 0	1	\$ 0
<b>VALLAS CORPORATIVAS</b>	Método utilizado para generar publicidad.	\$ 200.000	2	\$ 400.000
<b>ANUNCIOS EN INTERNET</b>	Estrategia para vender los productos	\$ 10.000	30	\$ 300.000
<b>TRANSMISION DE TELEVISION</b>	Estrategia para vender los productos	\$ 0	400	\$ 0

<b>MATERIAL POP: ESFEROS Y LLAVEROS</b>	Estrategia para promocionar la empresa y sus productos, incentivar la compra.	\$ 500	1600	\$ 800.000
<b>PROMOCIONES Y DESCUENTOS</b>	Estrategia para vender los productos	\$ 0	600	\$ 0
<b>Total</b>				\$ 1.500.000

Tabla 5. Mezcla promocional. Fuente: Elaboración propia.

### Resumen de marketing mix.

MARKETING MIX						
Estrategia	Objetivo Smart	Como (como llegara al objetivo)	Quien (con qué medios o personas se apoyara)	Cuando (Tenga presente la fecha)	Donde (de fina especifica el lugar donde lo realizara)	Valor (aproximadamente al costo)
Servicios	Definir las características más importantes de cada servicio para llamar la atención del cliente inmediatamente que nos conozca.	Dándole a cada servicio un factor de diferenciación y atracción.	A través de los medios de comunicación e interacción como Facebook empresarial, redes sociales y material de impacto.	Inmediatamente entrando en ejecución la organización.	Se realizará para la promoción y publicidad a través de redes y pagina web.	El valor de redes es de \$0 costos, pero para Facebook empresarial varía de acuerdo al número de días que desee hacer publicidad, el costo más bajo es de \$5.000 por día.
Precio	Definir el precio de acuerdo a los requerimientos y presupuesto que tenga cada cliente sin dejar de un lado que debe ser menor que el de la competencia, una vez solicitado	De acuerdo al presupuesto o especificaciones que tenga cada cliente.	Se tendrán socios claves que permitan ayudar a cumplir cada requerimiento.	Inmediatamente solicitado el servicio o cotización.	De acuerdo al requerimiento del cliente.	Varía de acuerdo al presupuesto, no se manejan datos exactos ni promedios específicos.

	una cotización.					
Promoción y Comunicación	Utilizar materiales de interacción y comunicación que permitan acaparar el cliente inmediatamente.	Con promoción en medios de interacción.	A través de redes sociales, páginas web, Facebook empresarial, vayas corporativas, materiales de impacto como los pop, entre otros.	A partir de este momento y progresivamente de acuerdo a nuestro cronograma de actividades.	En la ubicación y localización del proyecto.	valor aproximado de \$2.800.000 pesos

Tabla 6. Resumen de Marketing Mix. Fuente: Elaboración propia.



## Marca

---

A continuación se presenta la marca de Decoraciones y eventos Pao:



Imagen 6. Marca. Fuente: Elaboración propia.

Se mantuvieron colores llamativos y que fuera un nombre fácil de recordar.

## Marketing digital

---

Para el Marketing digital Decoraciones y eventos Pao utilizo dos herramientas que considera indispensables para lo que quiere promocionar.

### Página web

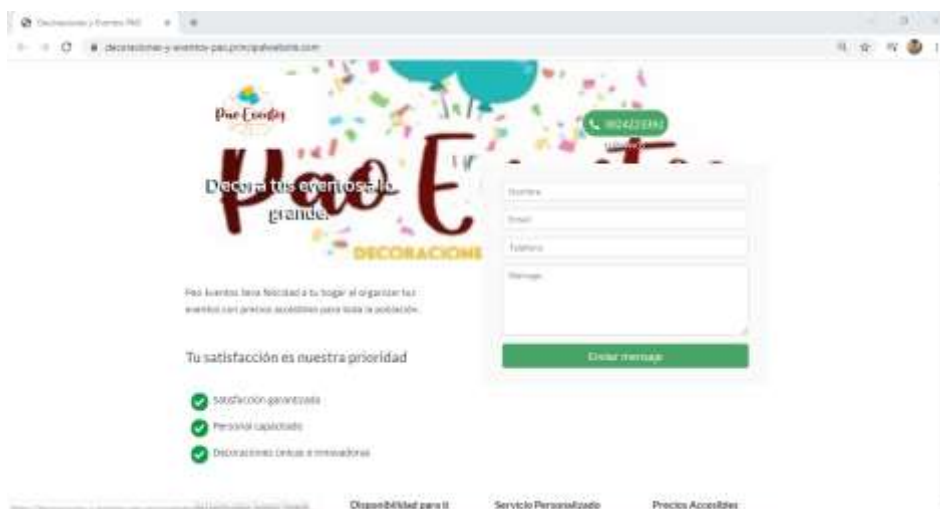


Imagen 7. Página web. Fuente: Elaboración propia.

Sitio web: <https://decoraciones-y-eventos-pao.principalwebsite.com/>

## Facebook Empresarial

Diseño de pagian web



Imagen 8. Facebook empresarial. Fuente: Elaboración propia.

## Métricas claves

### Estadísticas



Imagen 9. Estadísticas facebook empresarial. Fuente: Facebook.

La anterior imagen nos indica que Decoraciones y eventos pao tuvo un alcance de 28 personas, 5 interacciones en la pagina y a 32 personas le gusto la pagina.

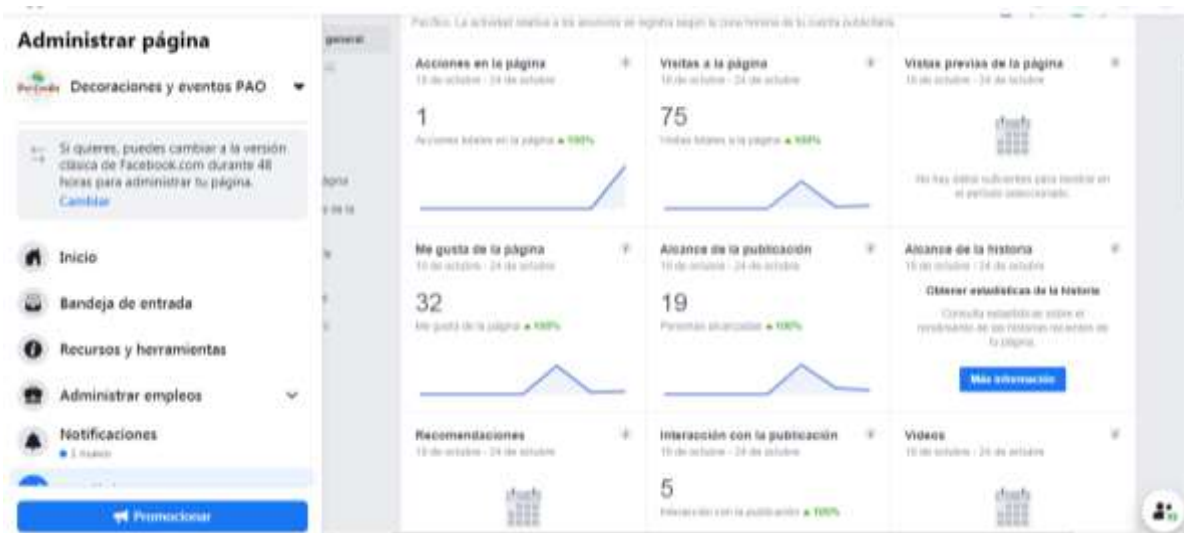


Imagen 10. Estadísticas Facebook empresarial. Fuente: Facebook.

De la anterior podemos identificar que existieron 75 visitas a la página, a 32 personas le gusto la página, el alcance de las publicaciones fue de 19 personas.

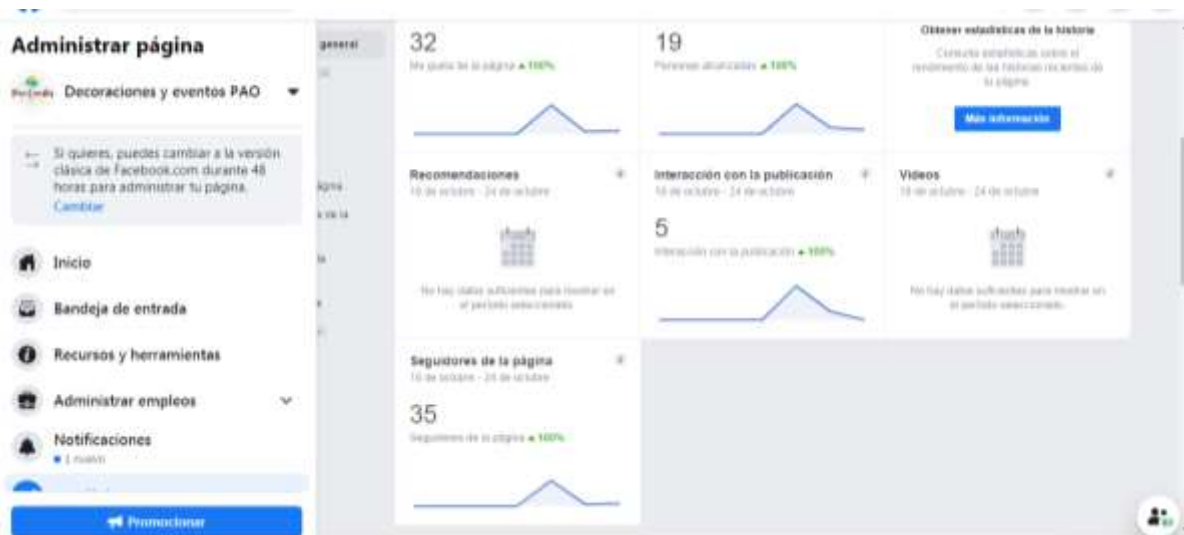


Imagen 11. Estadísticas Facebook empresarial. Fuente: Facebook.

De la anterior podemos decir que la pagina tuvo 5 interacciones con la publicación y gano un total de 35 seguidores.

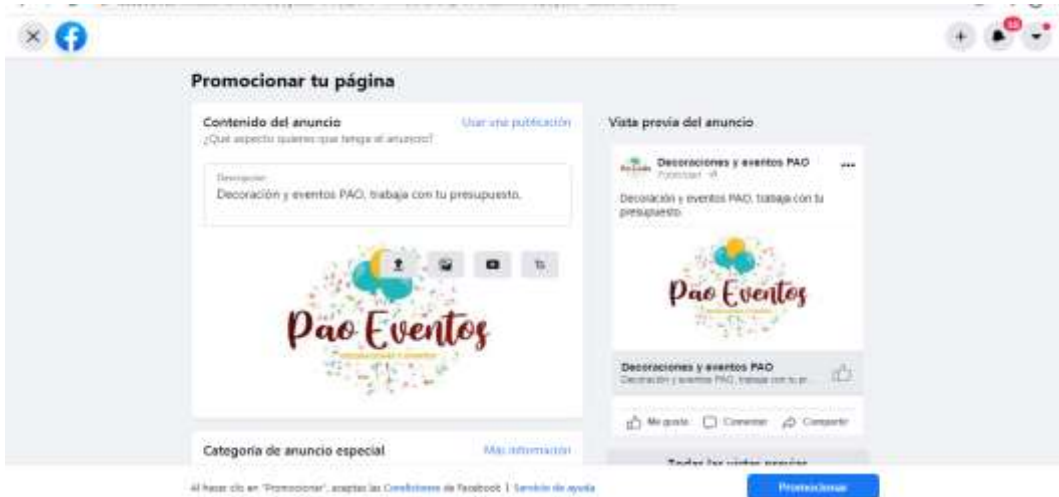


Imagen 12. Campaña publicitaria. Fuente: Facebook.



Imagen 13. Campaña publicitaria. Fuente: Facebook.

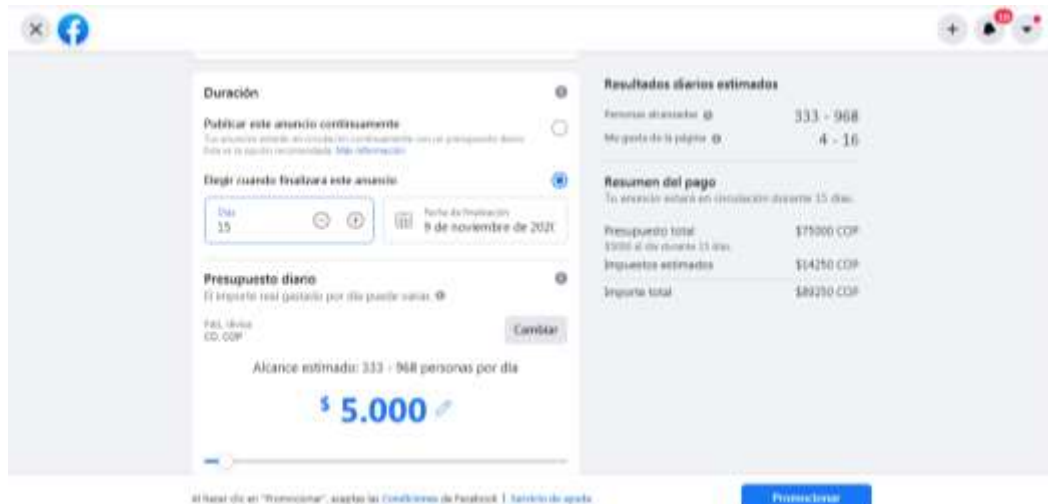


Imagen 14. Campaña publicitaria. Fuente: Facebook.

Decoraciones y eventos Pao decidió hacer una campaña en Facebook empresarial durante 15 días, el costo tal de la campaña es de \$100.000 pesos aproximadamente, información arrojada en las anteriores imágenes.

Ahora bien el CAC para este caso:

CAC: Gasto total en captación/ número de clientes captados

CAC: \$100.000/28

## Estudio técnico

(Rosales, 2005)“Un estudio técnico permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, lo que, además, admite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas. Este análisis identifica los equipos, la maquinaria, las materias primas y las instalaciones necesarias para el proyecto y, por tanto, los costos de inversión y de operación requeridos, así como el capital de trabajo que se necesita”.

### Localización del proyecto:

(Gomez, 2016)“El estudio y análisis de la localización de los proyectos puede ser muy útil para determinar el éxito o fracaso de un negocio, ya que la decisión acerca de dónde ubicar el proyecto no solo considera criterios económicos, sino también criterios estratégicos, institucionales, técnicos, sociales, entre otros. Por lo tanto, el objetivo más importante, independientemente de la ubicación misma, es el de elegir aquel que conduzca a la maximización de la rentabilidad del proyecto entre las alternativas que se consideren factibles. De tal modo que, para la determinación de la mejor ubicación del proyecto, el estudio de localización se ha subdividido en dos partes: Macro localización y Micro localización.”

### Macrolocalización:



Imagen 15. Macro localización. Fuente: Google maps

En este mapa vemos la localización de la capital de departamento de sucre, donde va a estar ubicado de manera macro el proyecto.

## Sincelejo

(Wikipedia, Wikipedia.es, 2017) **Sincelejo** es un municipio colombiano, capital del departamento de Sucre. Está ubicado al noroeste del país, en la Región Caribe colombiana exactamente en la sub-región Sabanas en el departamento de Sucre. Sincelejo dista 987 km de Bogotá, 459 km de Medellín, 110 km de Montería, 220 km de Barranquilla, 180 km de Cartagena de Indias, 84 km de Magangué y 40 km de Tolú.

La ciudad de Sincelejo, se encuentra ubicada al noroeste del país de 9° 18 latitud norte, 75° 23” latitud oeste del meridiano de Greenwich. Tiene una extensión total de 28.134 habitantes, con una altura sobre el nivel del mar de 213 msnm y limita al sur con el municipio de Sampedra y con el departamento de Córdoba; por el oeste con los municipios de Palmito y Tolú; por el norte con los municipios de Tolú y Tolú Viejo y por el éste con los municipios de Corozal y Morroa. Actualmente cuenta con 209 calles, 220 carreras, 13 transversales y 3 diagonales.

El área urbana del municipio ocupa un total de 1.892,64 habitantes con un perímetro urbano de una longitud total de 32,39 km, y el área rural tiene 25.953 ha, para un total de 27.845 ha entre lo urbano y rural.

Las principales actividades económicas del municipio de Sincelejo giran alrededor del área departamental y vecina específicamente en el sector de la ganadería, la agricultura y el comercio y otros servicios. Por la excelente calidad de su ganado vacuno de alta selección, Sincelejo ha sido llamada la “Capital Cebuísta de Colombia”; cuenta con una magnífica cría, levante y ceba de animales de inmejorables condiciones para el consumo en los mercados regionales; la lechería, en menor escala, es también importante dentro del primero de los renglones económicos del municipio.

En la agricultura, que comparada con la ganadería es apenas una fuente económica secundaria, se destaca la producción de maíz, yuca, ñame y plátano. Aunque el comercio, que es bastante activo y otros servicios, especialmente los gubernamentales, son importantes en Sincelejo, sólo le sirven económicamente al municipio como complemento de las actividades primordiales del sector agropecuario.

La industria que apenas empieza a despertar en la ciudad, cuenta con algunas factorías de productos alimenticios, confecciones, calzado y procesamiento de maderas especialmente; se destaca la gran vocación microempresarial del municipio que se convierte en la perspectiva futura más promisoriosa del municipio en el corto y mediano plazo.



En síntesis, la economía de Sincelejo está sustentada en el comercio y la oferta de servicios de bancos, almacenes de cadena, clínicas, restaurantes, estaciones de servicio, telecomunicaciones fijas y móviles, transporte terrestre y aéreo, automóviles, talleres. De acuerdo con un último censo de Industria y Comercio, son cerca de 3 mil establecimientos de toda índole los que funcionan en la capital.

### Microlocalización:

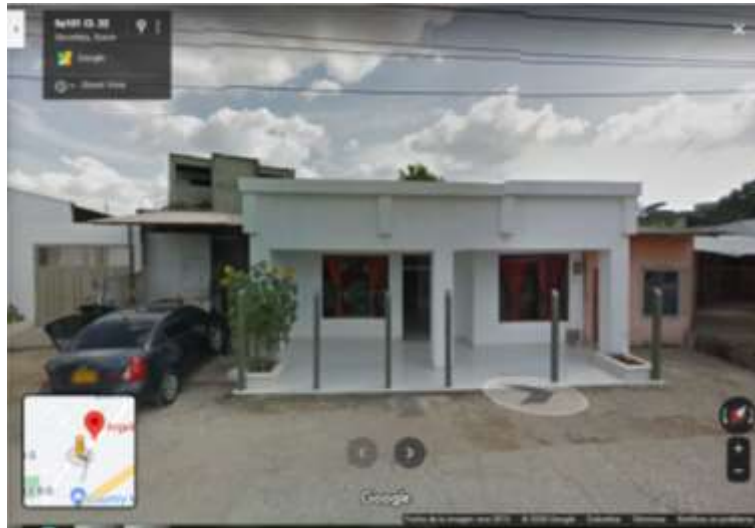


Imagen 16. Microlocalizacion. Fuente: Google maps.

Ubicación en la calle 32# 5 A98 AV. Argelia Sincelejo-Sucre.

Se escogió este lugar dado a que es la calle principal más transitada de la ciudad lo que permite que todos los ciudadanos transiten por este sitio y estratégicamente desde todos los puntos cardinales de la ciudad.



Imagen 17. Microlocalizacion. Fuente: Google maps.



En este sitio no existe ninguna empresa que tenga las mismas características de la nuestra lo cual nos permite manejar perfectamente este sector bien posicionado. Además para nuestra población objetivo este sitio es el adecuado dado a que solo están a unos metros de distancia.

## ESTIMACIÓN DEL TAMAÑO ÓPTIMO

### Requerimientos Técnicos

Tipo de Activo	Descripción	Cantidad	Valor Unitario*	Requisitos técnicos**
Infraestructura – Adecuaciones	Lote de 5x5	1	20.000.000	Instalaciones de oficinas para atención de los usuarios.
	Adecuación de áreas de operación ( bodega, baño, sala de atención)	1	20.000.000	Se requiere de un espacio donde se pueda adecuar las oficinas de atención, bodega de materiales a utilizar y baño. Para ellos se necesita cemento, varillas, techo, puertas, ventanas, tubos, entre otros.
Maquinaria y Equipo	Cilindro de Gas helio	1	400.000	Almacenador de gas helio de 50L
	Material reciclable (cartón)	500 kg	200	Material para procesar y decorar eventos
	Material reciclable (vidrio)	500 kg	100	material para procesar y decorar eventos
	Material reciclable (plástico)	500 kg	200	material para procesar y decorar eventos
	regulador helio	1	195.000	válvulas de tanque CGA-580 DE HELIO
	Compresor pistola	1	90.000	Motor de 650w, con capacidad de 800ml
	juego de Mesas adornativas en madera	5	40.000	Juego mesa grande de 80cm, mediana de 60cm, pequeña de 40cm
Equipo de comunicación y computación	Computador para ofimática y tareas varias.	1	1.380.000	Almacenamiento de 1 TB de almacenamiento, 4 GB de RAM + 16 optane y procesador core i3.

	Impresora	1	459.000	Impresión a color, impresión inalámbrica, puerto usb 2.0 alta velocidad con capacidad de hasta 8.000 páginas a color.
	Teléfono de mesa	1	69.000	Teléfono inalámbrico marca Motorola Tecnología: DECT 6.0, con capacidad de 1 línea.
Muebles y Enseres y otros	Mueble de exhibición madera	1	300.000	Mueble tipo L de de 150cm de largo hecho en madera.
	Muebles de sala de estar	1	450.000	Juego de sofá tapizado en cuerina.
	Silla tipo escritorio	2	60.000	Sillas metálicas color negro.
	Archivador	2	130.000	Metálicos color gris de 5 gavetas
Otros (incluido herramientas)	Tijeras	3	1.000	Punta redonda.
	Goma	5	10.000	Colbón de madera de 1000 gramos
	Hilos y nailon	6	10.000	carretes de 100metros
	Luces de colores	10	10.000	Luces led audio rítmicas de colores ref 432
	cinta	3	8.000	48 x 100 colores
Gastos pre-operativos	Constitución( escritura y gastos notariales)	1	1.000.000	Utilizados para que la empresa entre en funcionamiento y requisitos estipulados por la ley colombiana.
	Apertura( registro sanitario )	1	4.000.000	
	Apertura( Bomberos )	1	120.000	
	Apertura( uso del suelo )	1	80.000	
	Registro de libros	1	98.000	

Tabla 7. Estimación tamaño óptimo. Fuente: Elaboración propia.

### Método de Escalación



#### ASPECTOS / VARIABLES

#### VALORES

Capacidad total del gas ( unidades x mes) 5.000

Capacidad anual 14.400.000

Nº de días de operación (30 días) 1.200.000

Horas de producción 40.000,0

La anterior estimación es tentativa ya que lo que se ofrece es un servicio, sin embargo para los eventos es comúnmente utilizado globos inflados con gas helio, por lo que se estima que una pipeta de 40l de gas helio arrojan unas 5000 unidades por mes, la jornada de producción de eventos se hacen en promedio de 8 horas diarias en 30 días calendario, para un total de 40.000 horas de producción mensual. Por lo que nos arroja una capacidad anual de 14.400.000.

Cabe destacar que Decoraciones y eventos Pao, no estima fijamente la cantidad de eventos realizados por mes, así como tampoco la cantidad de material utilizado en cada evento porque varía de acuerdo a los requerimientos estipulados por los usuarios.

### **Infraestructura**

Pao eventos, requiere de un espacio físico donde puedan llevar a cabo sus actividades y atención a los usuarios, por lo que se hace necesario la distribución física de la planta.

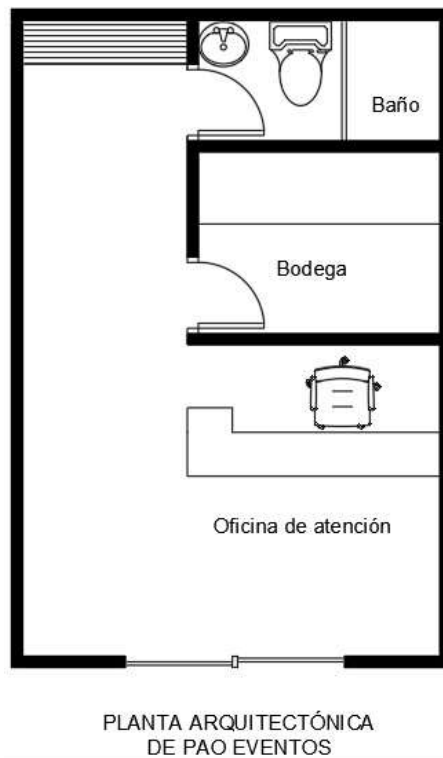


Imagen 18. Distribución de Planta. Fuente: Elaboración propia.

La anterior está compuesta por una bodega donde se almacenara toda la materia prima utilizada para la realización de eventos como por ejemplo: materiales reciclables, mesas de decoración, compresor, entre otros, así mismo contara con una oficina de atención y baño.

### Ingeniería del proyecto

Diagrama de Flujo.

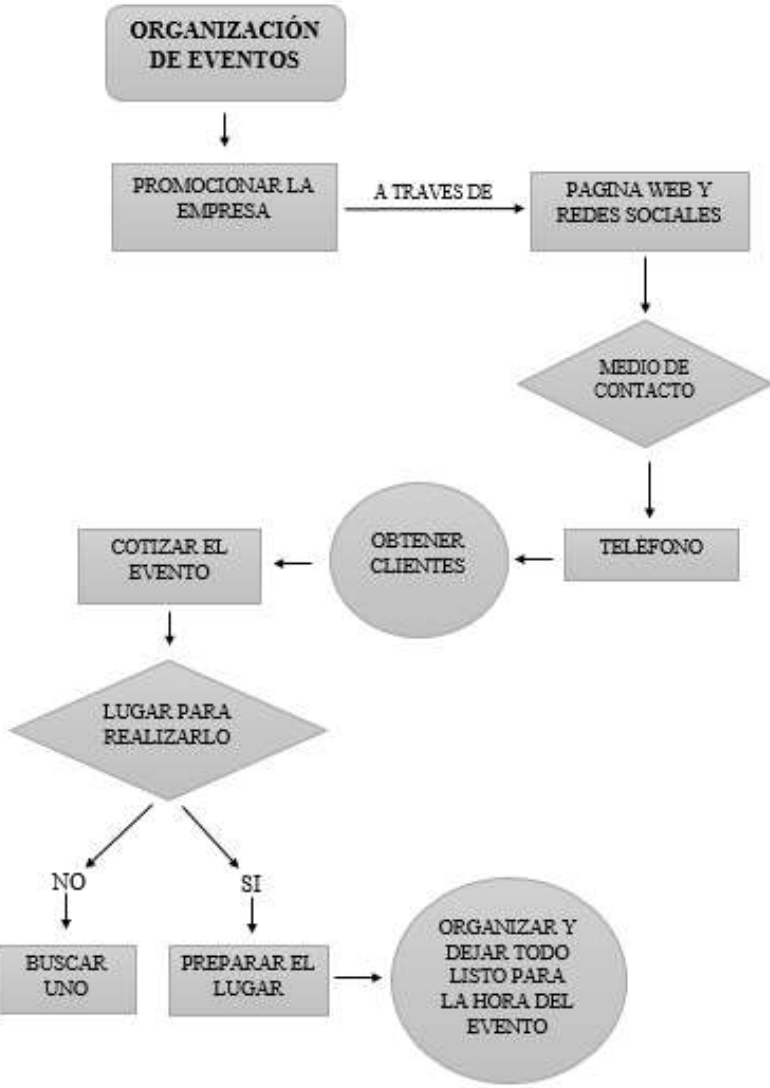


Imagen 19. Diagrama de Flujo. Fuente: Elaboración Propia.

Eventos Pao ofrece servicios de decoración y eventos de distinto tipos a continuación solo se describirá uno:


<b>Servicio: Cumpleaños</b>				
<b>Unidades a producir: 1</b>				
<b>Actividad del proceso</b>	<b>Tiempo estimado de realización ( minutos / horas)</b>	<b>Cargos que participan en la actividad</b>	<b>Número de personas que intervienen por cargo</b>	<b>Equipos y máquinas que se utilizan. Capacidad de producción por máquina ( Cantidad de producto/ unidad de tiempo)</b>
Llamada o mensaje	5min	Atención al cliente.	1	Teléfono y computador (1)
Cotización y requerimientos del usuario.	45min	Atención al cliente	1	Computador (1)
Toma de pedido	10min	Atención al cliente	1	Computador (1)
Planeación de evento	30min	Atención al cliente y Equipo de trabajo	3	Computador.
Diseño y elaboración de materiales utilizados en el evento	2 a 3 dias aproximadamente	Equipo de Trabajo	3	Material reciclable(cartón, vidrio, plastico)  Compresor o gas helio.
Montaje y ejecución de evento	4horas	Equipo de trabajo	1	Cinta, Tijeras, globos, diseño hecho

				en el punto anterior, etc.
Desmante y evaluación del servicio.	2horas	Equipo de trabajo	3	Desmontar todo lo utilizado y recoger lo necesario y desechar lo que no sirve.
<b>Total</b>	5 días en promedio.			

Tabla 8. Ingeniería del proyecto. Fuente: Elaboracion propia.

Es necesario aclarar que este tiempo varía de acuerdo al tiempo en que se acerque el usuario a solicitarlo, puede demorar muchos más días o simplemente unas horas.

### Ficha técnica

	<b>Decoraciones y eventos Pao</b>		
	<b>CODIGO</b>	<b>VERSIÓN</b>	<b>FECHA</b>
<b>FICHA TECNICA DEL SERVICIO</b>			
<b>A. MATRIMONIO HAWAIANO</b>			
Un cliente nos ha solicitado para la planeación, organización y ejecución de un matrimonio, la temática para este matrimonio es todo lo alusivo a lo hawaiano.			
<b>B. OBJETIVO</b>			
Planear, Organizar y ejecutar un matrimonio de tipo Hawaiano, todo lo utilizado para este debe reflejar la temática hawaiana.			
<b>C. METODOLOGIA</b>			
Para este servicio lo primero que se hace es conocer cada detalle que desea el cliente que se refleje así como los elementos que le gustaría que intervinieran en él. Una vez definido este se hace la planeación con el equipo de trabajo para definir todo lo utilizado para la organización, incluyendo la decoración, cabe destacar que cada decoración es hecha manualmente por el equipo de trabajo. Llegado el día del evento se hace el montaje del evento y se arregla todo para la hora estipulado, por último una vez finalizado este se hace el desmante, reciclaje y desecho de lo que sea necesario.			
<b>D. DESCRIPCIÓN GENERAL</b>			
Este servicio fue elegido y programado por el cliente, la temática y elementos utilizados fue elegido por él. Para este servicio se hace necesario la dedicación, programación y planeación del mismo, así como de no dejar ningún por fuera detalle para el cliente se sienta gusto y siga utilizando nuestros servicios. El servicio inicia desde el momento en que el cliente solicita nuestros servicios dado a que se pretende siempre ofrecer una experiencia autentica y única.			

<b>D. DURACION</b>	
En promedio desde la planeación hasta la finalización del evento tiene un promedio de duración de 5 días. Cabe mencionar que el evento dura el tiempo que los usuarios estipulen.	
<b>E. ENTREGABLES</b>	
Se entrega el montaje de decoración del evento, comida, orden de la noche, entre otros según requerimiento del usuario.	
<b>G. PERFIL DEL CLIENTE</b>	
Este cliente en específico está en un estrato del 3 al 5 con ingresos promedios que le permiten adquirir una boda soñada.	
<b>G. PERFIL DE QUIEN ENTREGA EL SERVICIO</b>	
Para este caso lo compone un equipo de trabajo que está compuesto por decoradores, chefs, logística y líder de evento que han sido contratados por la empresa por prestación de servicios, con experiencia en cada campo en específico.	
<b>Firma del responsable del servicio:</b>	Líder de Eventos
<b>Nombre del Responsable del servicio</b>	Valentino Florez <b>Firma:</b>

Tabla 9. Ficha tecnica. Fuente: Elaboracion propia.

## Producto mínimo viable



Imagen 20. Producto Mínimo Viable. Fuente: Elaboración propia.

## Conclusiones y recomendaciones

---

### Conclusiones

Uno de los principales objetivos que tiene este proyecto es llevar alegría y satisfacción a aquellas personas de bajos recursos que no pueden contratar una empresa organizadora de eventos debido a sus costos elevados, Pao Eventos, quiere cubrir esa necesidad en las personas de bajos recursos ofreciéndoles un servicio de calidad a un buen precio, ya que el principal cliente sería todas las personas de estratos socioeconómicos medio – bajo, que quieren celebrar algún motivo en especial pero que no tiene todos los recursos para cubrir una empresa de este tipo.

Pao Eventos, quiere llenar esa necesidad de una buena manera y que mejor que ofreciendo este servicio a un precio accesible para todo tipo de personas, además ofreciendo una experiencia única y auténtica.

### Recomendaciones

- Llevar a cabo un estudio de mercado más afondo.
- Tener en cuenta siempre las opiniones de los clientes.
- Logar capacitar al personal más adelante.
- Mantener y mejorar la calidad del servicio a ofrecer.



## Bibliografía

---

- Argudo, C. (13 de Septiembre de 2017). *emprendepyme.net*. Obtenido de emprendepyme.net: <https://www.emprendepyme.net/que-es-la-segmentacion-demografica.html>
- Gomez. (14 de mayo de 2016). [www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap2a.pdf](http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap2a.pdf). Obtenido de [www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap2a.pdf](http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap2a.pdf): <http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap2a.pdf>
- ICONTEC, M. (26 de Agosto de 2009). *Ministerio de Comercio, Industria y Turismo*. Obtenido de Ministerio de Comercio, Industria y Turismo: <https://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=1002cc7f-dbbc-45a2-849d-e9e3172f35a4>
- Mariño, A. (20 de Junio de 2019). *Tamarino web & marketing*. Obtenido de Tamarino web & marketing: <https://tamarino.es/blog/ciclo-de-vida-producto-servicio/>
- Rosales. (28 de junio de 2005). [www.ucipfg.com/Repositorio/MIA/MIA-01/BLOQUE-ACADEMICO/Unidad2/lecturas/Capitulo\\_del\\_Estudio\\_Tecnico.pdf](http://www.ucipfg.com/Repositorio/MIA/MIA-01/BLOQUE-ACADEMICO/Unidad2/lecturas/Capitulo_del_Estudio_Tecnico.pdf). Obtenido de [www.ucipfg.com/Repositorio/MIA/MIA-01/BLOQUE-ACADEMICO/Unidad2/lecturas/Capitulo\\_del\\_Estudio\\_Tecnico.pdf](http://www.ucipfg.com/Repositorio/MIA/MIA-01/BLOQUE-ACADEMICO/Unidad2/lecturas/Capitulo_del_Estudio_Tecnico.pdf): [http://www.ucipfg.com/Repositorio/MIA/MIA-01/BLOQUE-ACADEMICO/Unidad2/lecturas/Capitulo\\_del\\_Estudio\\_Tecnico.pdf](http://www.ucipfg.com/Repositorio/MIA/MIA-01/BLOQUE-ACADEMICO/Unidad2/lecturas/Capitulo_del_Estudio_Tecnico.pdf)
- Sánchez, J. (s.f.). *Economipedia* . Obtenido de Economipedia sitio web: <https://economipedia.com/definiciones/estrategias-de-producto.html>
- Sinnaps. (2019). *Sinnaps* . Obtenido de Sinnaps: <https://www.sinnaps.com/blog-gestion-proyectos/metodologia-cualitativa>
- Sy Covor, H. (s.f.). *Lifeder.com*. Obtenido de Lifeder.com: [https://www.lifeder.com/estrategia-de-precio/#Precio\\_de\\_penetracion](https://www.lifeder.com/estrategia-de-precio/#Precio_de_penetracion)
- Wikipedia. (2017). *Wikipedia.es*. Obtenido de Wikipedia.es: (Wikipedia, [es.wikipedia.org/wiki/Sincelejo](https://es.wikipedia.org/wiki/Sincelejo), 2017)