

CLICK
ULTIMA ENTREGA

FREDY ALEXANDER UNRIZA RUIZ
JOHN STEVEN GARCÍA
YAN LUCAS MARTÍNEZ MARTÍNEZ

Presentado A :

JHON ALEXANDER GONZALEZ DORADO

CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR CUN
CREACIÓN DE EMPRESA 2 - MODELOS DE INNOVACIÓN 50101
2020-B

TABLA DE CONTENIDO

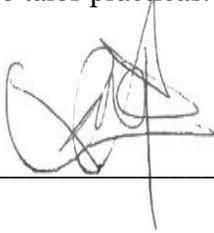
COMPROMISOS DEL AUTOR	3
INTRODUCCIÓN	4
DESCRIPCION DE LA IDEA DE NEGOCIO	5
MODELO DE NEGOCIO	7
ARQUITECTURA DE SERVICIO	8
COSTOS Y PRECIOS	11
GANANCIAS ESPERADAS.....	14
MODELO DE NEGOCIO VENTAS POR INTERNET	16
INOVACION SOSTENIBLE.....	18
ANÁLISIS DEL SECTOR.....	19
ANÁLISIS DE PORTER	23
MARKETING MIX	24
PORTAFOLIO.....	26
ESTRATEGIA DE VENTAS	27
ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN	28
ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN.....	29
MARKETING MIX	31
DESARROLLO DE MARCA.....	33
MARKETING DIGITAL.....	34
FUENTE BIBLIOGRÁFICAS.....	38

COMPROMISOS DEL AUTOR

Yo Fredy Alexander Unriza Ruiz identificado con C.C 808.17.681 estudiante del programa Administración de Empresas de claro 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.

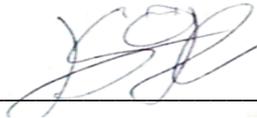
Firma _____



Yo John Steven García Peña identificado con C.C 80.895.483 estudiante del programa Contaduría Pública de claro 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.

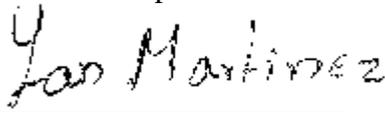
Firma _____



Yo Yan Lucas Martínez Martínez, identificado con C.C (1.005.438.346) estudiante del programa Administración en seguridad social 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 _____



INTRODUCCIÓN

Desde la península de la guajira hasta las amazonas, como sabemos somos un país de gran diversidad natural y ocupamos el segundo lugar en todo el planeta, dado ello también tenemos una economía de un promedio medio –alto y donde se destaca en el ámbito internacional por el su imponente exponencial que se ha desarrollado en las últimas décadas dando lugar al tipo de exportación y tratados con otros países también cabe mencionar que a diferencia de otros países en Latinoamérica nuestra economía es una de las más grandes.

Comprendiendo lo anterior, creemos fielmente que siendo Colombia un país de inversión extranjera, tenemos la capacidad y el compromiso de seguir siendo reconocidos en la variedad de actividades que realizamos. Puesto que con ello podríamos a llegar a posicionar una marca de innovadora en a nivel mundial, con el único fin de brindar oportunidades laborales tanto a personal universitario y profesional y que a pesar de Colombia tiene mucho reconocimiento en su exportación de productos y algunos servicios propios sabemos que la tasa de desempleo Segundo el DANE(Departamento administrativo nacional de Estadística) para junio de este año 2020 en el mes de junio fue de un 18 % con más de 4.2 millones de personas desempleadas en el país. Dado ello este proyecto también se está pensado en dar la mano y otorgamiento de actividades a personal con conocimiento educativo universitario para que así como ayudar a lograr que la organización donde se enfoquen en las acciones y búsqueda del éxito tanto personal y para la compañía .

DESCRIPCION DE LA IDEA DE NEGOCIO

¿Cuál es su producto o servicio?

Nuestra idea de va muy relacionada a los servicios es domicilios y planta de producción y distribución con el fin de operar en el casco urbano de la ciudad de Bogotá, y poder llegar a zonas aledañas con acceso a wifi dando un alcance de 24hrs el cual pretende incursionar y dar alcance a una necesidad. CLICK nuestra propuesta la cual tendrá como un objetivo llevar los productos adquiridos en base a una plataforma tecnológica y la cual se encargará de realizarlo.

¿Quién es el Cliente potencial?

Nuestro cliente a quien va dirigido es para personas entre los 16 a 70 años de edad y que diariamente salen de sus hogares a realizar actividades de compra u otra diligencia. Exponiéndose a una espera interminable para poder adquirir productos. Con el fin de llegar a todos los estratos sociales.

¿Cuál es la necesidad?

Pretende llegar al deleite para obtención de un producto mediante un servicio no convencional en Colombia esto con el fin de hacer su vida más cómoda y orientada a sus necesidades particulares.

¿Como?

En la Ciudad de Bogotá son 11 localidades y 17 Municipios aledaños, en la cual se pretende tener puntos de control con el único fin de realizar todo el despliegue de la operación del nicho del mercado.

¿Por qué lo preferirían?

Dado a que actualmente ya se dispone de servicios de domiciliarios y personal especializado para realizar funciones específicas para una operación masiva. Tendríamos la oportunidad de personal altamente calificados en el factor servicio al cliente, personas que a pesar que tender una carrera universitaria desean realizar una labor con el factor importante que es la instrucción académica esto nos llevaría a ser uno A de la novedad tecnológica y revolucionaria colombiana. Adicional a esto, tendremos la capacidad de tener a disposición canales de distribución propios, como son los vehículos mecánicos de consumo a gasolina el cual pretende dar un servicio para apartado más lejanos, las bicicletas estos medios de transporte que desde su invento han sido usadas para el medio de traslado con el fin realizar actividades

Requeridas para muchos campos y por último los drones, actualmente hay empresas en el desarrollo de esta infraestructura la cual realizan actividades como lo son; vigilancia, diversión y deportes. Dada esta nueva tecnología CLICK desea incorporar en su flota de domiciliarios estos por este medio, drones no tripulados, pero si operados por personas a distancia. dado el alcance a edificios para aquellas personas que residen en apartamentos de más de 5 pisos. Con el fin de que estas personas no deban desplazarse

MODELO DE NEGOCIO

Estructura del modelo de negocio

Segmentación:

Geográfica	Demográfica	Psicográfica	Sociocultural
La organización tendrá el punto de control en el caso urbano de la ciudad de Bogotá, con el fin de centralizar focalizar toda la operación de distribución requerida.	Esta incursión de producto y servicio involucrara a personas entre los 16 a 70 años de edad, que diariamente realizan actividad de compras en distintos puntos para adquisición de productos.	Nuestros Clientes son que de acuerdo a su estilo de vida son personas que no les da miedo realizar cosas nuevas, arriesgadas siempre son activas y enfrentan todo tipo de situaciones con el fin de satisfacerse .	Nuestros Clientes potenciales son personas que tiene una actividad. Altamente comprometidas, en su trabajo , deportes , planes sociales y hogares.

PROPUESTA DE VALOR

CLICK, Siendo una Empresa precursora en la Colombia, tendrá el privilegio de entregar productos en tiempos record con el enfoque de cero tránsitos vehiculares con nuestra propuesta de flota de Drones. “satisfacción a click” Un pedido que llegue sin contra tiempos a cualquier hora del día tanto para la ciudad como para los municipios aledaños

ARQUITECTURA DE SERVICIO

Procesos	Organización	Métodos	Infraestructura
Realizar una petición para la ley del aire, puesto que la entidad encargada es la AEROCIVIL la cual es la apoderada de realizar los registros y licencias para vuelos no tripulados tipo drones de acuerdo a la circular N°002 la cual entro en vigencia el 5 de febrero de 2019.	Implementación de la normativa de las BPM, dado a la planta de producción y distribución Realización de una monitorización de tiempos	El Objetivo es contar con un community manager quien se llevará a cabo una estrategia de Marketing Digital, para dar a conocer nuestro proyecto. Y todo lo relacionado a la operación que se llevara a cabo con la nueva era de los domicilios	Dada que las posibilidades son inmensas y que podemos aprovechar el suelo Dispondremos de un lugar ampliamente y estratégicamente posicionado

La regulación del drone en Colombia

De acuerdo a la circular 002 reglamentaria proferida por la aeronáutica civil donde se indicaba el requisito generales

- No volar sobre edificaciones ni sobre aglomeraciones de personas; como tampoco crear un riesgo para las personas o propiedades en la superficie.
- No volar drones con un peso superior a 25Kg, a menos que se cuente con un seguro de responsabilidad por daños y se informe a la Dirección de Operaciones Aéreas de la Aero civil.

- No portar pesos útiles diferentes a los elementos habitualmente requeridos.
- No volar un aeromodelo desde un aeropuerto ni en sus proximidades dentro de un radio de 5km.
- No volar un dron a una altura superior a 500 pies, ni de modo que se aleje más de 750 metros de distancia del aeromodelista que lo opera.
- No volar el aeromodelo a tal distancia que el operador pierda contacto visual con el dispositivo

Ahora para el uso comercial, se deberá expedir un permiso con unas condiciones especiales de la Aero civil, con el de realizar el vuelo con los dispositivos con un fin comercial, para ello también existen otro tipo de requisitos con el cual debe contar

- Los drones que se pueden operar en Colombia son aquellos que pesen hasta 25Kg. La operación civil de drones de un peso mayor queda prohibida en Colombia.
- La operación del dron únicamente podrá hacerse en horario diurno y en condiciones meteorológicas de vuelo visual
- El dron, para que pueda operar en Colombia debe tener, entre otros: Sistema de piloto automático, GPS, sistema de lanzamiento y recuperación en condiciones normales de operación, sistema para la seguridad en vuelo (“return to home”), colores exteriores que lo hagan claramente visible y detectable a la distancia, y una placa con el nombre del explotador del dron y datos de contacto.

- Los drones no podrán volar sobre un área congestionada, edificaciones, público o aglomeración de personas, ni de modo que se genere un riesgo para las personas o propiedades que estén alrededor. Tampoco podrán volar desde un aeródromo o en sus proximidades dentro de un radio de 5Km.
- La altura máxima a la que pueden volar es 152 metros y no podrán alejarse más de 750 metros del operador o del lugar de su lanzamiento o despegue
- Todo dron debe registrarse ante la Secretaría de Seguridad Aérea de la Aerocivil. En dicho registro deben especificarse diferentes datos, como la marca y modelo, requisitos de despegue y aterrizaje, las características de desempeño, facturas y fotografías, entre otros.
- Los explotadores (persona natural o jurídica que ostenta la propiedad de un dron, que se dedica por cuenta propia a la explotación de estas aeronaves) deberán registrarse ante la misma Secretaría, en donde también tendrá que indicar el propósito de la operación del dron (fotografía, televisión, observación, vigilancia, entre otros).
- El piloto a distancia u observador tendrá que registrarse también, teniendo que acreditar un entrenamiento sobre regulaciones aéreas, aerodinámica y principios de vuelo, meteorología aeronáutica, navegación, comunicaciones aeronáuticas, y conocimiento de la aeronave que va a operar. Asimismo, tendrán que relacionar su experiencia práctica en este tipo de aeronaves, y como mínimo 40 horas de vuelo y 200 despegues o lanzamientos y aterrizajes o recuperaciones.

- Si el dron se va a utilizar en labores de fotografía, vídeo, telemetría, datos, sensores, scanner, etc. (sic), se requiere permiso de la Fuerza Aérea Colombiana.

COSTOS Y PRECIOS

Dentro de los costos en que **CLICK** debe incurrir para su funcionamiento y los cuales se deben tener en cuenta a la hora de hablar de sostenibilidad son varios:

- ❖ Se debe tener en cuenta que para comenzar el funcionamiento se debe tener en funcionamiento una plataforma que pueda informar en tiempo real las solicitudes de los clientes y en que punto se encuentra cada una, así mismo, el valor de su solicitud calculando inmediatamente el valor del producto y la comisión. Dentro de esta plataforma debe existir un listado de precios y productos actualizados, por lo cual este sería el principal costo en el que debe incurrir la empresa.
- ❖ Como es una empresa dedicada a los domicilios de diferentes productos, es indispensable tener una flota de transporte en los que la empresa debe incurrir, dentro del planteamiento inicial, estos serían, Bicicletas, Motos eléctricas y en un futuro Drones.
- ❖ El personal, tanto el administrativo, como el encargado de la parte operativa, será un costo en el que se debe contar en el momento de hacer el proyecto **CLICK**.

- ❖ Una de las cosas más importantes que se debe tener en cuenta es la mercadotecnia, de esta manera, es otro costo en el que se debe incurrir, tanto para hacer conocer la empresa como para tener la fidelidad de los clientes obtenidos.

❖ **PRECIO**

El precio del servicio se ha definido según el Kilometraje recorrido desde la recolección del producto, hasta su lugar de destino, realizando un estudio de mercado se ha logrado establecer estas tarifas de la siguiente manera:

- 1 a 3 kms \$1.500
- 3 a 6 kms \$2.200
- 6 o más kms \$2.800

❖ **MECANISMOS DE ENTREGAS.**

❖ Los usuarios mediante plataforma tecnológica. Podrán seleccionar el método de entrega claramente deberán cumplir con un requisito en por el cual apostamos con 3 tipos:

❖ Bicicleta eléctrica

❖ Motos eléctricas

Drones, la di referencia del dron a los otros dos anteriores solo se tendrá en cuenta para edificación de más de 5 pisos información verificada mediante herramientas tecnológicas como Streetview con el fin de determinar la veracidad de la toma de decisión aplicada por el usuario

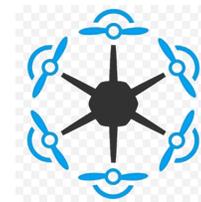
❖ Selección de producto, Modalidad entrega:



❖ Auto a gasolina

❖ Bicicleta

❖ Dron (bajo verificación de requisitos)



GANANCIAS ESPERADAS

Durante el corto plazo, de 1 a 2 años, el objetivo esperado es alcanzar el punto de equilibrio de la empresa, es decir, que las ganancias recibidas cubran el 100% de los gastos y costos incurridos para la prestación del servicio.

Durante el mediano plazo, de 2 a 3 años, el objetivo de CLICK es alcanzar ganancias anuales de por lo menos el 15%, las cuales permitan el crecimiento de la empresa y la expansión de la misma.

A largo plazo, la empresa espera mantener unas ganancias estables de por lo menos el 20% anuales.

❖ **RECURSOS**

¿Cómo puedo ser sostenible?

La sostenibilidad de la empresa radica básicamente en la consecución de clientes y en la fidelidad de los mismos, esto es totalmente indispensable para la compañía, así, que le cuidar y fortalecer los vínculos con los clientes es lo principal.

Adicionalmente se crearan convenios con diversos establecimientos para obtener tarifas especiales que nos permitan mantenernos en el mercado, adicionalmente, buscar establecimientos con los cuales se puedan hacer contratos para realizar los domicilios y esto nos permita encontrar otra manera de ingresos.

❖ **FIDELIDAD**

Lo principal es dar un valor agregado a los clientes, otorgando un excelente servicio. Adicionalmente se crearán estrategias de descuentos y promociones exclusivas para clientes **CLICK**, y sabiendo de la necesidad de protección al medio ambiente se buscara que en cada entrega exista un valor agregado al cliente que este encaminado en este punto, como la entrega

de bolsas en tela, manuales para recolección de residuos, cursos impresos para reciclaje, consejos para ahorrar agua y/o energía, entre otros.

❖ **CADENA**

Las alianzas estratégicas se pueden realizar con las grandes cadenas, con las cuales se puedan generar alianzas que permitan entregar productos más económicos a los consumidores, crear estrategias donde click pueda ser el único repartidor de domicilios de ciertos establecimientos que nos entregaría exclusividad en el mercado, buscar clientes potenciales en lugares concurridos en los cuales con un solo viaje se pueda atender la necesidad de varias personas y/o empresas.

MODELO DE NEGOCIO VENTAS POR INTERNET

¿Cómo captara sus clientes Según el modelo de ventas por internet escogido?

Una de las estrategias de marketing más usadas en la actualidad es la de anuncios. Dicho modelo será la base publicitaria de nuestro negocio. Usaremos la pandemia (específicamente el aislamiento social) como foco publicitario para ofrecer nuestros servicios productos, mediante redes sociales, Facebook, Instagram, twitter tik tok y YouTube. Siguiendo a clientes potenciales y creando redes empresariales con algunos influenciadores en el medio, con ello conseguir ampliar tanto la marca y dar a conocer el servicio y nuestro producto .

¿Cómo y qué alternativas ofrecerá a los clientes según el modelo de negocio de ventas por internet escogido?

Nuestra publicidad se basará en videos informativos, donde nos mostraremos como una red de servicios dedicada al transporte de todo tipo de alimentos y productos. Esto será posible a través de alianzas estratégicas con las tiendas, mercados y aun con las empresas a las cuales nos dirijan nuestros clientes

Para que las personas tengas contacto con nosotros, crearemos páginas en Facebook e Instagram (que actualmente son las más frecuentadas), donde les mostraremos las tarifas por domicilio, las cuales, varían dependiendo la distancia por recorrer.

¿Cómo cerrar la venta por internet y cuáles podrían ser los métodos de pago utilizados acorde al modelo?

Existirán dos formas de pago a nuestros servicios

De manera presencial o física: los clientes podrán pagar nuestros servicios al momento en que le entregamos su producto

De manera digital: mediante NFC, Transacción bancaria por medio de plataformas digitales, como lo puede ser **NEQUI** y **DAVIPLATA** o en su defecto por medio de PSE - Banco, las cuales son actualmente las más conocidas y usadas, donde consignaran el valor por el servicio prestado y producto entregado, cabe resaltar, que estas apps tienen la

ventaja de no cobrar por transacción, por lo cual el cliente no incurriría en costos indirectos adicionales por su compra

INOVACION SOSTENIBLE

El servicio prestado por CLICK es muy amigable con el medio ambiente debido a que dentro de las especificaciones para la prestación del mismo se tienen en cuenta los siguientes conceptos:

- ❖ Los productos serán transportados y entregados en bolsas de tela, lo que disminuye el uso de plástico y le entrega al cliente un artículo que puede usar en el diario vivir para ayudar con la conversación del medio ambiente.
- ❖ Los traslados se realizarán inicialmente en Bicicletas y motos eléctricas, lo que indica que no se utilizarán combustibles fósiles para su traslado.
- ❖ Durante las campañas de Marketing planeadas por la empresa, existe una de “fidelidad” para los clientes, que estará basada en cartillas para el manejo de los residuos, reutilización de productos, abonos orgánicos, entre otros, todo realizado en papel reciclable y con el fin de generar conciencia ecológica en el usuario.

ANÁLISIS DEL SECTOR

➤ ESTRATEGIA OCÉANO AZUL

- ❖ Identifique quien es su competencia
- ❖ Empresas que se dedican a entrega de productos puerta a puerta.
- ❖ Defina las variables importantes para su idea de negocio
- ❖ Medios de transporte no convencionales
- ❖ Variedad de productos
- ❖ Entrega a tiempo
- ❖ Personal calificado
- ❖ Implementación de innovación sostenible
- ❖ Costos Bajo

➤ Dele un valor de (1 a 5)

CLICK	
VARIABLES	VALOR
Medios de transporte no convencionales	5
Variedad de productos	5
Entrega a tiempo	4
Personal calificado	5
Implementación de innovación sostenible	5
Costos Bajos	5

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

➤ Matriz

Incrementar	Reducir
<ul style="list-style-type: none"> • Explotación de nuevos canales de distribución <ul style="list-style-type: none"> • Ampliar portafolio para un nuevo segmento • Posicionamiento de marca • Publicidad • Estrategias con marcas 	<ul style="list-style-type: none"> • Precios de productos • Costos de servicio por kilometraje recorrido sin causación de un valor adicional
Eliminar	Mantener
<ul style="list-style-type: none"> • hidrocarburos para los vehículos • Tiempos de espera en filas • Puntos de concentración de domiciliarios 	<ul style="list-style-type: none"> • Entorno único • Portafolio de productos y precios relativamente bajos

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

	Planta de producción y distribución	Bicicletas eléctricas	Motos eléctricas	Drones	Municipios	24hrs
Click	5	5	1	5	5	5
Rappi	1	3	1	0	4	2
Ifood	1	1	5	0	4	2
Uber eats	1	1	1	0	3	1
ESTRATEGIA	Dado a nuestra planta podremos realizar todo el proceso, en preparación de alimentos, negociación con proveedores colombianos de las pymes creado así un red empresarial .	Utilización de medios de transportes eléctricos con el fin de no fatigar a nuestros colaboradores con el fin de cumplir los tiempos de entrega propuestos	Decidimos eliminar el vehículo a gasolina con el fin de dar un no apoyar el crecimiento desmedido de hidrocarburos, con tal de no afectar significativamente medio ambiente con la filtración de gases contaminantes e implementar motos eléctricas, son tan eficiente como una gasolina, el costo y mantenimiento es menor a una convencional	Incursionar en el campo domiciliario o con drones con efectividad, cuidado del medio ambiente. Evitando embotellamientos y ayudar a profesionales en su campo de acción	Llegar a municipios aledaños con el fin de satisfacer sus necesidades, entendemos que muchos de los productos no se encuentra en todo el país pero podemos suplir esta necesidad	Realizar recepción de pedidos las 24hrs dado que nuestro centro de distribución y producción nos proveerá estos productos

ANÁLISIS DE PORTER

Amenazas de productos sustitutos:

- ❖ Adelantarnos a los acontecimientos, ser constantes en una estrategia de innovación
- ❖ Brindar valor agregado, por ejemplo: enviar a las empresas almuerzos o onces con el fin de fidelizar algunos clientes.
- ❖ Fidelizar clientes tanto en redes sociales como en los campos laborales en la ciudad

Amenazas de los nuevos competidores entrantes:

- ❖ Optimizar los tiempos de entregas
- ❖ Implementar estrategias con algo de creatividad para mejorar cada proceso con el fin de beneficiar a nuevos clientes

Poder de negociación de los proveedores: nuestra empresa se dedicara exclusivamente a prestar un servicio, necesitamos el abastecimiento de material y productos constantes seguidamente para realizar nuestra labor, lo que significa que los proveedores son un apoyo para nuestro negocio.

Poder de negociación de los clientes:

- ❖ Impulsar campañas con precios estándares y aumentar calidad frente a precios bajos, con el objetivo de adquisicion por parte de clientes potenciales

Rivalidad entre las empresas:

- ❖ llegar a contar con aliados con un potencial alto y que no sea una competencia para nosotros ni nosotros para ellos, con el fin de acaparar el máximo mercado.

MARKETING MIX

➤ **Núcleo**

El servicio de domicilios está diseñado para todos los barrios de la ciudad de Bogotá aplicara para mayores de 18 años, donde beneficiaria a estos adultos tanto y adultos de avanzada edad. Los proveedores que deseen ingresar con sus productos es necesario tengan su registro en cámara de comercio, el cliente deberá ser mayor de edad y habitar, en la ciudad de Bogotá y al rededor.

Desde un computador o dispositivo Smart deberá tener acceso a internet, los clientes como los proveedores una vez culmine el registro a nuestra plataforma se hará una identificación una previa verificación de topografía con el fin de proporcionar toda la información relevante de los clientes, estructuras que puedan dar guía a drone.

➤ **Calidad**

La calidad deberá ser evaluada, mediante un proceso constante esto con el fin de que los productos y demás, artículos adquiridos por el cliente este en un estado óptimo ya sea para su consumo u otra ultizacion, dependiendo la vida del producto

- ❖ Profesionales, que brinde un soporte impecable donde deberá ser impactico y responsable para así mismo pueda con las actividades propuestas por la compañía
- ❖ En el proceso de gestión para el cargue de los drones, se realizará una selección de los mejores productos que se enviaran a los clientes, y de igual forma tener la

máxima responsabilidad de informar sobre los productos que no cumplen con los estándares de calidad .

- ❖ Personal de habilidades y experiencia de la mano de obra directa e indirecta tanto en el proceso de recepción de la solicitud y como el que recibe dicha información para el alistamiento.

➤ **Envase**

Nuestro envase para los productos que enviamos a nuestros posibles clientes, serán bolsa de material reciclado, con el fin de hacer publicidad el cual llevara nuestra marca, pero también en la colaboración con el medio ambiente.

➤ **Diseño**

Mediante el siguiente modelo, de envase o empaquetado el cual tendrá el producto deseado por el cliente, el cual contará con nuestro logo y

Ilustración 1: diseño para el traslado de productos



Para contenido más pequeños o de un tamaño más considerado deberá ser usado esta bolsa

Ilustración 2: diseño para el traslado de productos



PORTAFOLIO

Nuestro amplio portafolio básico se enfoca nuestro propio producto de nuestra planta de producción y distribución con el apoyo de empresas colombianas en calidad de proveedores los cuales se visualizaran en una plataforma.

- ❖ Alimentos. Cada uno los clientes tendrá a su disposición de una variedad productos como lo son de restaurantes, pastelerías y comidas rápidas con nuestro factor especial, de nuestra propia planta de producción.
- ❖ Cuidado personal, para este segmento, creemos que daremos paso a marcas registradas y profesionales en tema, empresas que lleva muchos años en el mercado,

a ello siendo nuestros principales proveedores de sus productos, para que sean distribuidos en nuestro canal.

- ❖ Nuestro servicio Premium ni para cliente ni para proveedores, creemos que en si nuestro servicio es lo más top de la competencia, por ende, darle a un valor agregado a lo agregado, como novedad en el mercado. No estaría en nuestra idea de negocio
- ❖ Para nuestros clientes registrados bajo unas condiciones ello podrán acceder a descuentos de domicilios dentro de un rango de horas en el día.un gancho y lograr la preferencia de los clientes, con esta estrategia buscamos desplazar a la competencia y ganar un espacio en el mercado.

ESTRATEGIA DE VENTAS

Para definir nuestros precios de ventas, se tuvo presente lo que se necesita para elaborar un alimento, todo su proceso que componentes podemos usar para una presentación óptima, los costos directos, fijos y variables. A ello se realizamos un breve análisis para poner nuestras tarifas basándonos en que estos valores puedan cubrir los costos y que se pueda lidiar con la competencia con el propósito de tener un gran margen ganancia de la utilidad sobre nuestras ventas. Adicional debemos ver los productos sustitutos, viendo su característica con siempre pensando en un precio psicológico siendo una estrategia ampliamente sobresaliente.

- ❖ Eligiendo un producto que sea comparable al colocar un precio y verificar si es lo que el cliente está pagando por él.
- ❖ Certificar que el valor monetario para el cliente sea superior al costo del producto, o de lo contrario se perderá dinero con cada producto que se venda.
- ❖ Demostrar a los clientes por qué el precio será aceptable. Si hay un mercado establecido, el rango de precios existente ayudará a informar sobre la expectativa de precio de los clientes.

El precio se ajusta mejor a la figura del cliente

ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN

Nuestro mecanismo de entrega será de forma directa, dado que contamos con la flota de drones.

Selección del producto, bodega o de la planta de producción



Alistamiento y forma de pago



Entrega de producto solicitado



ESTRATEGIAS DE COMUNICACION

Publicidad:

- ❖ Mediante internet por medio de Instagram o Facebook brindar una publicidad informativa donde nuestros consumidores conozcan nuestra marca y el valor que le puede brindar al momento de adquirir un producto
- ❖ También realizando una estrategia donde nos centremos en comparar nuestros productos de la competencia. Mencionando los beneficios y características, brindando un valor superior.

Promoción:

- ❖ Mantener felices y motivados a nuestros clientes con promociones 2x1, bonos de descuentos por su fidelidad
- ❖ Vincularnos en eventos en ferias de emprendimiento para dar a conocer nuestro producto

Ventas personales:

- ❖ Reforzar alianzas y marketing con empresas que se direccionen al mismo mercado
Ejecutar eventos en lugares reconocidos como; Universidades, ferias en centros comerciales para atraer a más personas, realizando propaganda a nuestro negocio

Relaciones públicas:

- ❖ Por medio de campañas de Tele mercadeo o patrocinadores que tengan un gran

número de seguidores puedan promocionar nuestros productos y se vinculen directamente a nuestras cuentas en las redes sociales para brindar un buen servicio.

- ❖ Generar incentivos a nuestros seguidores de Instagram o Facebook, realizando dinámicas en las que ellos puedan interactuar con nosotros

Marketing Directo:

- ❖ Mediante marketing digital, como el “Email M” podemos realizar estrategias como la medición de nuestras ventas de esta manera poder evaluar la facturación y el margen que nos otorga este método
- ❖ Realizando seguimiento a las estadísticas de nuestras redes sociales para conocer nuestro alcance

MARKETING MIX

Objetivos Smart	Como	Quien	Cuando	Donde	Valor
-----------------	------	-------	--------	-------	-------

Estrategia	Ejecutar innovación en cada producto elaborado, atrayendo un 50% a nuestros consumidores con el fin de fidelizarlos	Aumentar los beneficios en las características actuales que presentan los productos, generando un valor agregado	Se verificará a través de procesos centrales	Durante 1 mes Diciembre	Se implementa desde el área de Producción y operaciones	El valor es dependiente de la fidelización que se capte a través de sus características presentadas, valor aproximado de
Producto	Incrementar las ventas Con productos, que se puedan agregar a la canasta familiar nueva línea de productos	Creando un lazo personal con nuestros consumidores, demostrando que nos preocupamos satisfacer su necesidad	Mediante Storytime y opiniones expuestas en nuestra cuenta de Instagram	Durante el mes de Diciembre	Para los compradores Realicen las compras, mediante el canal de medios digitales enviaremos una encuesta rápida y amable a la vista .	Las mayorías de los productos de la marca propia tiene un valor asequible para todas las personas
Precio	Maximizar la producción a un 15%, manteniendo los precios de venta durante un periodo de prueba de 1 mes. Con	Realizando un Seguimiento al margen de ventas	Mediante el apoyo área de contabilidad	periodo de Diciembre	Se realizará desde el área Contabilidad	No tiene ningún valor Adicional.

	la finalidad de realizar una proyección					
Promoción y comunicación	Aumentar las ventas un 65% en etapa de declinación mediante una fuerte campaña de publicidad, tanto en redes sociales durante todos los meses de operación	Promoviendo la marca por Instagram y Facebook	Nuestro profesional de marketing, tendrá a cargo el flujo de demanda por redes sociales todo este tráfico deberá asegurarse el reconocimiento de nuestras actividades	Durante el mes de diciembre	Toda la operación se realizará mediante plataformas virtuales	Nuestro profesional de marketing tendrá ese compromiso en un diseño atractivo para el flujo de personas vean la innovación que estamos por lanzar

DESARROLLO DE MARCA

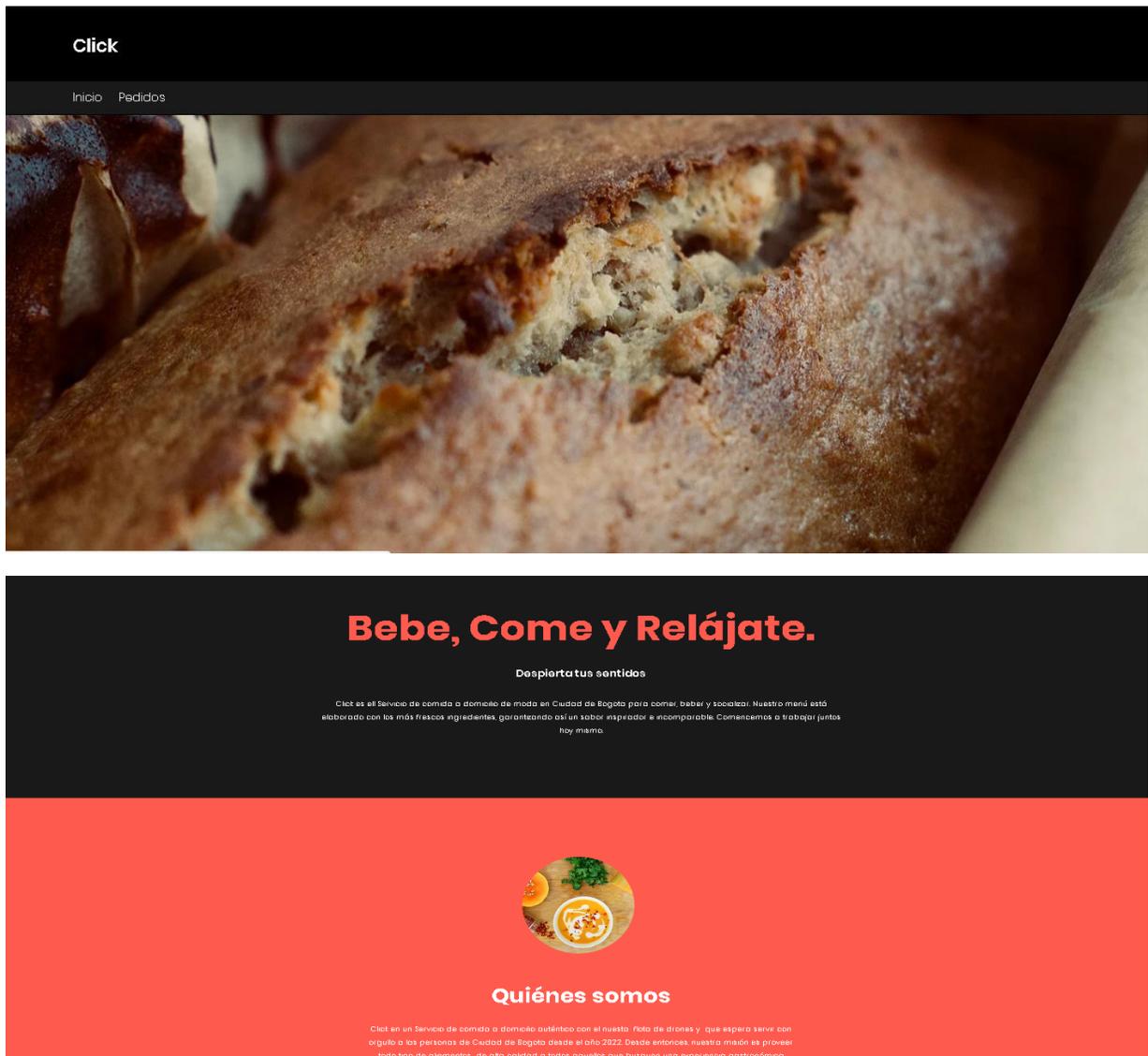
PASOS	OBJETIVOS	RESULTADOS
--------------	------------------	-------------------

Paso N°1: Diagnostico del mercado	A) Identificar el sector	Sector servicios
	B) Identificar marcas de competencia	Rappi, Domicilios.com y Uber eats.
	C) Soluciones principales y alternativas	Dichas plataformas proponen unificar la tecnología con los hábitos tradicionales de consumo y compra, poseen una extensa red de publicidad.
	D) Tendencias del mercado	las empresas encargada de domicilios actualmente poseen una gran ventaja, puesto que las compras en línea este 2020 han aumentado en un 70%
	E) Arquetipo de la marca	facilidad, seguridad y confiabilidad.
Paso N°2:Realidad psicológica de la marca	A) Percepción de la marca de la competencia	promueven una diversa gama de productos, ya sea del tipo alimenticio, farmacéutico, etc.
	B) Identificar variables de neuromarketing	El naranja: representa la velocidad la parte transparente: para que el cliente se vea reflejado en el servicio
Paso N°3: Posicionamiento	A) Top of mind	*
	B) Top of heart	
Paso N°4:Realidad material de la marca	traducir nuestra propuesta de valor en marca	Es una mezcla entre las compras tradicionales y el uso constante de la tecnología, dando paso a un sentido de óseo, facilidad y seguridad a la vez.
Paso N°5: Estrategia de comunicación	Desarrollar acciones continuas para la introducción de la marca en el mercado, que estén ligados a la medición	esta se logrará a través de estrategias de Marketing Digital: paginas empresariales de Facebook e Instagram, páginas web como wix, etc.

MARKETING DIGITAL

Usamos la herramienta Wix para creación de nuestra página web, con el fin de mostrar nuestro emprendimiento, donde se encuentra una breve historia, el menú con diferenciadores, un video con la idea el cual fue punto vital.

Link website : <https://other1230.wixsite.com/click>



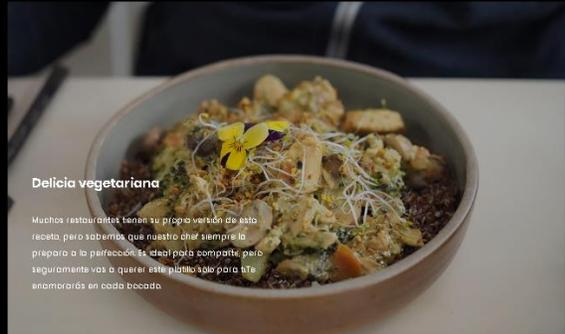
Comida

Hemos creado un delicioso menú artesanal apto para todos los paladares. Sabemos que tu experiencia gastronómica en Chat será maravillosa, así que te invitamos a que regreses.



Especial del chef

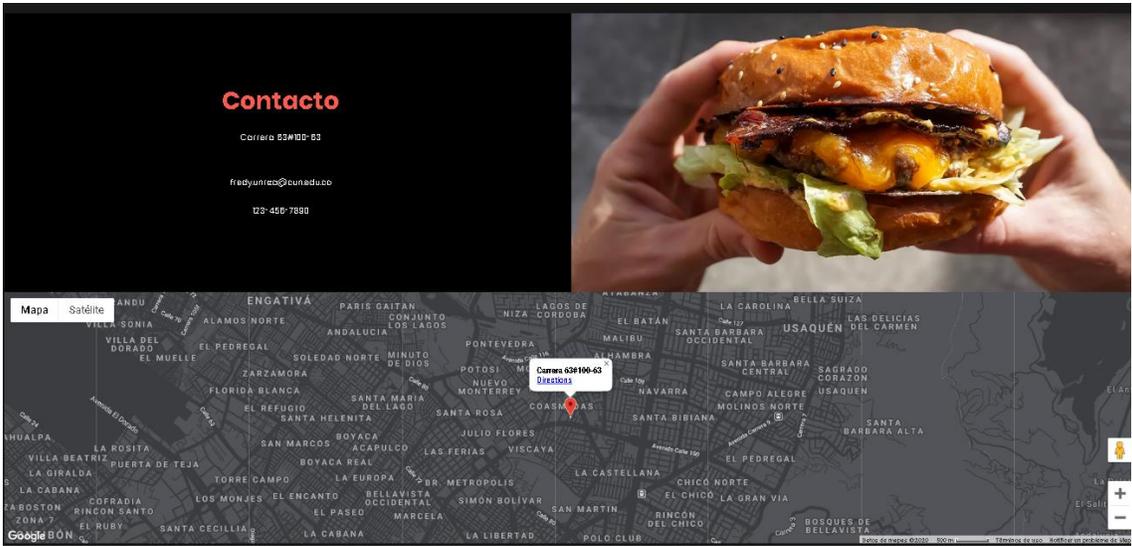
Nuestra más reciente creación se ha convertido en un clásico entre nuestros comensales. De día o de noche, el (a) (a) (a) Especial del chef es (a) (a) (a) plato (a) (a) (a) para despertar tus sentidos. ¡No puedes preguntar por nuestras guarniciones especiales!



Delicia vegetariana

Muchos restaurantes tienen su propia versión de esta receta, pero sabemos que nuestro chef siempre la prepara a la perfección. Es ideal para compartir, pero seguramente vas a querer este plato solo para títe enamorará en cada bocado.





<p>Hi, Guest</p>	<h2>Menu</h2>	<p>My Order (0 Items)</p>																		
<p>Menu</p>	<h3>ENTRADAS</h3>																			
<p>ENTRADAS</p>	<p>Entrega más detalles sobre los elementos de esta sección, como por ejemplo, todos los platillos principales están libres de gluten.</p>	 <p>Browse our menu and start adding items to your order</p>																		
<p>PLATOS PRIN.</p>	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="613 1054 669 1108"></td> <td data-bbox="675 1054 909 1117"> <p>Este es el nombre de tu platillo</p> <p>Esta es la descripción de tu platillo. Agrega una lista de sus ingredientes, información nutricional y cualquier otra observación...</p> </td> <td data-bbox="932 1054 961 1071" style="text-align: right;">\$40</td> </tr> <tr> <td data-bbox="613 1142 669 1197"></td> <td data-bbox="675 1142 909 1205"> <p>Este es el nombre de tu platillo</p> <p>Esta es la descripción de tu platillo. Agrega una lista de sus ingredientes, información nutricional y cualquier otra observación...</p> </td> <td data-bbox="932 1142 961 1159" style="text-align: right;">\$50</td> </tr> <tr> <td data-bbox="613 1239 669 1293"></td> <td data-bbox="675 1239 909 1302"> <p>Este es el nombre de tu platillo</p> <p>Esta es la descripción de tu platillo. Agrega una lista de sus ingredientes, información nutricional y cualquier otra observación...</p> </td> <td data-bbox="932 1239 961 1255" style="text-align: right;">\$60</td> </tr> <tr> <td data-bbox="613 1335 669 1390"></td> <td data-bbox="675 1335 909 1398"> <p>★ Este es el nombre de tu platillo</p> <p>Esta es la descripción de tu platillo. Agrega una lista de sus ingredientes, información...</p> </td> <td data-bbox="932 1335 961 1352" style="text-align: right;">\$90</td> </tr> <tr> <td data-bbox="613 1432 669 1486"></td> <td data-bbox="675 1432 909 1495"> <p>Este es el nombre de tu platillo</p> <p>Esta es la descripción de tu platillo. Agrega una lista de sus ingredientes, información nutricional y cualquier otra observación...</p> </td> <td data-bbox="932 1432 961 1449" style="text-align: right;">\$100</td> </tr> <tr> <td data-bbox="613 1516 669 1570"></td> <td data-bbox="675 1516 909 1579"> <p>Este es el nombre de tu platillo</p> <p>Esta es la descripción de tu platillo. Agrega una lista de sus ingredientes, información nutricional y cualquier otra observación...</p> </td> <td data-bbox="932 1516 961 1533" style="text-align: right;">\$60</td> </tr> </table>		<p>Este es el nombre de tu platillo</p> <p>Esta es la descripción de tu platillo. Agrega una lista de sus ingredientes, información nutricional y cualquier otra observación...</p>	\$40		<p>Este es el nombre de tu platillo</p> <p>Esta es la descripción de tu platillo. Agrega una lista de sus ingredientes, información nutricional y cualquier otra observación...</p>	\$50		<p>Este es el nombre de tu platillo</p> <p>Esta es la descripción de tu platillo. Agrega una lista de sus ingredientes, información nutricional y cualquier otra observación...</p>	\$60		<p>★ Este es el nombre de tu platillo</p> <p>Esta es la descripción de tu platillo. Agrega una lista de sus ingredientes, información...</p>	\$90		<p>Este es el nombre de tu platillo</p> <p>Esta es la descripción de tu platillo. Agrega una lista de sus ingredientes, información nutricional y cualquier otra observación...</p>	\$100		<p>Este es el nombre de tu platillo</p> <p>Esta es la descripción de tu platillo. Agrega una lista de sus ingredientes, información nutricional y cualquier otra observación...</p>	\$60	<p>Subtotal \$0</p>
	<p>Este es el nombre de tu platillo</p> <p>Esta es la descripción de tu platillo. Agrega una lista de sus ingredientes, información nutricional y cualquier otra observación...</p>	\$40																		
	<p>Este es el nombre de tu platillo</p> <p>Esta es la descripción de tu platillo. Agrega una lista de sus ingredientes, información nutricional y cualquier otra observación...</p>	\$50																		
	<p>Este es el nombre de tu platillo</p> <p>Esta es la descripción de tu platillo. Agrega una lista de sus ingredientes, información nutricional y cualquier otra observación...</p>	\$60																		
	<p>★ Este es el nombre de tu platillo</p> <p>Esta es la descripción de tu platillo. Agrega una lista de sus ingredientes, información...</p>	\$90																		
	<p>Este es el nombre de tu platillo</p> <p>Esta es la descripción de tu platillo. Agrega una lista de sus ingredientes, información nutricional y cualquier otra observación...</p>	\$100																		
	<p>Este es el nombre de tu platillo</p> <p>Esta es la descripción de tu platillo. Agrega una lista de sus ingredientes, información nutricional y cualquier otra observación...</p>	\$60																		
<p>POSTRES</p>																				
<p></p>		<p>+ Special requests</p>																		
<p></p>		<p>Online ordering unavailable</p>																		
<p></p>		<p>ORDER NOW</p>																		

FUENTE BIBLIOGRÁFICAS

(La regulación de drones en Colombia, Oct 2015- Blog de derechos del negocio, María C Valdés)

<https://dernegocios.uexternado.edu.co/comercio-electronico/la-regulacion-de-drones-en-colombia/>

(La tasa de desempleo nacional, Julio 2020 – LR la república Adriana Carolina L. A)

<https://www.larepublica.co/economia/en-junio-42-millones-de-personas-perdieron-su-ocupacion-laboral-segun-el-dane-3038379#:~:text=Laboral-.La%20tasa%20de%20desempleo%20nacional%20en%20Colombia%20para%20junio%20fue,%20C8%25%20seg%C3%BAAn%20el%20Dane&text=De%20acuerdo%20con%20el%20Dane,al%20mismo%20mes%20de%202019.>

(Las leyes del aire, Septiembre 2019- impacto tic- Sebastián R . Torres)

<https://impactotic.co/las-leyes-del-aire-drones-colombia/#:~:text=Para%20empezar%20la%20entidad%20encargada,Colombia%20es%20la%20Aeron%C3%A1utica%20Civil.&text=La%20C3%BAltima%20revisi%C3%B3n%20de%20la,2019%20con%20la%20norma%200420.>

guías tomadas

<https://virtual.cun.edu.co/digital/course/view.php?id=8415>

