



COMPARTE UNA PROFESION FELIZ

Regala Momentos, y haz de esa Fecha Especial un
Recuerdo Para toda la Vida.

PRESENTADO POR:

JULIETH FERNANDA UMBARILA GONZALEZ

COMPROMISO DE AUTOR

Yo, _Julieth Fernanda Umbarila Gonzalez_ con célula de identidad _1000713051_ de Bogota D.C_ y alumno del programa académico _Creacion de empresa 2__, 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: _____ Julieth Fernanda _____

Tabla de contenido

I.	Resumen ejecutivo	Error! Bookmark not defined.
	<u>Introducción</u>	
	Objetivos	
	Claves para el éxito	
II.	Descripcion de la idea de negocio	Error! Bookmark not defined.
	Cual es la idea o negoio.	
	Cliente potencial.	
	Cual es la necesidad.	
	Como se satisface la nececidad funcional o emocional.	
	Porque lo preferirian.	
III.	Modelos de negocio	Error! Bookmark not defined.
	<u>Descripción del modelo de negocio.</u>	
	Lienzo de modelo de negocio.	
IV.	Modelo de venta por internet	Error! Bookmark not defined.
	<u>Nombre de los modelos de venta por internet.</u>	
	r	
V.	<u>Innovacion sostenible</u>	Error! Bookmark not defined.
	<u>Contextualización.</u>	
	<u>Producto o servicio.</u>	
	<u>Marketing.</u>	
	<u>Materia primas.</u>	
	<u>Emisiones.</u>	
	-	
VI.	<u>Estrategia oceano azul</u>	Error! Bookmark not defined.
VII.	<u>Fuerzas de porter</u>	Error! Bookmark not defined.
	<u>Objetivos.</u>	
	<u>Tipos de investigación.</u>	
	<u>Instrumentos.</u>	
	<u>Tamaño de la muestra.</u>	
	<u>Aplicación de la encuesta.</u>	

Tabulación.

Conclusiones.

VIII. **Producto Mínimo Viable**..... Error! Bookmark not defined.

Validación.

IX. **Conclusiones y recomendaciones** Error! Bookmark not defined.

X. **Bibliografía**..... Error! Bookmark not defined.

RESUMEN EJECUTIVO:

Somos una empresa dedicada a crear cajas de sorpresas con materia prima reciclable y reutilizable, para dar un detalle a las profesiones y trabajadores, brindando una experiencia de orgullo motivación e identidad.

En el mercado existen varias empresas dedicadas a las cajas sorpresa, nuestro factor de innovación es el de ofrecer el producto a empresas en donde recalquen la importancia de la profesión y la labor de cada uno de sus empleados, por ejemplo, el día del abogado dar un detalle a los colaboradores que desempeñen esta labor en su empresa, otra sería reconocer el esfuerzo de los trabajadores, dando un detalle por el "empleado del mes", la clave de un buen negocio bien sea en su producto o servicio, es tener un personal feliz que trabaje con motivación y dedicación, de esta manera obtenemos buenos resultados y que mejor que recordarle a esas personas en el día de su profesión con un bonito detalle que su labor es importante para que la empresa siga en pie. Nos enfocamos en las profesiones de cada uno recalcando su esfuerzo por ejercer un buen desempeño laboral.

INTRODUCCION:

Somos una empresa, con diseños innovadores, nuestro servicio es contar una historia y que sea duradera, para nosotros es importante la experiencia y relación con nuestros clientes, queremos crear esa identidad, para que todos aportemos en el medio ambiente, es responsabilidad de todos y la cultura de nuestra empresa, reutilizar, reciclar y reducir, darle un uso adecuado con trabajo en equipo a los recursos naturales y aportar una experiencia con nuestros productos y servicio, para que nuestros clientes puedan brindar un detalle a la identidad y una experiencia, que puedan verse con satisfacción en nuestros productos.



COMPARTE UNA PROFESION FELIZ

OBJETIVOS:

Competir con calidad puntualidad y veracidad pues en nuestra investigación sobre el producto nos dimos cuenta que una de las falencias del servicio, es que no llegaba lo que los clientes realmente pedían, generando inconformismo.

Crear alianzas con la competencia.

Crear alianzas con las empresas de reciclaje, para la materia prima y las campañas en el uso adecuado de los recursos naturales.

Ser una empresa líder en nuestros productos y en la propuesta de valor.

Incrementar las ventas en un 10%

METAS:

Crear negociaciones con dos empresas dedicadas al diseño en un mes.


Comprar un establecimiento comercial en una zona cultural dentro de tres meses.

Crear alianzas con empresas de publicidad para llegar a más clientes y hacer conocer nuestro producto en un mes.

CLAVES PARA EL ÉXITO:

Los elementos que hacen nuestra idea única, es el uso que se le da a los recursos que serían nuestra materia prima para la fabricación de los productos que queremos ofrecer, es la historia que nace con cada diseño y con cada personalidad, es la identidad que tienen nuestros diseños, la responsabilidad con el medio ambiente de protegerlo y de usar los recursos de una forma adecuada, darle un uso diferente a los elementos que más contaminan, reciclarlos y crear productos renovados y que puedan darle una experiencia única y diferente al consumidor de la que estos elementos dan en la cotidianidad.

1. **DESCRIPCION DE LA IDEA DE NEGOCIO:**

	<p>CREACION DE EMPRESAS 2 ACTIVIDAD 1: MODELOS DE NEGOCIO</p>	
	<p>"COMPARTE UNA PROFESION FELIZ"</p>	
<p>1) DESCRIBA EN QUE CONSISTE LA IDEA DE NEGOCIO, SUS CARACTERISTICAS Y ATRIBUTOS. (Puede apoyarse de fotografías, dibujos y otros)</p>		
<p>PREGUNTAS</p>	<p>RESPUESTA</p>	
<p>¿CUAL ES EL PRODUCTO O SERVICIO?</p>	<p>crear detalles en material sustentable para profesionales</p>	
<p>¿QUIEN ES EL CLIENTE POTENCIAL?</p>	<p>Empresas que dan detalles a sus empleados como incentivo motivacional o de merito.</p>	
<p>¿CUAL ES LA NECESIDAD?</p>	<p>Crear productos con diseño hacia las profesiones y con materiales sustentables.</p>	
<p>¿COMO?</p>	<p>Desarrollando productos bioseguro y sustentables, con diseño ingenioso.</p>	
<p>¿POR QUE LO PREFERIRIAN?</p>	<p>Propuesta de productos ingeniosos y variados, con materiales sustentables y reutilizables.</p>	



COMPARTE UNA PROFESION FELIZ

2. MODELOS DE NEGOCIO:

2) Estructure la idea de negocio y defina el modelo de negocio a través del siguiente lienzo:					
RECURSOS (¿Como puede ser sostenible?)	Marca, red de distribución y profesionales.	COSTO Y PRECIO (¿Cuales son los costos para entregar una propuesta de valor?)	Nomina, gastos generales, mantenimiento y administración de plataforma.	SEGMENTO (¿Quienes son los clientes?)	Usuario final y empresas
FIDELIDAD (¿Como se puede generar relaciones con los clientes?)	Servicio automatico.	MECANISMOS DE ENTREGA (¿Como se entrega la propuesta de valor?)	Plataforma Rappi de entrega inmediata, su entrega debe ser en tiempo real.	DEBE RESOLVER PROBLEMAS O SATISFACER NECESIDADES (¿Cual es la propuesta de valor?)	Diseño y material sustentable en productos para regalos con proposito.
CADENA (¿Que alianzas estrategicas se pueden generar?)	Empresas de distribución, empresas de recolección de material reciclable y tiendas físicas o digitales.	GANANCIAS ESPERADAS (¿Como generar ingresos y fuente de financiación?)	Suscripción y venta de productos.	ARQUITECTURA DEL SERVICIO (¿Cuales son los recursos y procesos necesarios?)	El usuario escoge el servicio, una vez ingrese la solicitud se organiza el producto final a entregar, contactando a su vez a la plataforma para que realice la entrega en la fecha y hora solicitada por el usuario.

3. **MODELO DE VENTA POR INTERNET:**

3

) **ESCOJA UN MODELO DE VENTAS POR INTERNET:**

El modelo “Freemium”: Este modelo está basado en ofrecer una versión gratuita para todos los usuarios, y una versión más avanzada de pago para usuarios con necesidades más avanzadas. La principal característica de este modelo es que su versión gratuita tiene un coste muy bajo y hace viable su oferta sin ningún coste para el usuario.

4

) **PREGUNTAS:**

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

El modelo de negocio que queremos implementar es la tienda online, donde podrán ver nuestros productos, las características, donde se incluye motivación más allá del producto, con la experiencia que les genera lo que ofrecemos, la atención recibida, el diseño de nuestra tienda online, el diseño de los productos, con la facilidad de pago y entrega, además nuestros clientes pueden dar sugerencias del producto del cual se sienten interesados para mejorar la experiencia de acuerdo a sus necesidades y deseos.

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


Con la tienda online se les va a ofrecer el producto de acuerdo a las peticiones de nuestros clientes, quienes van a poder mirar los catálogos y decidir cual se acomoda a sus necesidades, pero si ellos quieren cambiar algo del producto o adicionar algún detalle o diseño, pueden escribirlo en la tienda online, en una sección de sugerencias o por mensaje privado, los métodos de pago principales son por cuenta bancaria, pero puede ser contra entrega, las opciones están abiertas para la seguridad de nuestra empresa y nuestros clientes, nuestra tienda busca generar una experiencia de satisfacción, para que la relación con el cliente se fortalezca y no quede solo en la compra de nuestro producto, contaremos con secciones de motivación a su profesión, para que sientan identidad y que pueden recibir un detalle por su arduo trabajo reconociendo su talento.

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

El cliente va a seleccionar el producto, de acuerdo a sus necesidades y deseos, lo guarda en el carrito con una sección en la que seleccionan sus productos favoritos, se pueden comunicar con algunos de nuestros asesores, los datos aparecen en la tienda posteriormente seleccionar métodos de pago, donde pueden solicitar información adicional para que se mantenga la comunicación con el cliente, para que llegue su producto y recibamos el pago de manera sencilla y segura.

4. INNOVACION SOSTENIBLE:

En el documento referente al plan de negocios, y de acuerdo a su producto (bien o servicio) responda cada una de las preguntas que se encuentran en la imagen. Tenga en cuenta que debe ser muy claro y descriptivo en cada una de ellas, haciendo énfasis sobre la importancia de la innovación sostenible articulada con su idea de negocio.

	AGUA	ENERGIA
<p>Producto o servicio. ¿El producto tiene un ecodiseño? El producto es diseñado con materiales reciclados con campañas de reciclaje o en alianza con empresas dedicadas a recolectar papel, plástico, carton como material principal...</p> 	<p>El crear productos con materiales reciclados y reconocer los procesos de cada uno de los materiales, nos permite tener conciencia de los consumos en el proceso de producción. El agua que se utiliza para el procesamiento de los materiales, puede reutilizarse al punto de disminuir el impacto de los residuos que quedan del proceso.</p>	<p>El consumo de energía necesario para el proceso de reciclaje, varía según el material que se está tratando. Las maquinarias necesarias para lograr que los residuos lleguen al punto en que se pueden reutilizar, es alto, pero se pueden ejecutar dentro de la empresa ajustes en cuanto a cuidado y mantenimiento de la maquinaria, ajustes a nivel de proceso, para minimizar los errores y tener que re-procesar.</p>
<p>Marketing. ¿Realiza algún tipo de campaña que favorezca el medio ambiente? Teniendo en cuenta que nuestros productos son de materiales reciclados, todo sobre nuestras campañas publicitarias está basado en el cuidado del medio ambiente. Es nuestro valor agregado.</p>		<p>Nuestros productos los ofrecemos en nuestra página web, por lo que nos valemos de las empresas de encomienda para la entrega de los pedidos. En ese caso, se utilizan vehículos terrestres o aéreos, dependiendo de la ubicación geográfica del cliente.</p>

MATERIA PRIMAS

En nuestra empresa se reducen los insumos a través de la implementación de estrategias sostenibles. Como el reutiliza y reciclar, al final, para la etapa de producción se logran reducir el consumo de materiales. Si se utilizan químicos, puesto que se requieren para poder adecuar la materia prima para la reutilización a elección del proceso de reciclaje donde el proceso de adecuación no requiere tantas adecuaciones. Los químicos que utilizaríamos serían, durante el proceso de producción del papel, caolín, CaCO_3 , talco y/o TiO_2 se agregan a la pulpa, para dar al papel un color blanco. También, productos químicos como masilla orgánica (almidón, látex), colorantes, sulfato de aluminio, etc. Y con los plásticos, se debe ejecutar un proceso de reciclado químico, que consta de en la degradación del plástico mediante calor para resultar nuevamente moléculas simples. En cuanto al empaque del producto, se utiliza cartón, con detalles de plástico, son cajas ajustadas al producto, dependiendo del tamaño y forma. Y el embalaje que utilizamos, son en cartón, con protectores de relleno de espacio llamados almohadillas de aire, que nuestra empresa también produce para sus productos.

Los materiales que presentamos en nuestro marketing, son los materiales que procesamos y utilizamos para la creación de nuestros productos, papel y plástico.

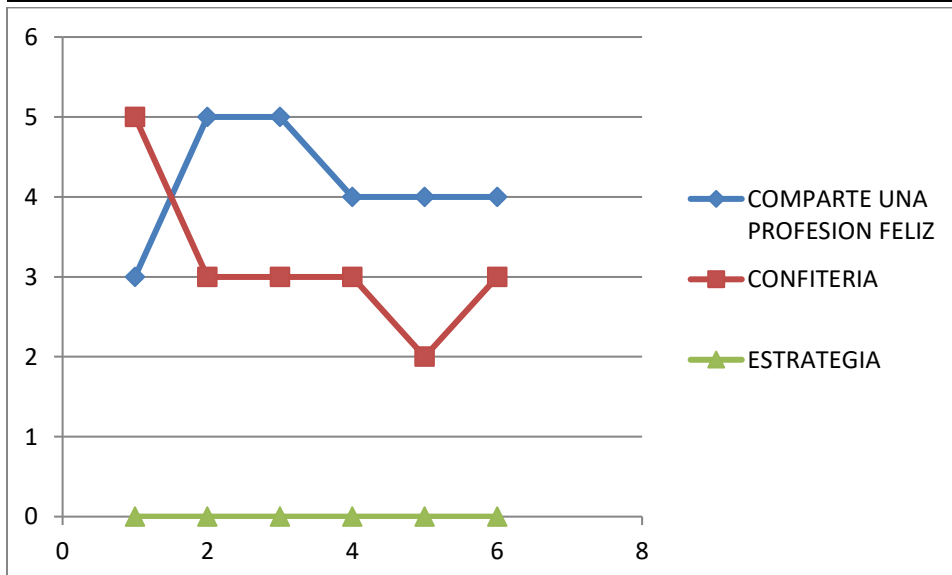
EMISIONES	RESIDUOS
	<p>Materiales reciclables o reutilizables principalmente papel y plástico.</p> <p>En el caso del plástico, son 6 tipos de plástico que es posible reutiliza:</p> <p><u>PET o PETE</u> (Tereftalato de polietileno). Es un plástico transparente que se usa para fabricar botellas de agua o refrescos. Este plástico tiene buena resistencia al vapor y a los gases. Es uno de los plásticos más usados y reciclados.</p> <p><u>PE-HD o HDPE</u> (Polietileno de alta densidad). Este plástico se utiliza para fabricar envases de lácteos, zumos, champú, perfume, detergentes, etc. Resiste bien la humedad y es muy duro.</p> <p><u>PVC</u> (Policloruro de vinilo). Este plástico es rígido, duro y versátil, y se utiliza para embalar elementos no alimenticios.</p> <p><u>LDPE</u> (Polietileno de baja densidad). El LDPE es muy flexible e impermeable al vapor. Se utiliza para fabricar bolsas de alimentos y de basura, botellas exprimibles o tapas flexibles.</p> <p><u>PP</u> (Polipropileno). Se emplea sobre todo en la fabricación de utensilios de cocina, como por ejemplo platos de plástico para microondas, pajitas de bebida, cubiertos desechables, etc.</p> <p><u>PS</u> (Poliestireno). Muy fácil de moldear, el poliestireno se usa para fabricar material electrónico y espuma de embalaje.</p> <p>En el caso del papel:</p> <p>Guías telefónicas, sobres, papel continuo, papel de impresión y escritura, catálogos, folletos, listados de ordenador, periódicos, libros, revistas, envases, carpetas y subcarpetas y embalajes de cartón.</p>
<p>Con el equipo de trabajo de nuestra empresa, hacemos campañas de reciclaje como parte de la cultura y gestión de la empresa, en alianza con empresas dedicadas a reciclar, la relación con nuestros clientes la extendemos para hacer temporadas de reciclaje, reducción y reutilización de productos que pueden ser botellas, cartón, plástico, material de estudio que no usen y demás.</p>	<p>En el proceso de nuestros productos no usamos químicos de manera directa debido a que lo hacemos en alianza con empresas dedicadas a tratar estos recursos, el embalaje principal de nuestros productos es cartón, plástico, papel y otros materiales para decoración o complemento del producto.</p>

5. **ESTRATEGIA OCEANO AZUL:**

4. ANÁLISIS DEL SECTOR		
4.1 ESTRATEGIA OCÉANO AZUL		
Realicemos las lecturas y para desarrollar esta actividad deben apoyarse con el recursos de "Ejercicio Océano"		
1. Identifique quien es su competencia		

el eje horizontal los factores en los que la industria compite, el eje vertical el nivel de oferta que los compradores reciben

	Precio	Diseño	Embalaje	Relacion con clientes	Campaña 3r	Sorpresa, experiencia.
	VARIABLE 1	VARIABLE 2	VARIABLE 3	VARIABLE 4	VARIABLE 5	VARIABLE 6
COMPARTE UNA PROFESION FELIZ	3	5	5	4	4	4
CONFITERIA	5	3	3	3	2	3
ESTRATEGIA	Incremento	Incrementar	Incrementar	Mantener	Mantener	Incrementar



6. FUERZAS DE PORTER:

4.2 ANÁLISIS DE PORTER

Las cinco fuerzas puede ayudar a su idea a comprender la estructura del sector en el cual compete y elaborar una posición que sea más rentable y menos vulnerable a los ataques. Para resolver realice la lectura "CINCO FUERZAS DE PORTER"

Genera la estrategia para cada uno:

FUERZAS	EJECUCION		
	ECONOMIAS DE ESCALA	IDENTIDAD DE MARCA	REQUERIMIENTOS DE CAPITAL
PODER DE NEGOCIACIÓN CON LOS CLIENTES.	Se debe ser muy estrategico en todo el manejo de costos y demas ya que la competencia en esta idea de negocio por este tiempo esta siendo muy competitiva por lo que debemos pasar a defender el mercado en la linea de productos que manejamos.	Esta marca tiene toda la intension de posicionarse luego de ir prestando un excelente servicio por medio del cual sus clientes sean fidelizados y a su vez la marca sea referencia por quienes ya la conocen.	A medida que la empresa va creciendo, se esta ampliando el capital ya que constantemente se busca el crecimiento.
PODER DE NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES.	DIFERENCIACION DE LOS PROVEEDORES	EXISTENCIA DE PROVEEDORES SUSTITUTOS	
	Esta marca la diferencia la calidad del servicio que prestamos, el limite de tiempo con el que se hacen las entregas y alto porcentaje en cumplimiento con los requerimientos a satisfiacion del cliente.	En el mercado hay varias empresas que prestan el mismo servicio lo que nos hace mas competitivos.	
AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTOS.	RELACION PRECIO-CALIDAD DE SUSTITUTOS	COSTOS DEL CLIENTE FRENTE AL CAMBIO	PROPENSION DEL CLIENTE AL CAMBIO
	La relacion es muy relativa ya que que el cliente con esta idea de negocio paga exactamente lo que solicita, el cliente es quien da el precio del producto a comprar	Cambiar el producto no seria muy costoso existen varios sustitutos de diferentes precios lo cual combiene para el cliente, sin perder la linea de la idea principal.	El poder de los compradores es alto, por eso es necesario tener una gran gama de productos.
AMENAZA DE PRODUCTOS ENTRANTES.	IMPORTANCIA DEL PRODUCTO	VOLUMEN DE COMPRA	PROPENSION DEL CLEINTE AL CAMBIO
	Tiene pocos sustitutos, en el momento lo que lo hace novedoso	De la marca depende darse a conocer y prestar un buen servicio, que es lo que ha venido sucediendo, por lo que se aumentan los volumenes de compra.	se busca diversificar la produccion hacia posibles cambios sustitutos
RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES.	CRECIMIENTO DE LA INDUSTRIA	COSTOS FIJOS Y VALOR AÑADIDO	DIFERENCIACION ENTRE PRODUCTOS
	El resultado de este arduo trabajo se refleja aquí, ser los preferidos entre cierta cantidad de clientes, nos permitira crecer en la industria.	Los costos fijo deben ser aprovechados en la utilidad generada para el crecimiento de la compañía	La diferencia nos lleva a la excelencia, por eso desde la marca buscamos en todo momento marcar lo que nos hace diferentes atravez del servicio y entregas oportunas para que este producto sea el preferido en la linea de clientes consumidores del mismo.

<p>PODER DE NEGOCIACIÓN CON LOS CLIENTES.</p>	<p>ECONOMIAS DE ESCALA</p> <p>Se debe ser muy estrategico en todo el manejo de costos y demas ya que la competencia en esta idea de negocio por este tiempo esta siendo muy competitiva por lo que debemos pasar a defenfer el mercado en la linea de productos que manejamos.</p>
<p>PODER DE NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES.</p>	<p>DIFERENCIACION DE LOS PROVEEDORES</p> <p>Esta marca la diferencia la calidad del servicio que prestamos, el limite de tiempo con el que se hacen las entregas y alto porcentaje en cumplimiento con los requerimientos a satisfaccion del cliente.</p>
<p>AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTOS.</p>	<p>RELACION PRECIO-CALIDAD DE SUSTITUTOS</p> <p>La relacion es muy relativa ya que que el cliente con esta idea de negocio paga exactamente lo que solicita, el cliente es quien da el precio del producto a comprar</p>
<p>AMENAZA DE PRODUCTOS ENTRANTES.</p>	<p>IMPORTANCIA DEL PRODUCTO</p> <p>Tiene pocos sustitutos, en el momento lo que lo hace novedoso</p>
<p>RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES.</p>	<p>CRECIMIENTO DE LA INDUSTRIA</p> <p>El resultado de este arduo trabajo se refleja aquí, ser los preferidos entre sierta cantidad de clientes, nos permitira crecer en la industria.</p>

IDENTIDAD DE MARCA	REQUERIMIENTOS DE CAPITAL
Esta marca tiene toda la intension de posicionarse luego de ir prestando un excelente servicio por medio del cual sus clientes sean fidelizados y a su vez la marca sea referencia por quienes ya la conocen.	A medida que la empresa va creciendo, se esta ampliando el capital ya que constantemente se busca el crecimiento.
EXISTENCIA DE PROVEEDORES SUSTITUTOS	
En el mercado hay varias empresas que prestan el mismo servicio lo que nos hace mas competitivos.	
COSTOS DEL CLIENTE FRENTE AL CAMBIO	PROPENSION DEL CLIENTE AL CAMBIO
cambiar el producto no seria muy costoso existen varios sustitutos de diferentes precios lo cual combiene para el cliente, sin perder la linea de la idea principal.	El poder de los compradores es alto, por eso es necesario tener una gran gama de productos.
VOLUMEN DE COMPRA	PROPENSION DEL CLEINTE AL CAMBIO
De la marca depende darse a conocer y prestar un buen servicio, que es lo que ha venido sucediendo, por lo que se aumentan los volumenes de compra.	se busca diversificar la produccion hacia posibles cambios sustitutos
COSTOS FIJOS Y VALOR AÑADIDO	DIFERENCIACION ENTRE PRODUCTOS
Los costos fijo deben ser aprovechados en la utilidad generada para el crecimiento de la compañía	La diferencia nos lleva a la excelencia, por eso desde la marca buscamos en todo momento marcar lo que nos hace diferentes atravez del servicio y entregas oportunas para que este producto sea el preferido en la linea de clientes consumidores del mismo.

7. Marketing MIX

7.1 Estrategias de producto para clientes

	PRODUCTO: COMPARTE UNA PROFESION FELIZ:	
NUCLEO:	Materia prima, plastico, papel, carton, elementos reciclables y reutilizables, tendencias y asesorias.	
CALIDAD:	Los diseños de nuestros productos, ofrecer el producto a empresas en donde recalquen la importancia de la profesión y la labor de cada uno de sus trabajadores	
ENVASE:	El envase del producto, es una cja de material reciclable, carton, plastico, papel, el logotipo de nuestra idea, con recomendaciones en el envase, reciclable, datos, la persona a la que va dirigido, factor sorpresa.	
DISEÑO:	El diseño va personalizado, dependiendo la profesion y las peticiones del cliente, logotipo, slogan, la forma y el tamaño varian dependiendo las peticiones del cliente, tamaño minimo 10*10 b*h pero nos adaptamos al tamaño y forma como peticion del cliente o el boceto que tenemos para el producto final.	
SERVICIO:	Ofrecer productos que sean renovables, la creación de cajas de sorpresas, productos en plástico, el servicio es contar una historia y que sea duradera , Queremos crear esa identidad, florecer desde el interior de cada personalidad para la fabricación y diseño de nuestros productos.	

7.1.1

Portafolio



Es la suma de todas las líneas de productos y/o servicios que un vendedor ofrece a sus clientes. ¿Quiénes somos? Descripción de las líneas de producto fotografías contacto

Lo que se debe tener claro al realizar el portafolio:

Rol	Tu primera tarjeta	Estilo de vida	Privilegios exclusivos
Dónde Juego	<ul style="list-style-type: none"> AM Express blue Mastercard Jóven Master Card Ideal Master Card Clásica Visa clásica 	<ul style="list-style-type: none"> AM Express Green - Gold Mastercard Oro Master Card ecard Visa Oro Visa Selección colombia 	<ul style="list-style-type: none"> AM Express Platinum Mastercard Platinum Master Black Visa Platinum Visa Infinite
Cuál es el juego	Jóvenes que disfrutan con amigos, universitarios, sus padres pueden ser los compradores	Jóvenes iniciando la independencia económica, disfrutan con amigos, compran por internet	Jóvenes adultos independientes, iniciando familia, comprando activos fijos
	Consumidores Entrando al mercado < 24	Consumidores en edad laboral 25- 34	Consumidores Maduros 35+



7.2 ESTRATEGIAS DE PRECIOS:

COSTOS DE PRODUCCION			
Costo unitario de materiales		\$	14.000
Costo unitario de mano de obra		\$	20.000
Costo unitario de CIF		\$	15.000
UNITARIO		\$	5.800
costo total		\$	49.000
precio de venta			
\$	34.000		
\$	35.789		



Cajas Regalo 30 Cm Regalo Sorpresas Cumpleaños Niños Sc

\$ 13.000
en 36x \$ 361¹¹



MÁS VENDIDO

Cajas Desayuno Sorpresa X 10 Unidades

\$ 23.000
en Hasta 12x \$ 1.917 sin interés



Caja De Regalo Explosion Creativa Montar Caja Sorpresa ...

\$ 140.900
en 36x \$ 3.914
Envío gratis



Cajas Regalo 22 Cms Regalo Sorpresas Cumpleaños Niños

\$ 9.000
en 36x \$ 250

Créditos: Mercado libre.



Casa De Los Simpson

~~\$189.900,00~~
\$159.900,00



Mario Bros Box

\$349.900,00



BTS Musical Box

\$185.900,00



Willy Wonka Box

\$399.900,00



Rose Moments Box

\$199.900,00



Furia Luminosa Love Box

\$199.900,00



Spiderman Box

\$229.900,00



Fantasy Disney Box

\$369.900,00



Buenos Días Mamá (D085)

\$149.900,00



Break Feliz Día Papá

~~\$289.900,00~~
\$269.900,00



Caja Estrella

\$179.900,00

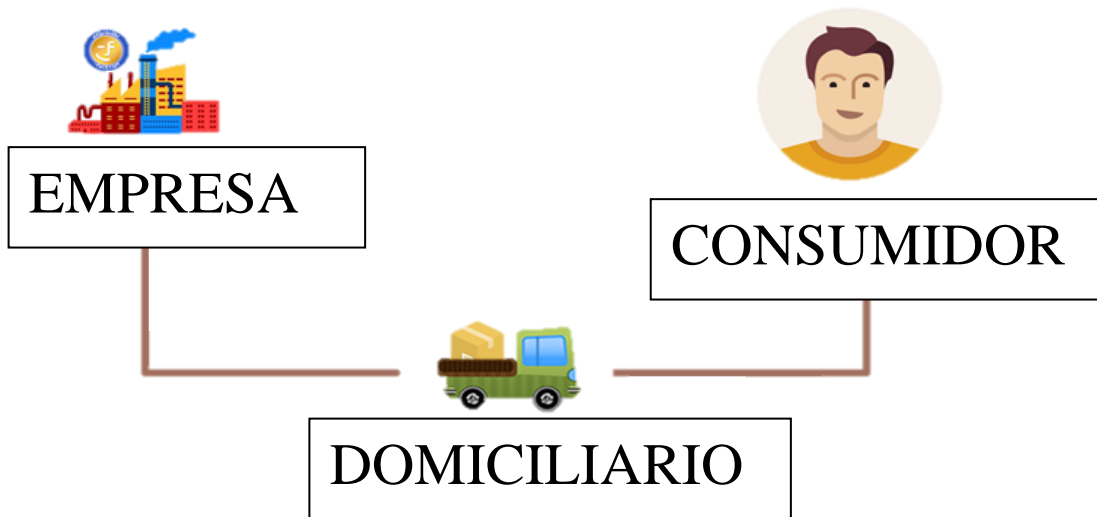


Corona Box

\$189.900,00

Créditos: Cajitas mágicas.

7.3 ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCION:



8. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN:



	Objetivo smart	como llegar al objetivo	Quienes	Cuando	Donde	Valor
ESTRATEGIA:	Dar a conocer nuestro producto, fidelizar a nuestros clientes	Promocionando la idea productos y el servicio que ofrecemos, con nuestra campaña para reutilizar materiales que se desechan a corto plazo, concursos, descuentos dando a conocer nuestro portafolio de productos variedad en el diseño.	Trabajo en equipo con los miembros del equipo de trabajo, clientes, comunidad ofreciendo un servicio brindando una experiencia duradera, cada producto crea una historia valorando el trabajo que todos hacemos en nuestras profesiones.	un mes nov-20	Con medios digitales, como landing page, redes sociales, facebook, whatsapp e instagram.	10.000-15.000 20.000 en adelante los precios pueden variar dependiendo diseño, tamaño y peticiones de nuestro cliente.
PRODUCTO:	Crear una experiencia duradera con nuestros productos y nuestro servicio.	Innovando en nuestros diseños, crear nuevos productos, dar a conocer nuestro catalogo, campañas productos.	Nuestro equipo de trabajo y los clientes.	un mes nov-20	medios digitales.	10.000-15.000 20.000 en adelante los precios pueden variar dependiendo diseño, tamaño y peticiones de nuestro cliente.
PRECIO:	precios accequibles, utilidades	creando campañas, descuentos concursos, premios.	nuestro equipo de trabajo, clientes, comunidad.	dos meses dic-20	medios digitales.	10.000-15.000 20.000 en adelante los precios pueden variar dependiendo diseño, tamaño y peticiones de nuestro cliente.
PROMOCION COMUNICACIÓN:	Llamar la atencion de las personas para que se interesen en nuestros productos y nuestro servicio.	Imágenes, animaciones, bocetos, catalogo, página web redes sociales, videos, concursos campañas, premios...	Nuestro equipo de trabajo, clientes, comunidad	dos meses dic-20	medios digitales, redes sociales	10.000-15.000 20.000 en adelante los precios pueden variar dependiendo diseño, tamaño y peticiones de nuestro cliente.

8.1 CREACION DE LA MARCA:







Cognitivos		Atención ¿Es interesante?		Comprensión (Carga Cognitiva) ¿Me entienden? ¿Saben tanto? ¿OK? mensaje (publ)		Engagement ¿Nos eligieron? ¿Asociación a emociones positivas?
Emocionales		Activación emocional ¿Les gusta?		Impacto emocional ¿De qué forma?		Emoción positiva o negativa
Comportamiento		Interés visual ¿Qué miran (qué no)?		Comportamiento visual ¿Dónde observación?		
Asociación no consciente		Asociación implícita ¿Qué opinan a nivel no consciente?				

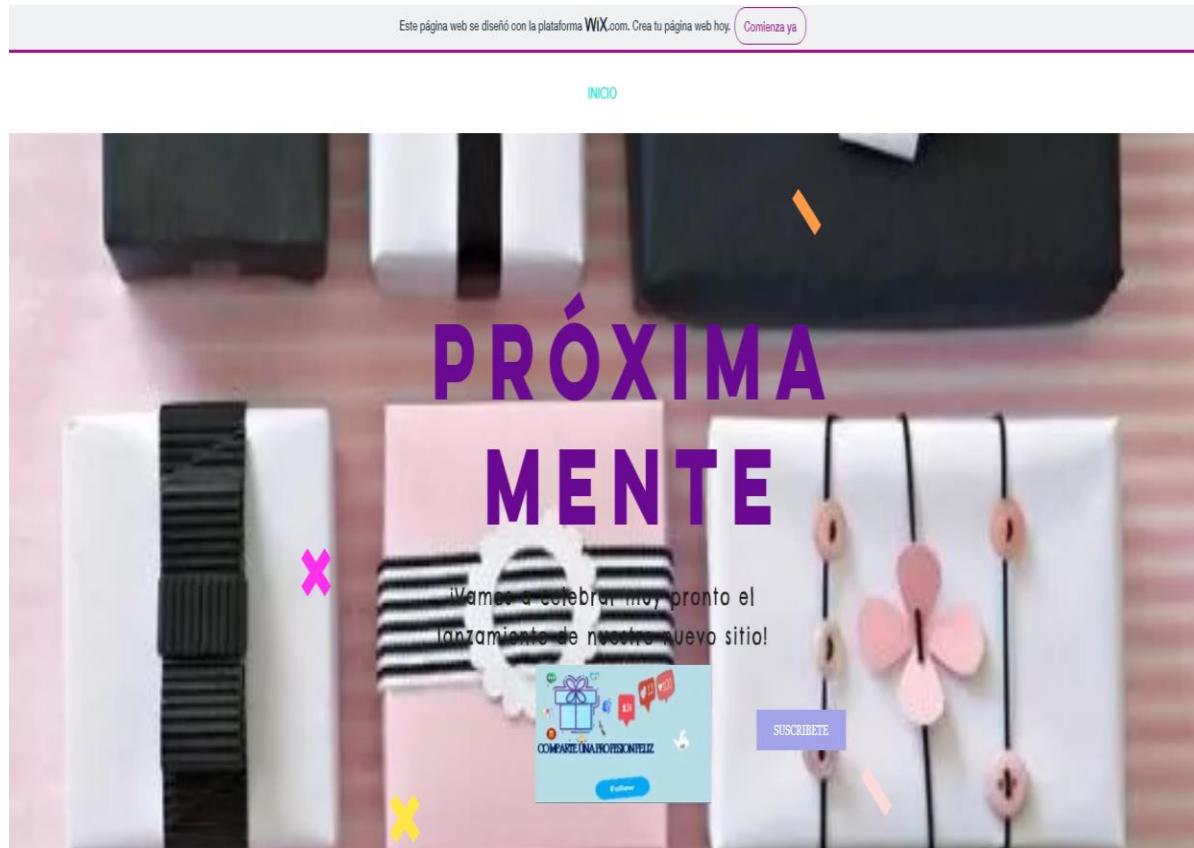
NOMRE DE LA IDEA: COMPARTE UNA PROFESION FELIZ.

PASOS:	OBJETIVOS:	RESULTADO:
Primer paso: Diagnostico del mercado.	A. Sector	Proteger los recursos incentivando el reciclaje y aprovechamiento de los materiales reciclables creando ideas ecologicas, productos de material ecologico.
	B. Marcas en competencia	Cajitas magicas, Regalos sorpresa..
	C. Solucion a problematicas.	Con la idea se elige una manera de proteger el medio ambiente, con el uso adecuado de los recursos, crear productos con material reciclable accesorios y diseños unicos para brindar un detalle que sea innovador, creativo y exclusivo, dar una experiencia de identidad, una experiencia duradera
	D. Tendencias del mercado	Cajas sorpresas, para el dia de amor y amistad, cumpleaños, cualquier situacion, pero con nuestra idea idea queremos brindar un detalle para valorar las profesiones creando identidad y una experiencia duradera.
	 <p align="center">COMPARTE UNA PROFESION FELIZ</p>	
E. Arquetipo de la marca.		

BOCETOS

SEGUNDO PASO: REALIDAD PSICOLOGICA DE LA MARCA	A. Percepcion de la marca de la competencia. B. Variables neuromarketing.	Es una marca que refleja que quiere brindar un detalle para cualquier ocasion, de manera colorida y tradicional. Capta la atencion, comprension y asociacion.
TERCER PASO: POSICIONAMIENTO	A. Top mind. B. Top of heart.	 Cajita magica, competencia  COMPARTE UNA PROFESION FELIZ.
CUARTO PASO: REALIDAD MATERIAL DE LA MARCA	Propuesta de valor en la marca.	 COMPARTE UNA PROFESION FELIZ
QUINTO PASO: ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	Marca en el mercado, medios tecnologicos y redes sociales.	 COMPARTE UNA PROFESION FELIZ

8.2. ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL:



PRÓXIMA



REGÍSTRATE

Y sé el primero en enterarte de las novedades:

Ingresá tu email aquí*

[Unirse](#)



9. METRICAS CLAVE:



Además de las métricas vistas en clase, determine las siguientes métricas clave:

CAC: (Customer Acquisition Cost) ¿Cuánto le cuesta captar un cliente? En esta métrica deben incluirse todos los factores que tengan que jugar un papel relevante dentro de la captación, desde la inversión en captación por medios digitales como puede ser la publicidad en Facebook o el gasto en Google Ads, a la inversión en medios offline, como puede ser imprimir folletos o acudir a eventos para captar clientes. Si hay una persona dedicada exclusivamente a la captación, se deberá incluir el salario a la hora de calcular esta métrica.

Para calcularla es realmente muy sencillo:

$CAC = \text{Gasto total en captación} / n^{\circ} \text{ clientes captados.}$

LTV: (Lifetime Value) Valor de un cliente a lo largo de la vida. Es un reflejo de cuánto dinero se consigue obtener de media de un cliente. En caso de que sea un modelo de suscripción, por ejemplo, se calcularía como el número de mensualidades medias que se queda un usuario por el coste de la suscripción anual.

10. LOCALIZACION DEL PROYECTO:

DEFINA LA MACROLOCALIZACION Y MICROLOCALIZACION DE LA EMPRESA.

En la macro localización, la empresa está ubicada en Cundinamarca, Bogotá, Colombia, Noroccidente.

El clima es apropiado para la ubicación de la empresa y para la realización de los productos que ofrecemos.

En la mano de obra por esta situación se cuenta con un mínimo de tres personas debido a que la empresa aún no tiene planta de producción y aún no cuenta con los recursos para un lugar definido o una infraestructura, en esta situación la empresa cuenta con la idea, los bocetos del producto o servicio y el grupo de trabajo, las funciones son: Representante legal, líder del proyecto, responsable de la dirección del proyecto, Vicepresidenta encargada del área de las ventas, diseño de los productos, (bocetos, colores, tamaño, forma) Gerente financiera, encargada de determinar la viabilidad de los procesos, así como de determinar los recursos que se deben implementar.

La elaboración de los productos de la empresa son elaborados en un 80% de materiales reciclables, reutilizables, es un sector competitivo, pero en toda situación estamos innovando y creando la importancia del cuidado del medio ambiente con las campañas y elaboración de los productos, con el uso adecuado de los recursos, creando campañas de recolección de materiales que se puedan usar en la elaboración de los productos, dentro de la experiencia para que sea duradera.

Por esta situación no se necesita del uso de maquinaria para la elaboración de nuestros productos, aun es una empresa pequeña, los productos elaborados a mano, por ello no contamos con un presupuesto alto para

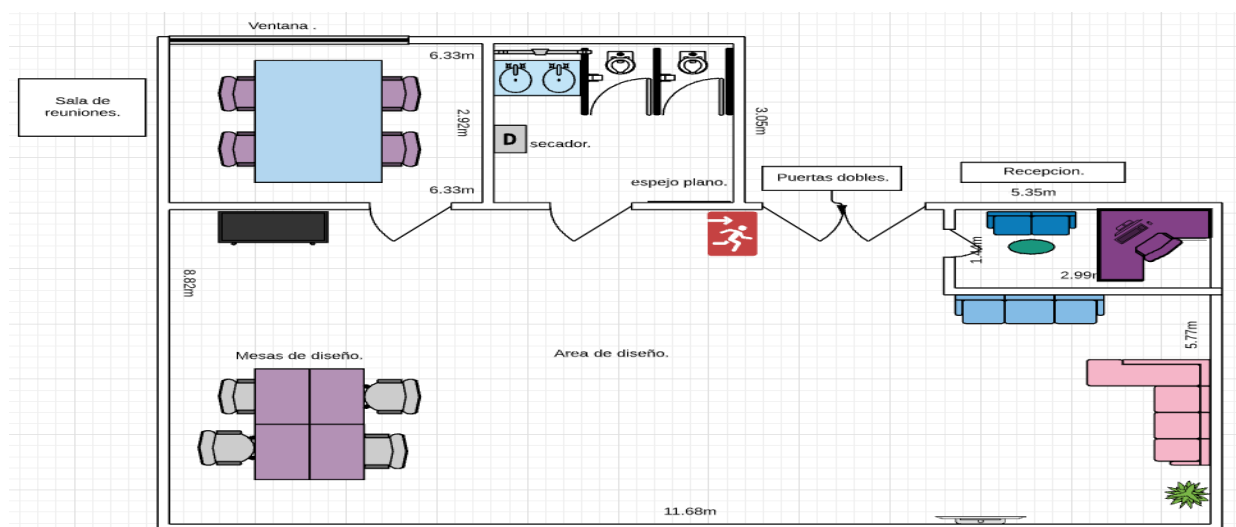
Una infraestructura y para la contratación de personal, por las condiciones actuales de la pandemia, la empresa no cuenta con una planta de atención al cliente y todo se maneja de manera virtual, con las redes sociales, pagina web o landing page, la cual se encuentra creada pero por supuesto no cuenta con los leads de una empresa sólida, las visitas por esta situación no son amplias, en las redes sociales no se publican los productos sino los bocetos y diseños.

En la micro localización es una planta fija con el área de diseño, trabajo con la comunidad, noroccidente, desde la casa para plataformas digitales, para reuniones, negociaciones, en la planta fija de COMPARTE UNA PROFESION FELIZ, con el grupo de trabajo para la toma de decisiones.

TIPO DE ACTIVO	DESCRIPCION:	CANTIDAD:	VALOR UNITARIO:	REQUISITOS TECNICOS:
INFRAESTRUCTURA:	52 mts ^2 centro de diseños	1	\$ 70.000.000	
	Planta de 2 pisos.	1	\$ 100.000.000	
ADECUACIONES:	Pinturas, muebles, decoracion.	1	\$ 10.000.000	
MAQUINARIA Y EQUIPO:	Etiquetadora.	1	\$ 80.000	
	Cortadora de papel, carton.	2	\$ 150.000	
	Selladora.	1	\$ 50.000	
EQUIPO DE COMUNICACIÓN Y COMPUTACION:	Telefono.	3	\$ 60.000	
	Computadores.	3	\$ 4.000.000	
	Impresoras.	3	\$ 2.500.000	
	Fotocopiadoras.	3	\$ 2.000.000	
MUEBLES, ENSERES Y OTROS:	Escritorios.	2	\$ 1.500.000	
	Mesas de diseño.	4	\$ 1.000.000	
	Soportes de pintura.	3	\$ 850.000	
OTROS INCLUIDO HERRAMIENTAS:	Bibliotecas.	3	\$ 650.000	
	Tijeras.	4	\$ 10.000	
	Destornilladores, llaves.	4	\$ 50.000	
GASTOS PREOPERATIVOS:	Publicidad.		\$ 100.000	
	Software contable.	1	\$ 2.000.000	
	Capacitaciones.		\$ 100.000	

Para el funcionamiento del negocio es necesario un lugar físico?

Depende de la actividad económica de la empresa, pero si se debe contar con un lugar fijo que sea el lugar central de la empresa, para reuniones, lugar de trabajo, negociaciones, inversiones...



Plano planta fija.

11. INGENIERIA DEL PROYECTO:

Cuál es el proceso para la producción del bien o prestación del servicio?

1. Con la campaña de reciclaje, usar los materiales principales para la elaboración del producto, plástico, papel, cartón u otros, en un 80% y el 20% en compra o recolección de diferentes tipos de materiales, para el diseño del producto.
2. Hacer los bocetos del producto según si es por petición del cliente o libre diseño del producto.
3. Alistar todas las materias primas y los implementos para la elaboración de los productos.
4. Empaque, diseños finales del producto.
5. Foto o imagen para agregar al catálogo, portafolio, subirlo a las redes sociales y landing page.
6. Comercialización del producto terminado y la experiencia con el cliente.

11.1. INGENIERIA DEL PROYECTO:

Que materias primas o insumos se deben usar para la elaboración del producto?
Cantidad y precios.

Materiales reciclables, reutilizables 80% del producto.		
Materias primas:	Cantidad:	Precios:
Papel.		
Plasticos.		
Carton.		
Otros.		
Materias para elaboracion del producto final, diseño...		
Materias primas:	Cantidad:	Precios:
Pinturas, cajas.	2	\$ 20.000
Pinceles, paquetes.	3	\$ 20.000
Silicona, pegante.	5	\$ 30.000
Tintas impresora.	3	\$ 80.000
Sellos.	2	\$ 50.000
Otros, depende diseño.		\$ 200.000

BIEN, SERVICIO:	Cajas de sorpresas para profesiones, otros detalles, diseños innovadores, una experiencia duradera.			
UNIDADES A PRODUCIR:	20			
ACTIVIDAD DEL PROCESO:	Tiempo estimado de elaboracion, minutos horas.	Cargos en la actividad:	Personas que intervienen por cargo:	Equipos y maquinas que se usan. Capacidad de produccion por maquina (Cantidad de producto / unidad de tiempo:
Actividad 1	4 horas	Vicepresidenta.	1	Telefonos, computadores.
Actividad 2	2 horas	Vicepresidenta, grupo de trabajo.	3	tablet, hoja, lapiz.
Actividad 3	15 minutos	Vicepresidenta dirige, grupo de trabajo.	3	Cortadora de papel, carton.
Actividad 4	1 hora y media	Vicepresidenta, grupo de trabajo.	3	Etiquetadora, selladora.
Actividad 5	10 minutos	Vicepresidenta, grupo de trabajo.	3	Computador.
Actividad 6	1 hora	Vicepresidenta.	1	Computador, presencial.
Total	8 horas y 25 minutos			

40 horas máquina.

12. FICHA TECNICA:

FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO / SERVICIO
A. COMPARTE UNA PROFESION FELIZ
B. Materia prima plástico, papel, cartón, elementos reciclables y reutilizables, tendencias y asesorías.
C. Combos, paquetes, cajas
D. Cajas en material reutilizable, diseños únicos y exclusivos /Redes sociales, tarjetas de regalo, cupones, bonos, publicidad en el establecimiento comercial.
E. Diseños en material reciclable y reutilizable, plástico, papel y carton exclusivos/ Redes sociales, cupones, promociones, bonos, tarjetas de regalo.
F. Un lugar fresco y adecuado al diseño y a la materia prima.
G. Depende del uso del producto / Depende del diseño, materia prima y el uso del producto dos a tres meses.
H. Los clientes hacen los pedidos /Depende del diseño y del pedido de nuestros clientes.
ELABORÓ Julieth Fernanda Umbarila Gonzalez.
REVISÓ
APROBÓ

13. FICHA TECNICA:

¿Que problema estas tratando de resolver?	¿Quién es tu público objetivo?	¿Cómo resolverás este problema?	Cuál es el primer paso?
			
<p>USO ADECUADO DE LOS RECURSOS, CUIDAR EL MEDIO AMBIENTE Y SATISFACER UNA NECESIDAD EMOCIONAL, CON NUESTRO PRODUCTO Y SERVICIO SE COMPARTIÓ UNA EXPERIENCIA DURADERA, NACE UNA HISTORIA CON CADA EXPERIENCIA.</p>	<p>PERSONAS DE 18 A 40 AÑOS, EMPRESAS QUE DAN DETALLES A SUS TRABAJADORES POR MERITO, MOTIVACIÓN, DETALLE.</p>	<p>CON LA ELABORACIÓN DE PRODUCTOS EN UN 80% CON MATERIAL RECYCLABLE, REUTILIZABLE, CAMPAÑAS DE RECYCLAGE, EN EL DISEÑO Y EMPAQUE DEL PRODUCTO SALE EL CUIDADO Y LAS RECOMENDACIONES PARA EL PRODUCTO Y EL USO ADECUADO DE LOS RECURSOS.</p>	<p>DAR A CONOCER NUESTROS DISEÑOS, LA IDEA.</p>