



Acciones y Emociones MDM

INTEGRANTES

Melissa Andrea Giraldo Macías

Mercy Alexandra González González

Daisy Dahiana Alarcón Velandia

Bogotá D.C

noviembre de 2020

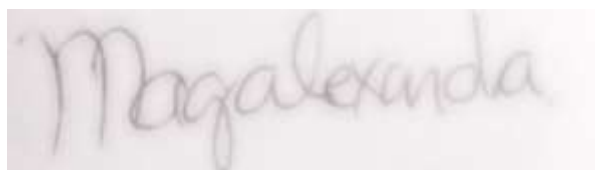
COMPROMISO DEL AUTOR

Nosotras Daisy Dahiana Alarcón Velandia identificado con C.C 1.022.436.895 de Bogotá, estudiante del programa Contaduría Pública, Mercy Alexandra González González identificado con 39.672.95 de Soacha - Cundinamarca, estudiante del programa Administración de empresas, Melissa Andrea Giraldo Macías identificado con C.C 1.032.421.510 de Bogotá, estudiante del programa Administración de empresas declaramos que:

El contenido del presente documento es un reflejo de nuestro trabajo en equipo y manifestamos que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, somos responsables directas legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones han colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.



Melissa Andrea Giraldo Macías



Mercy Alexandra González González



Daisy Dahiana Alarcón Velandia

CONTENIDO

| | |
|--|---|
| COMPROMISO DEL AUTOR | 2 |
| CONTENIDO | 3 |
| INTRODUCCIÓN | 6 |
| 1. DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO | 7 |
| 2. MODELO DE NEGOCIO | 8 |
| 3. INNOVACION SOSTENIBLE | 1 |
| 4. ESTRATEGIA OCÉANO AZUL | 1 |
| 5. FUERZAS DE PORTER | 3 |
| 5.1 PODER DE NEGOCIACIÓN CON LOS CLIENTES | 3 |
| 5.2 PODER DE NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES | 4 |
| 5.3 AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTOS: | 4 |
| 5.4 AMENAZA DE PRODUCTOS ENTRANTES: | 5 |
| 5.5 RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES: | 5 |
| 6. MARKETING MIX | 6 |
| 6.1 ESTRATEGIAS DE PRODUCTO PARA CLIENTES | 6 |
| 6.2 ESTRATEGIA DE PRECIOS: | 1 |
| 6.3 PAQUETE TEMÁTICO | 4 |
| 7. DESARROLLO DE MARCA | 1 |
| 8. ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL | 4 |

| | | |
|------|--------------------------|----|
| 8.1 | DESCRIPCIÓN DE LA PÁGINA | 6 |
| 9. | MÉTRICAS CLAVE | 9 |
| 10. | ESTUDIO TÉCNICO | 9 |
| 10.1 | LOCALIZACIÓN | 10 |
| 10.2 | PLANO | 11 |
| 11. | PLANTILLA PMV | 16 |

TABLA DE GRAFICAS

| | |
|------------------------|----|
| grafica 1 planos | 11 |
|------------------------|----|

TABLA ILUSTRACIONES

| | |
|--|----|
| Ilustración 1 portafolio | 1 |
| Ilustración 2 paquete tematico | 4 |
| Ilustración 3 paquete restaurantes | 5 |
| Ilustración 4 estrategia de marketing..... | 4 |
| Ilustración 5 PMV | 16 |

TABLA DE TABLAS

| | |
|--------------------------------------|----|
| Tabla 1 innovacion sostenible..... | 1 |
| Tabla 2 estrategia océano azul | 1 |
| Tabla 3 marketing mix..... | 6 |
| Tabla 4 localizacion..... | 10 |

INTRODUCCIÓN

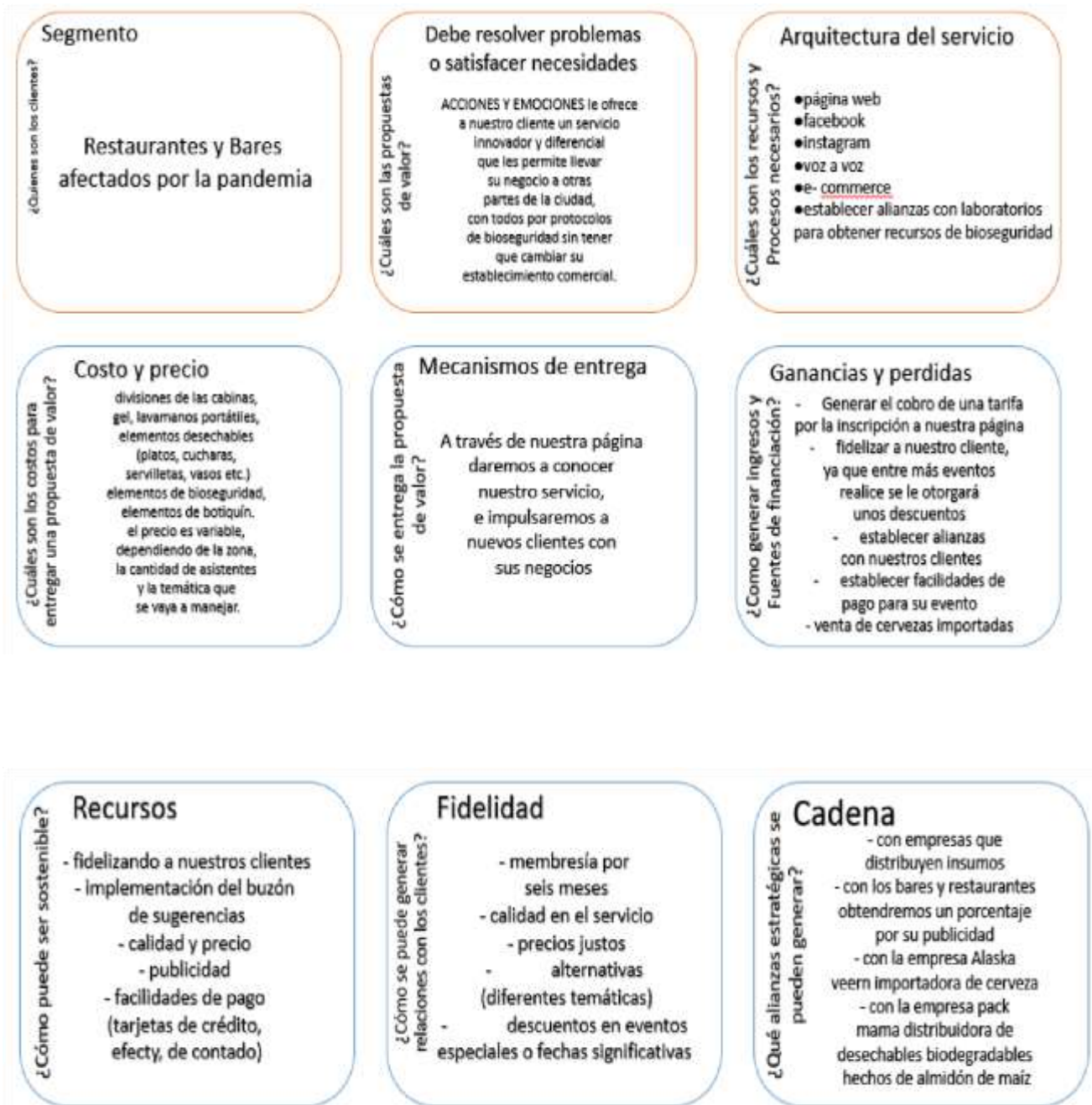
Mediante el siguiente trabajo se dará a conocer el proyecto para creación de empresas II, llamado Acciones y servicios MdM, donde buscamos como objetivo principal brindar un servicio a los sectores más afectados por esta pandemia, aportando a la reactivación económica de una manera más innovadora, garantizando los protocolos de bioseguridad y manteniendo el cuidado ambiental.

Acciones y servicios MdM, es la respuesta a una de las crisis más complicadas que estamos viviendo en el mundo, ya que nos enfocamos en los sectores gastronómicos y el del entretenimiento, específicamente lo bares, dando así un apoyo a los empresarios para dar a conocer su negocio en nuestras diferentes plataformas y generando eventos para el aumento de sus ventas, manteniendo los lineamientos legales, la salubridad establecida por el gobierno por temas de pandemia y generando confianza a los asistentes a cada uno de los eventos, estableciendo lazos de apoyo con nuestras Pymes, aportándoles a su crecimiento.

1. DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

| | |
|---|---|
| ¿CUAL ES EL PRODUCTO O SERVICIO? | Servicio oportuno y de calidad para la reactivación económica durante y después de la pandemia. |
| ¿QUIEN ES EL CLIENTE POTENCIAL? | Todo establecimiento comercial de bares y restaurantes afectados por la pandemia. |
| ¿CUÁL ES LA NECESIDAD? | Volver a prestar sus servicios y reactivar su economía para evitar el cierre definitivo de los diferentes establecimientos comerciales, así mismo darles seguridad a los clientes en cuanto a la higiene y a bioseguridad. |
| ¿COMO? | Implementado y garantizando los protocolos de bioseguridad que permitan el desarrollo de su actividad económica dentro de un espacio propicio para generar confianza al cliente donde su salud no esté en riesgo, acogiéndose a las leyes establecidas para dicho evento. |
| ¿PORQUE LOS PREFERIRÍAN? | Porque es una propuesta innovadora en el mercado, y así mismo un apoyo para los empresarios para dar a conocer su negocio por las diferentes plataformas y localidades de la ciudad permitiendo aumentar sus clientes con una repercusión de crecimiento económico. |

2. MODELO DE NEGOCIO



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

utilizamos el modelo de ventas peer to peer, para ofrecer nuestro servicio, conectando los bares y restaurantes con nuevos clientes potenciales

2.2 Cómo y qué alternativas ofrecerá a los clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?

- membresía por un año o por seis meses
- tarjeta regalo de descuento, después de 5 eventos con nosotros
- Descuentos del 10% por referidos

2.3 ¿Cómo cerrará la venta por Internet y cuáles podrían ser los métodos de pago utilizados acorde al modelo?

- por medio de pago electrónico PSE, Bancolombia a la mano, Efecty, Daviplata y Nequi
- se deberá realizar un pago del 70% para la planificación del evento y el restante una hora antes del evento.

3. INNOVACION SOSTENIBLE

Tabla 1 innovacion sostenible

| ACCIONES Y EMOCIONES | AGUA | ENERGÍA | MATERIAS PRIMAS | EMISIONES | RESIDUOS |
|---|--|---|---|--|---|
| Le ofrecemos a nuestros clientes un servicio innovador y diferencial que le permita llevar su negocio a otras partes de la ciudad, con todos los protocolos de bioseguridad sin tener que cambiar su establecimiento comercial. | Si, el evento va contar con una cierta cantidad de agua que deberá ser bien administrada para su óptimo aprovechamiento complementándolo con filtros ahorradores en lavaplatos, y el lavamanos que estará a disposición de los clientes. | Se implementará, paneles solares que reducirán el consumo de energía eléctrica hasta un 80% | Se van a realizar unas cabinas que irán elaboradas en PVC reciclado, cubiertas por fibra de vidrio, que mantendrán el distanciamiento entre los asistentes. | La emisión de carbono de ACCIONES Y EMOCIONES será mínima debido a que solo se hará un traslado para el evento, donde el automotor contará con motor a gas que disminuye la emisión de carbono | Los residuos serán clasificados, nuestro factor diferencial es que los desechables son biodegradables y esto podrá volver a la tierra sin causar contaminación, así mismo se hará un control para tener establecida las compras responsables. |
| Si, el marketing se maneja de manera digital (Facebook, Instagram, pagina web entre otros) se complementará con el voz a voz. | Este marketing estará apoyado por empresas que aporten al medio ambiente. | Se usará camiones grandes que cuenten con motores a gas, que favorezcan al cuidado del medio ambiente | Se hará perifoneo para dar a conocer el evento en cada localidad complementándolo con la publicidad digital. | Este marketing estará apoyado por empresas que aporten al medio ambiente, con apoyo de plataformas digitales. | En los eventos llevará el logo de la empresa realizado en material reciclable, junto con una frase motivacional para el cuidado del medio ambiente. |

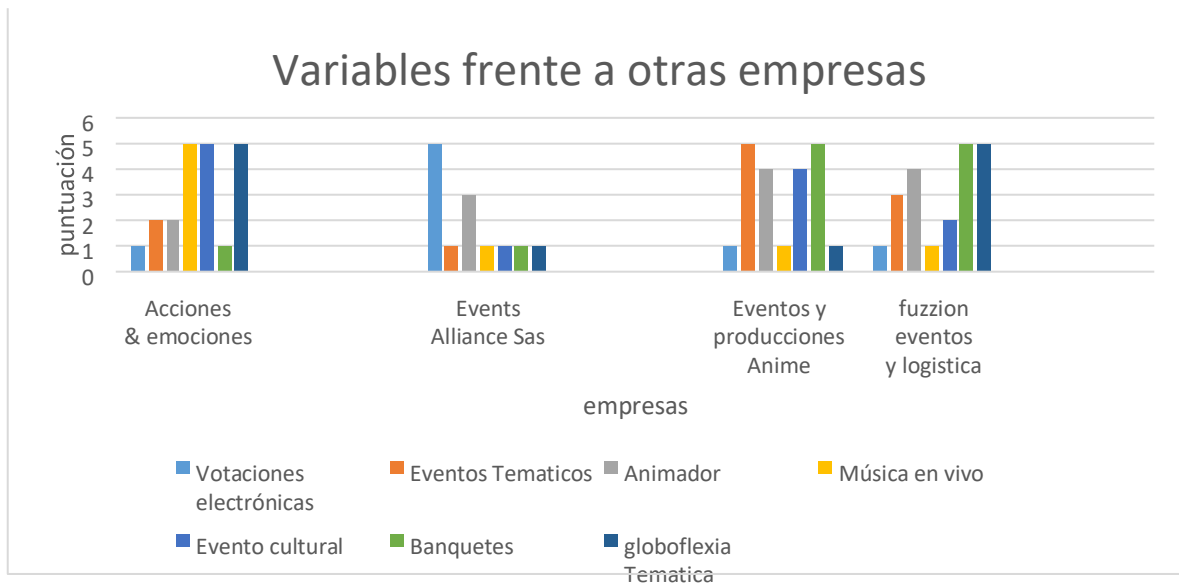
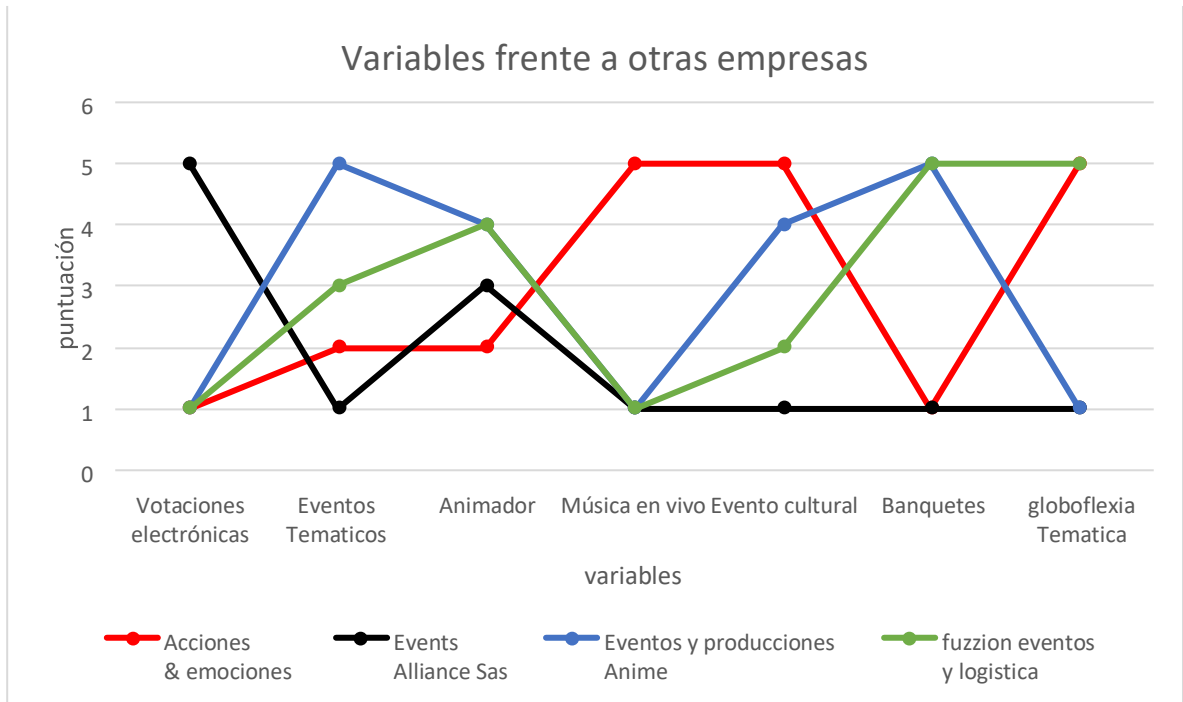
4. ESTRATEGIA OCÉANO AZUL

Identifique quién es su competencia: Empresas de eventos en Bogotá

- BIG producciones
- Eventos y producciones anime
- eventos y alquileres
- fusión eventos y logística

| Empresas | Votaciones electrónicas | Eventos Tematicos | Animador | Música en vivo | Evento cultural | Banquetes | globoflexias tematicas |
|------------------------------|-------------------------|-------------------|----------|----------------|-----------------|-----------|------------------------|
| Acciones & emociones | 1 | 2 | 2 | 5 | 5 | 1 | 5 |
| Events Alliance Sas | 5 | 1 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Eventos y producciones Anime | 1 | 5 | 4 | 1 | 4 | 5 | 1 |
| fuzion eventos y logística | 1 | 3 | 4 | 1 | 2 | 5 | 5 |
| Estrategia | Incrementar | Incrementar | Reducir | mantener | mantener | eliminar | mantener |

Tabla 2 estrategia océano azul



Se evidencia en el gráfico que ACCIONES Y EMOCIONES MdM no maneja las votaciones electrónicas, pero se ha destacado en los eventos culturales, la música en vivo y el apoyo microempresarios. frente a otras empresas no manejamos el servicio de banquetearía, pero sí ha

resaltado su labor para apoyar a los restaurantes afectados por la pandemia, además piensa incrementar el desarrollo de eventos temáticos y resaltamos que se le dará la oportunidad al cliente si quiere incluir una persona para el protocolo del evento.

A partir de la gráfica anterior concluimos, que dos de las tres empresas que hacen parte de nuestra competencia directa tiene experiencia en las fiestas temáticas esto nos impulsa a trabajar en estas mejoras que permitirán ofrecer un servicio completo a cada uno de nuestros clientes, capacitando a nuestro personal tanto operativo como administrativo

5. FUERZAS DE PORTER

5.1 PODER DE NEGOCIACIÓN CON LOS CLIENTES

Acciones y Emociones MDM, en busca de la reactivación económica de pequeños y medianos empresarios busca generar un costo mínimo de la membresía de suscripción por un periodo de 3 - 6 - 9 -12 meses dependiendo de la necesidad del cliente este beneficio aplicará para todos aquellos que realicen su suscripción por la página web, acciones y emociones MDM ofrece para su clientes el montaje del evento ya sea bar o restaurante en la localidad asignada con todas las normas de bioseguridad, teniendo como plus diferenciador el uso de desechables biodegradables (**bagazo de caña de azúcar**), cerveza importada, plantas eléctricas alimentadas por paneles solares, música en vivo en el caso de restaurantes, desarrollándose dentro del mismo eventos culturales como lo son (**show de baile profesionales, pianista, guitarrista**), y todo emprendedor relacionado al mismo, generando una experiencia diferente y relajante a los asistentes al evento.

5.2 PODER DE NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES

Acciones y Emociones MDM tienen como proveedores principales **PACK MAMA** “**cuidando pacha mama**” es una empresa dedicada a la distribución de productos desechables biodegradables elaborados en **BAGAZO DE CAÑA DE AZÚCAR** que en lapso de 180 días se convierten en composta para el medio ambiente, ofrecen platos y vasos de diferentes medidas, servilletas, cubiertos, pitillos y todo lo relacionado al mismo.

Por otra parte, encontramos **ALASKANBEERS** una empresa que cuenta con la distribución de cervezas importadas de diferentes partes del mundo con un amplio portafolio de productos y referencias que se ajustan al gusto del consumidor, claro está que se va manejar las cervezas tradicionales.

Está en proceso alianzas con entidades públicas que acogen a todos los jóvenes que por medio de nuestra empresa se puedan dar a conocer y emprender.

5.3 AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTOS:

Aunque existen en el mercado nacional varias empresas que ofrecen servicios similares al de nosotros, ninguno de ellos puede entrar a ser una competencia directa porque no cuenta con los diferentes factores diferenciales antes mencionados.

Las compañías **BIG producciones**, **Eventos y producciones anime**, **Eventos y alquiler**, **Fuzion eventos y logística**, ofrecen servicio de montaje de diferentes eventos donde una

de ellas de manera particular tiene el servicio de votación electrónica para los eventos, estas empresas manejan diferentes precios dependiendo de lo que el cliente busca.

Acciones y Emociones MDM se centra en eventos para el impulso de bares y restaurantes afectados por la pandemia sin dejar abierta la opción de ampliar nuestro portafolio de servicios.

5.4 AMENAZA DE PRODUCTOS ENTRANTES:

Como se mencionó anteriormente no hay una empresa que maneje los servicios iguales a los de Acciones y Emociones MDM por esta razón contamos con el riesgo que nuestros clientes copien la idea de negocios y quieran sustituir nuestros servicios.

5.5 RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES:

La rivalidad con la que cuenta Acciones y Emociones MDM frente a las compañías de ventas antes mencionadas es la competencia de precios y ampliación de los servicios

6. **MARKETING MIX**

6.1 ESTRATEGIAS DE PRODUCTO PARA CLIENTES

NÚCLEO: Acciones y servicios Mdm, donde buscamos como objetivo principal brindar un servicio a los sectores más afectados por esta pandemia, aportando a la reactivación económica de una manera más innovadora, garantizando los protocolos de bioseguridad y manteniendo el cuidado ambiental. Acciones y servicios Mdm, es la respuesta a una de las crisis más complicadas que estamos viviendo en el mundo, ya que nos enfocamos en los sectores gastronómicos y el del entretenimiento, específicamente lo bares, dando así un apoyo a los empresarios para dar a conocer su negocio en nuestras diferentes plataformas y generando eventos para el aumento de sus ventas, manteniendo los lineamientos legales, la salubridad establecida por el gobierno por temas de pandemia y generando confianza a los asistentes a cada uno de los eventos, estableciendo lazos de apoyo con nuestras Pymes, aportándoles a su crecimiento.

CALIDAD: En el desarrollo del evento se utilizará productos que contengan como factor principal el cuidado ambiental que sean biodegradables higiénicos acompañados de la transparencia, responsabilidad y el apoyo incondicional, dentro y fuera del evento, adecuándose a la necesidad del cliente.

DISEÑO: La empresa por medio de su logotipo busca promover el cuidado y la responsabilidad ambiental en el cual encontramos dos hojas que hacen relación al uso de material primas biodegradables antes mencionadas. El círculo hace referencia a la estabilidad económica en el sector.

El verde claro hace alusión a la relajación, renovación, crecimiento y sensaciones de serenidad que buscamos transmitir a nuestros clientes. El verde oscuro representa la abundancia, finanzas y riqueza, las imágenes que acompañan el diseño (**tenedor - restaurante y la copa - bar**) hacen referencia a los sectores económicos que queremos enfocarnos.

SERVICIO: Como empresa siempre vamos en busca de optimizar cada vez más nuestros servicios para atraer a más clientes y generar preferencias, satisfaciendo la necesidad del cliente por medio de nuestros eventos, así mismo, ser promotores del cuidado y la responsabilidad ambiental para lograr un factor diferencial fuerte frente a la competencia, dando mayor confiabilidad a nuestros clientes y potencializando nuestra marca.

Cada evento será complementado con show en vivo ya sea artístico, cultural o musical e impulsando nuevos talentos, así mismo se usarán sólo desechables biodegradables, se ofrecerán cervezas importadas para ampliar el portafolio de servicios, también abarcamos la publicidad de cada uno de nuestros clientes por medio de las diferentes plataformas digitales y dentro del mismo evento. Acogiéndose a los efectos de la pandemia se implementa un lavamanos que permita el lavado constante junto con gel antibacterial y una desinfección adecuada de todo lo usado en cada uno de los eventos buscando cumplir con los protocolos de bioseguridad y protegiendo a cada uno de los asistentes y a nuestros clientes.

6.1.1 PORTAFOLIO



Acciones y Emociones MdM

Le ofrecemos a nuestros clientes un servicio innovador y diferencial que le permita llevar su negocio a otras partes de la ciudad, con todos los protocolos de bioseguridad sin tener que cambiar su establecimiento comercial



Precios:
De entro 800.000 y 4.000.000 (dependiendo el evento varia)

Nuestros principales proveedores



@Alaskan Beers



@Pack mama

Elementos biodegradables



Servicios:

- Eventos culturales, artísticos y musicales
- globoflexia
- publicidad para su establecimientos comercial
- animador (si lo requiere)
- Eventos Temáticos

Medios de pago  

Ilustración 1 portafolio

6.2 ESTRATEGIA DE PRECIOS:

| ARTÍCULOS | CANTIDAD | Valor Unitario | Total |
|---|-----------|----------------|--------------|
| Personal de Montaje | 8 | \$ 30.000 | \$ 240.000 |
| servicios de transporte | 1 | \$ 150.000 | \$ 150.000 |
| Baños portatiles (compra) | 3 | \$ 380.000 | \$ 1.140.000 |
| Lavamanos Portaliles(Compra) | 2 | \$ 250.000 | \$ 500.000 |
| Productos desechables Biodegradables | 10 | \$ 27.000 | \$ 270.000 |
| Cervezas Importadas | 30 | \$ 6.250 | \$ 187.500 |
| Divisiones en Acrilico | 6 | \$ 170.000 | \$ 1.020.000 |
| Gel Antibacterial-Galon | 2 | \$ 21.000 | \$ 300.000 |
| cinta de seguridad | 1 rollo | \$ 19.900 | \$ 19.900 |
| Jabòn Antibacterial-Galon | 4 | \$ 21.900 | \$ 87.600 |
| Planta electrica solar | 1 | \$ 5.700.000 | \$ 5.700.000 |
| Decoración (Varios) | 1 | \$ 200.000 | \$ 200.000 |
| termómetro | 2 | \$ 70.000 | \$ 140.000 |
| sonido | 1 | \$1.050.000 | \$1.050.000 |
| tapetes de desinfección | 2 | \$ 40.000 | \$ 80.000 |
| Bebidas (gaseosas y jugos) | 4 | \$120.000 | \$120.000 |
| mesas y sillas | 10 | \$2.500.000 | \$2.500.000 |
| menaje | 20 mts | \$500.000 | \$500.000 |
| DJ - animador | 2 | \$130.000 | \$260.000 |
| menú | por plato | \$22.000 | \$440.000 |

| | | | |
|---|----|--------------|--------------|
| Meseros | 3 | 30.000 | 90.000 |
| fotógrafo | 1 | \$200.000 | \$200.000 |
| Costos Administrativos | 3 | \$ 1.000.000 | \$ 3.000.000 |
| Totales | 75 | \$4.552.000 | \$5.160.000 |
| | | | |
| Costos Fijos | | | |
| servicios de transporte | 1 | \$ 150.000 | \$ 150.000 |
| Gel Antibacterial-Galon | 2 | \$ 21.000 | \$ 300.000 |
| Jabòn Antibacterial-Galon | 4 | \$ 21.900 | \$ 87.600 |
| Decoracion (Varios) | 1 | \$ 200.000 | \$ 200.000 |
| Costos Administrativos | 3 | \$ 1.000.000 | \$ 3.000.000 |
| fotógrafo | 1 | \$200.000 | \$200.000 |
| Bebidas (gaseosas y jugos) | 4 | \$120.000 | \$120.000 |
| Meseros | 3 | 30.000 | 90.000 |
| Totales | 11 | \$ 1.392.900 | \$ 3.737.600 |
| | | | |
| COSTOS VARIABLES | | | |
| | | | |
| Personal de Montaje | 8 | \$ 30.000 | \$ 240.000 |
| Productos desechables Biodegradables | 10 | \$ 27.000 | \$ 270.000 |
| Cervezas Importadas | 30 | \$ 6.250 | \$ 187.500 |
| Decoracion (Varios) | 1 | \$ 200.000 | \$ 200.000 |
| DJ - animador | 2 | \$130.000 | \$260.000 |

| | | | |
|-------------------------------|-----------|--------------------|--------------------|
| menú | por plato | \$22.000 | \$440.000 |
| Totales | 49 | \$152.000 | \$700.000 |
| | | | |
| Patrimonio | | | |
| Baños portatiles (compra) | 3 | \$ 380.000 | \$ 1.140.000 |
| Lavamanos Portatiles (Compra) | 2 | \$ 250.000 | \$ 500.000 |
| Planta electrica solar | 1 | \$ 5.700.000 | \$ 5.700.000 |
| Divisiones en Acrilico | 6 | \$ 170.000 | \$ 1.020.000 |
| mesas y sillas | 10 | \$2.500.000 | \$2.500.000 |
| menaje | 20 mts | \$500.000 | \$500.000 |
| Totales | 12 | \$9.500.000 | \$9.500.000 |

6.3 PAQUETE TEMÁTICO



Acciones y Emociones MdM

Paquete para Restaurantes

Número de personas: De 10 a 20 personas

Incluye:

- Transporte y Montaje:** De suministros personal
- Elementos de Bioseguridad:** 1 Termómetro
1 Tapete de desinfección
2 lavamanos portátiles
2 baños portátiles
1 planilla de control de ingreso
Divisiones de bioseguridad
- (opcional) Decoración:** Bombas
letreros o avisos
centros de mesa
- Sonido:** 1 micrófono inalámbrico
1 Dj (opcional)
música en vivo (opcional)
evento cultural (opcional)
animador (opcional)
- (Opcional) Menaje:** desechables biodegradables
(servilletas, platos, pitillos, cucharas, tenedores)
mantelería (redondos, rectangulos, blancos, de colores)
- Personal de servicio:** 3 meseros (opcional)
1 coordinadora del evento

Adicionales:

| Adicionales: | BEBIDAS |
|--------------|-------------------------------|
| | Cervezas importadas: |
| | Maredsous 330ml \$ 12.000 |
| | Paulaner 500ml \$ 12.000 |
| | Fruitesse 250ml \$ 8.000 |
| | Stella Artois 330ml \$ 14.000 |
| | Bitburger 330ml \$ 13.500 |
| | Gulden draak 330ml \$ 15.000 |
| | entre otras ... |

MESAS Y SILLAS

- Mesas redondas o rectangulares
- Sillas sin brazos
- mesas para montajes de alimentos
- mesa de pasabocas

Se le facilita al cliente unos adicionales en caso de no contar con estos elementos para la realización del evento

El precio del lugar puede variar de acuerdo a la localidad donde se va a realizar el Montaje durante todo el evento

Todos los elementos utilizados son de calidad

Al momento de la realización del evento Se realizara firma de contrato de mutuo acuerdo

Los adicionales son en caso de requerirse

Descuento por inauguración aplica (mes de marzo 2021)

Forma de pago: 70%: 20 días antes del evento
30%: un día antes del evento

Medios de pago:








| | |
|--|--------------|
| Valor total: | \$ 1.600.000 |
| Pago con tarjeta de crédito - Descuento 5% | \$ 1.520.000 |
| Descuento en efectivo por inauguración 10% | \$ 1.440.000 |

305 277 9434
313 404 2518
422 817 0036

Oficina
Calle 581 Bs #58F – 62 casa 65

accionesyemocionesmdm@gmail.com

L-V de 8:00am a 8:00pm
Sábados de 10:00am a 4:00pm

Ilustración 2paquete temático

PAQUETE



10-20 personas

Incluye:

Personal de montaje: Adecuación de todo el evento

Bioseguridad: 1 termómetro al ingreso
1 tapete de desinfección
2 lavamanos portátiles
2 baños portátiles
1 plantilla de control de ingreso
divisiones en acrílico

Decoración: De acuerdo a la temática establecida
Hollywood - París - Jamaica - Neón - Piratas -
Circo
Esto incluye todo el menaje del evento

Sonido: 1 Micrófono - 1 dj - Animador
2 vales de 500 wits - fotógrafo

Menú: Porqué de preferencia
Bebidas
Cockteles de acuerdo a la temática

Medios de pago:



Forma de pago: 70% 20 días antes del evento 30%: un día antes
del evento

Valor total: \$ 2.600.000 - Pago con tarjeta de crédito
Descuento 5%
\$2.520.000 - Descuento en efectivo por
inauguración 10%
\$ 2.440.000

Ilustración 3paquete restaurantes

6.4 ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN

La estrategia de distribución del servicio será por publicidad digital (**Facebook, Instagram, Twitter, prensa, radio, voz a voz, pautas en tv, referencia de cliente feliz y la página web de la empresa**), donde el cliente podrá encontrar portafolio completo de servicios. La atención será directa al cliente y no se usará ningún tipo de intermediarios.

Se brindará un servicio personalizado a cada cliente y algunos servicios complementarios si llegara a ser requeridos.

6.5 ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

“Conéctate con tus clientes para genera una experiencia única, atrévete a aumentar tu crecimiento con momentos y experiencias memorables junto a Acciones y Emociones MDM”

MARKETING MIX

| | | | | | | |
|---------------------------------|---|--|--|--|---|--|
| Estrategia | El apoyo estratégico estará en las plataformas digitales que permitan tener la información medible del movimiento de la empresa en las distintas redes sociales, esto permitirá conocer datos relevantes para la toma de decisiones | se gestionara con cada una de las alcaldías locales los permisos para realizar los eventos en los lugares públicos de la localidad, abarcando todas las normas de bioseguridad, implantadas por la empresa y exigidas por el gobierno. | se establecerá una oficina física, nos apoyaremos de los entes de control para la solicitud de permisos y tramites legales, contando con el personal capacitado para el desarrollo del evento | la reserva del cupo de nuestros clientes deberá ser con dos meses de anterioridad, para poder realizar todos los tramites pertinentes del evento | por ahorrar gastos de inversión de manera inicial se manejará la oficina en la casa de Melissa, ubicada en el barrio Boia, José Antonio Galán, calle 58 BIS #51F 62 - Casa 65 | varia dependiendo del evento y la localidad donde se va a realizar |
| producto o servicio | ser un apoyo estratégico en la reactivación económica del sector gastronómico y bares más afectados por la pandemia | por medio de la página web se realizará la inscripción de los clientes, y se ofrecerá los servicios de eventos personalizados con diferentes temáticas | tenemos dos alianzas estratégicas que nos añaden factor diferencial tanto en la realización del evento, como frente a los competidores una de ellas es Alaskabeers que nos proporcionaran cervezas importadas de cualquier parte del mundo que le dará a nuestros clientes la exclusividad, también contamos con el apoyo de Padomama quienes nos proporcionaran todo tipo de desechables biodegradables que en un transcurso de 180 días serán compostada para nuestro medio ambiente | la fecha se especificara de acuerdo a la disponibilidad de los lugares públicos y de la reserva de otros clientes | se iniciara con eventos activos a partir del mes de marzo del próximo año, teniendo en cuenta que debe realizarse todos los tramites legales | el valor de los paquetes puede estar entre 800.000 y 4.000.000 |
| precio | se generaran tres tipos de ofertas con las que se busca abarcar todas las posibles necesidades y generar satisfacción al cliente, mediante precios asequibles | tenemos tres clases de paquetes y en estos varian los costos de acuerdo a las necesidades de los clientes, así mismo se llegara a un acuerdo monetario por la publicidad en la página web | establreceremos convenios con los diferentes bancos y medios de pagos electrónicos para darla facilidad a los clientes | Se solicita el pago del 70% del evento para la separación y el 30% restante deberá ser cancelado antes del inicio del evento | diferentes plataformas de pagos electrónicos, como los son: - Nequi - Efecty - PSE - Daviplata - Dimonex - Bancolombia a la mano y cuenta de ahorros | varia dependiendo el paquete que se va a manejar y la necesidad requerida por el cliente |
| promoción y comunicación | Se manejarán los pagos por todos los medios de electrónicos, con la finalidad de generar facilidad y seguridad a nuestros clientes | usando diferentes plataformas digitales, para dar a conocer los servicios de Acciones y Emociones MDM, realizar el pago a influencer para la promoción de nuestra empresa | Generando alianzas estratégicas con los clientes que ya hubieramos trabajado esto apoyará el crecimiento mantenido de la economía, también se utilizaran las vallas para la publicidad de los clientes de sus servicios. | se proyecta la ejecución de la labor para inicios del próximo año (2021) | en diferentes plataformas digitales, como lo son: Facebook, Instagram, twitter, influencers, a través nuestra página web y la de los clientes | Facebook: 20.000 (24 horas) Instagram: 50.000 y 100.000 (24 horas) página web: se generara un porcentaje a favor de la empresa el cual varia en caso de que maneje membresía |

Tabla 3 marketing mix

| | | |
|--|--|---|
| | <p>D. Tendencia del mercado</p> <p>Arquetipo de la marca</p> | <p>economía del país y además se requiere en los bares y restaurante un espacio amplio para llevar a cabo el evento, de acuerdo a los lineamientos requeridos de Bioseguridad, Igualmente buscamos y queremos marcar una tendencia en el mercado que garantice un ingreso económico adicional en el sector.</p> <p>El primer objetivo de Acciones y Emociones MdM es el compromiso y transparencia, entre los Arquetipos de la marca que existen nuestra compañía se identifica con el bufón el cual se caracteriza por ser felices y disfrutar con los demás y tener los mejores momentos de sus vidas.</p> |
| <p>Realidad Psicológica de la Marca</p> | <p>A. Percepción de las Marcas Psicológicamente</p> <p>B. Identificar las variables del neuromarketing</p> | <p>Evidenciamos que nuestros competidores directos tienen más experiencia y trayectoria en el Mercado conociendo mejor la planeación de cada uno de estos eventos.</p> <p>MÉTRICAS COGNITIVAS: Acciones y Emociones MdM se destacan por ofrecer espacios de sano esparcimiento generando un estímulo agradable en los clientes.</p> <p>MÉTRICAS EMOCIONALES: por medio de los eventos propuestos se busca que cada uno de los clientes libere su estrés y sus preocupaciones acumuladas con los servicios prestados de Acciones y Emociones MdM.</p> <p>COMPORTAMIENTO VISUAL: Acciones y Emociones MdM se da a conocer a través de la página web y las distintas redes sociales, además se generará publicidad por medio de los compartimentos que hacen parte de la bioseguridad establecida en el evento.</p> <p>MÉTRICAS IMPLÍCITAS: En busca</p> |

| | | |
|--------------------------------------|---|---|
| | | de satisfacer las necesidades actuales de nuestros futuros clientes promoviendo el cuidado del medio ambiente y el consumo responsable. |
| POSICIONAMIENTO | <p>A. Identificar el top of mind</p> <p>B. Identificar top of heart</p> | <p>Buscando que los clientes tengan un sistema de recordación fácil y positivo frente a la empresa en cada uno de los eventos se asignará un tablero de corcho donde se pondrán las fotos de los momentos más importantes de los asistentes dándoles la prioridad que cada uno de ellos tiene para Acciones y Emociones MdM, e igualmente se les enviará estas fotografías a su correo electrónico registrado al ingreso.</p> <p>En busca de ser pioneros en la realización de eventos enfocados al crecimiento y la reactivación económica del sector se establecerá flexibilidad en los paquetes de acuerdo a la necesidad de los clientes, manteniendo la calidad del servicio para así generar un vínculo estrecho.</p> |
| REALIDAD MATERIAL DE LA MARCA | Traducir nuestra propuesta de valor en la marca | A través de nuestra marca nos identificamos como una compañía de transparencia, honestidad y responsabilidad del medio ambiente. también queremos apoyar uno de los sectores más afectados por el COVID - 19 |
| ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN | Desarrollar acciones continuas para la introducción de la marca en el mercado, que estén ligadas a la mediación tecnológica y redes sociales. | Como se ha planteado a través de nuestra idea de negocio se utilizará de manera responsable las diferentes plataformas digitales que son tendencia en la actualidad (Facebook, Instagram, Twitter, página web), donde estas herramientas son ideales para administrar y optimizar nuestras publicaciones en la web, siento una estrategia digital más rentable |

| | | |
|--|--|--|
| | | <p>generando confianza en nuestros clientes y siendo un impulso para el crecimiento de acciones y Emociones MdM.</p> |
|--|--|--|

8. ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL

<https://acciones-y-emociones->

[mdm0.webnode.com.co/?_ga=2.167697150.139007134.1603225518-](https://acciones-y-emociones-mdm0.webnode.com.co/?_ga=2.167697150.139007134.1603225518-265976682.1603225518)

[265976682.1603225518](https://acciones-y-emociones-mdm0.webnode.com.co/?_ga=2.167697150.139007134.1603225518-265976682.1603225518)



Ilustración 4 estrategia de marketing

¿CÓMO LO HAREMOS?

Implementado y garantizando los protocolos de bioseguridad que permitan el desarrollo de su actividad económica dentro de un espacio propicio para generar confianza al cliente donde su salud no esté en riesgo, acogiéndose a las leyes establecidas para dicho evento.

¿POR QUÉ NOS DESTACAMOS?

Porque es una propuesta innovadora en el mercado, y así mismo un apoyo para los empresarios para dar a conocer su negocio por las diferentes plataformas y localidades de la ciudad permitiendo aumentar sus clientes con una repercusión de crecimiento económico.

Acciones y servicios MaM, es la respuesta de sus ventas, manteniendo los lineamientos legales, la salubridad establecida por el gobierno por temas de pandemia y generando confianza a los asistentes a cada uno de los o uno de las crisis más complicadas que estamos viviendo en el mundo, ya que nos enfocamos en los sectores gastronómicos y el del entretenimiento, específicamente los bares y restaurantes, dando así un apoyo a los empresarios para dar a conocer su negocio en nuestras diferentes plataformas y generando eventos para el aumento de ventas, estableciendo lazos de apoyo con nuestras Pymes, aportandoles a su crecimiento económico.




8.1 DESCRIPCIÓN DE LA PÁGINA

Queremos darnos a conocer por medio de nuestra página web la cual contará con 5 iconos, en el cual, el primero es el inicio donde se da a conocer el logo de la compañía, el significado con toda la información que cada uno de nuestros clientes requiere de forma inmediata, fácil y eficiente, en el segundo icono llamado Nuestros eventos, se da a conocer los diferentes paquetes y servicios que ofrece la empresa, en el tercer icono llamado Experiencia del cliente, se implementaran las fotos de lo que se espera con cada uno de los eventos, el cuarto icono llamado Marketing, es donde se realizará la publicidad a nuestros clientes (bares y restaurantes) y nuestra compañía, el quinto icono es ubicación y contacto, donde se da conocer las redes sociales, los números telefónicos, la dirección y el correo electrónico.

Instagram: <https://www.instagram.com/accionesyemocionesmdm/>

instagram.com/accionesyemocionesmdm/?hl=es-la


Instagram [Iniciar sesión](#) [Regístrate](#)



accionesyemocionesmdm [Seguir](#)




9 publicaciones 39 seguidores 17 seguidos

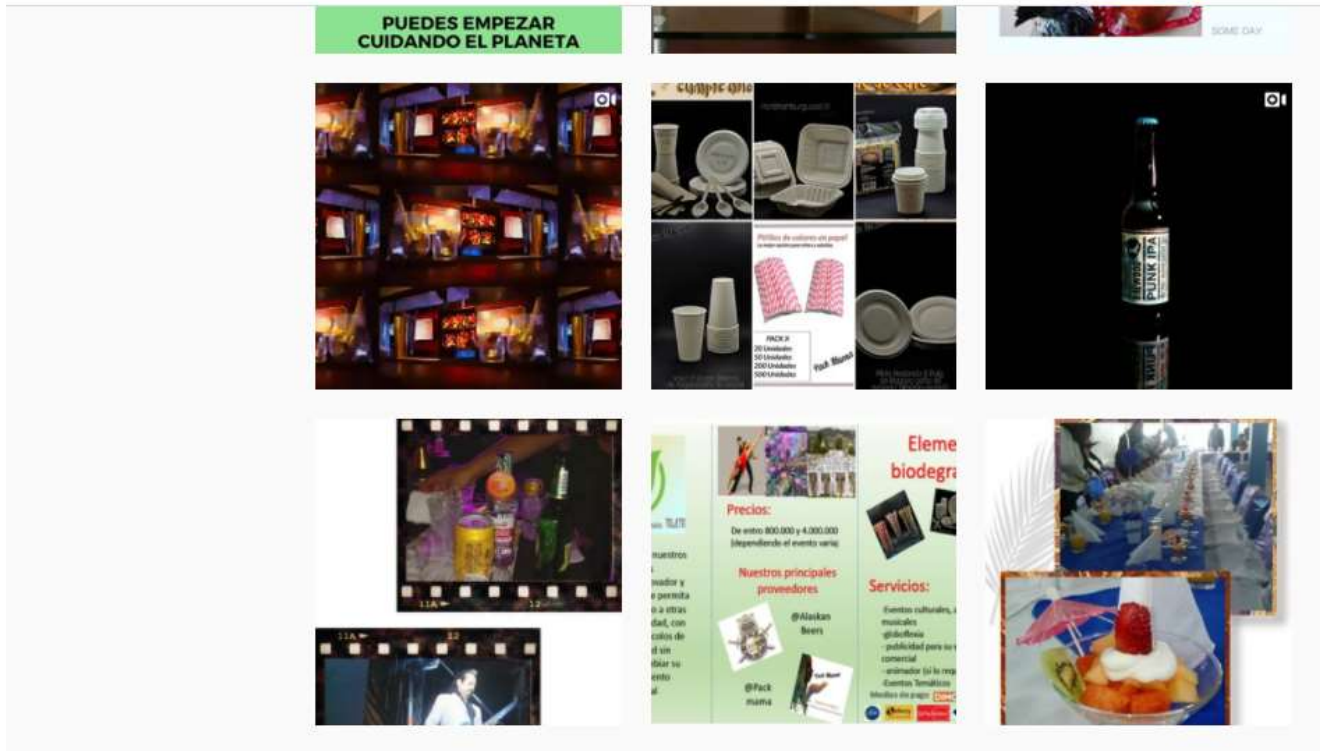
Acciones & Emociones MDM
somos una empresa enfocada en la realización de eventos en apoyo a bares y restaurantes, también eventos personalizados



eventos

[PUBLICACIONES](#) [ETIQUETADAS](#)





accionesyemocionesmdm Bares

accionesyemocionesmdm Impulso a bares y restaurantes, además de eventos temáticos

3 d

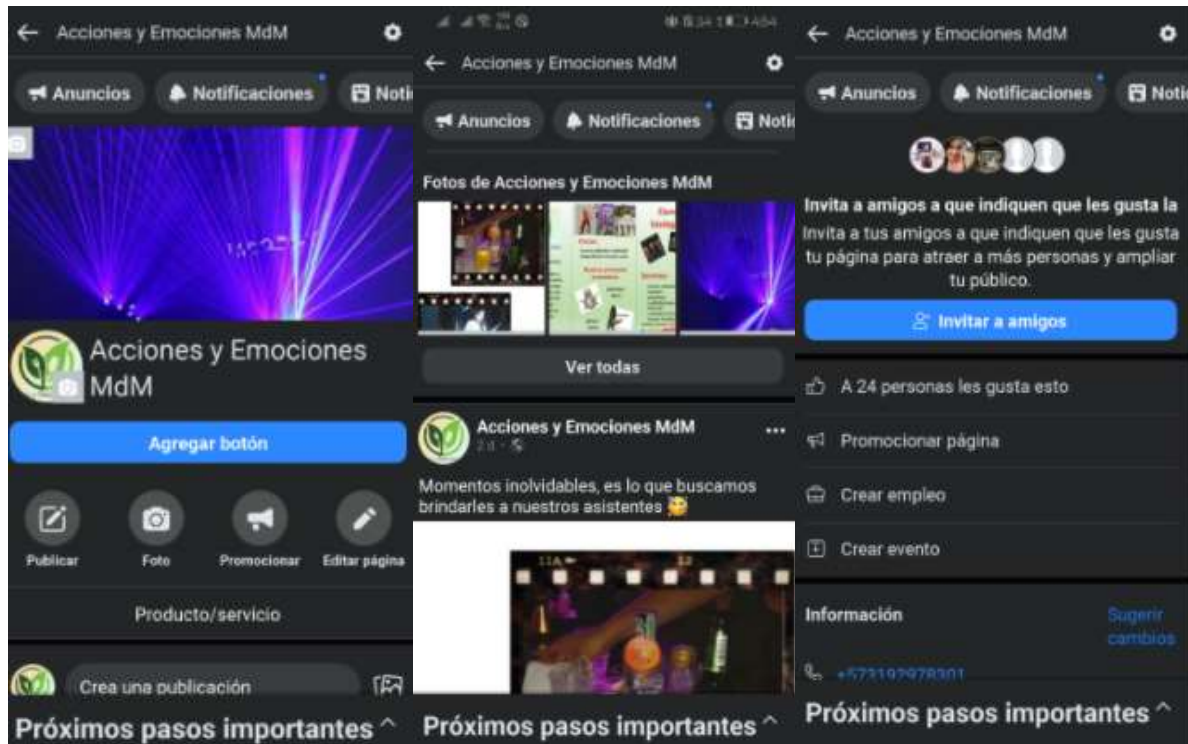
183 Me gusta

24 reproducciones

HACE 3 DÍAS

Agrega un comentario...

Publicar



9. MÉTRICAS CLAVE

Gastos de la Publicidad

EL CAV-CAC Los presentamos en la siguiente tabla de resultados

| Redes sociales | Valor el Día | Valor total |
|----------------|--------------|-------------|
| Instagram | 2.658 | 79740 |
| Facebook | 19165 | 574959 |
| Total | 21.823 | 654699 |

10. ESTUDIO TÉCNICO

Acciones y emociones MdM va desarrollar su crecimiento económico en la ciudad de Bogotá estando directamente ubicados en la localidad de Bosa donde se va ha encontrar su casa matriz y va ser el lugar de organización y logística de los diferentes eventos.

10.1 LOCALIZACIÓN

| ESTIMACIÓN DEL TAMAÑO ÓPTIMO | | | | |
|--------------------------------|---------------------------------------|--------------------|-----------------|---|
| Requerimientos Técnicos | | | | |
| Tipo de Activo | Descripción | Cantidad | Valor Unitario* | Requisitos técnicos** |
| Infraestructura – Adecuaciones | Lote | 2 | \$ 100.000.000 | 100 mts cuadrados |
| | area administrativa - bodega | 2 | \$ 100.000.000 | 100 mts cuadrados |
| Maquinaria y Equipo | Baños portátiles | 3 | \$ 380.000 | comodidad y descargue adecuado |
| | Lavamanos Portátiles | 2 | \$ 250.000 | alta calidad adecuado para masividad de gente |
| | Planta electrica solar | 1 | \$ 5.700.000 | durabilidad de minimo 4 horas |
| | Divisiones en Acrilico | 6 | \$ 170.000 | Con soportes y medidas adecuadas |
| | mesas y sillas | 10 | \$ 2.500.000 | plastico lavable |
| | menaje | 20 mts | \$ 500.000 | biodegradable |
| | Equipo de comunicación y computación | Computador de mesa | 3 | \$ 800.000 |
| | Impresora | 1 | \$ 400.000 | \$ 400.000 |
| | Telefono de mesa | 2 | \$ 60.000 | \$ 120.000 |
| Muebles y Erseres y otros | muebles de sala de estar | 2 | \$ 700.000 | \$ 1.400.000 |
| | silla tipo escritorio | 3 | \$ 45.000 | \$ 135.000 |
| | Archivador | 1 | \$ 312.000 | \$ 312.000 |
| | elementos de oficina | 3 cajas | \$ 135.100 | \$ 405.300 |
| | publicidad - tarjetas de presentacion | 1 paquete | \$ 15.000 | \$ 15.000 |
| | papelaria | 1 caja de papel | \$ 120.500 | \$ 120.500 |
| Otros (incluido herramientas) | juego de llaves combinadas | 1 | \$ 50.000 | \$ 50.000 |
| | vinipel industrial | 5 | \$ 20.900 | \$ 104.500 |
| Gastos pre- operativos | Apertura | | \$ 1.800.000 | \$ 1.800.000 |
| | Registro | | \$ 3.200.000 | \$ 3.200.000 |
| | Costitución | | \$ 9.500.000 | \$ 14.962.300 |

Tabla 4localización

10.2 PLANO

<https://planner5d.com/view?key=664a8a71e3e57819c26155da21aca6d0>

grafica 1planos




Imagem No. 1



Imagen No. 2



Imagen No. 3

| | | | |
|---|---------------------------------|------------------------|-------------------------|
|  | Acciones y Emociones MdM | | |
| | 1 | PRESTACIÓN DE SERVICIO | 10 de Noviembre de 2020 |

FICHA TECNICA DEL SERVICIO

A. NOMBRE DEL SERVICIO (Defina el nombre del servicio)

Somos una empresa prestadora de servicio pospandemia enfocada a empresas pymes y emprendedores ayudando a la reactivación económica del sector

B. OBJETIVO

objetivo principal brindar un servicio a los sectores más afectados por esta pandemia, aportando a la reactivación económica de una manera más innovadora, garantizando los protocolos de bioseguridad y manteniendo el cuidado ambiental.

C. METODOLOGIA

1. Hacer la captacion de los clientes mediante las plataformas digitales mencionadas
2. Realizar el contrato,acuerdos, y pagos para la prestación del servicio requerido
3. Realizar la contratación del personal
4. Proceder a la organización del montaje del evento

D.DESCRIPCIÓN GENERAL

Acciones y servicios MdM, es la respuesta a una de las crisis más complicadas que estamos viviendo en el mundo, ya que nos enfocamos en los sectores gastronómicos y el del entretenimiento, específicamente lo bares, dando así un apoyo a los empresarios para dar a conocer su negocio en nuestras diferentes plataformas y generando eventos para el aumento de sus ventas, manteniendo los lineamientos legales, la salubridad establecida por el gobierno por temas de pandemia y generando confianza a los asistentes a cada uno de los eventos, estableciendo lazos de apoyo con nuestras Pymes, aportandoles a su crecimiento.

D. DURACION

El tiempo que se lleva cada evento es un promedio de cuatro (4) a seis (6) horas de acuerdo a la necesidad del cliente

E. ENTREGABLES

Volver a prestar sus servicios y reactivar su economía para evitar el cierre definitivo de los diferentes establecimientos comerciales, así mismo darles seguridad a los clientes en cuanto a la higiene y bioseguridad.

G. PERFIL DEL CLIENTE

Todo establecimiento comercial de bares y restaurantes afectados por la pandemia.

G. PERFIL DE QUIEN ENTREGA EL SERVICIO

Funciones:

- Administrar la página web
- Control de la bodega
- Realizar la contratación del personal requerido
- Realizar capacitación de los meseros y personal de apoyo
- Preparación de protocolos requeridos
- Contratación del equipo de transporte

Cargos:

- 2 Administradoras
- 1 Contadora
- 3 meseros (en caso de requerirse)
- Logísticos
- Transportador



Tipo de contratación

- Se maneja para las administradoras y contadora (Contrato indefinido)
- Para los meseros, logísticos y transportador (Contrato por prestación de servicios)

Salarios

- 1.000.000 de pesos
- Meseros, logísticos y transportador se realizará pago por turno del evento

Firma del responsable del servicio:

REPRESENTANTE LEGAL

Nombre del Responsable del servicio

Melisa Giraldo

Firma:

11. PLANTILLA PMV

<https://www.storyboardthat.com/portal/storyboards/12bf462b/corp-private/universidad>

Imágenes relacionados a la planilla PMV

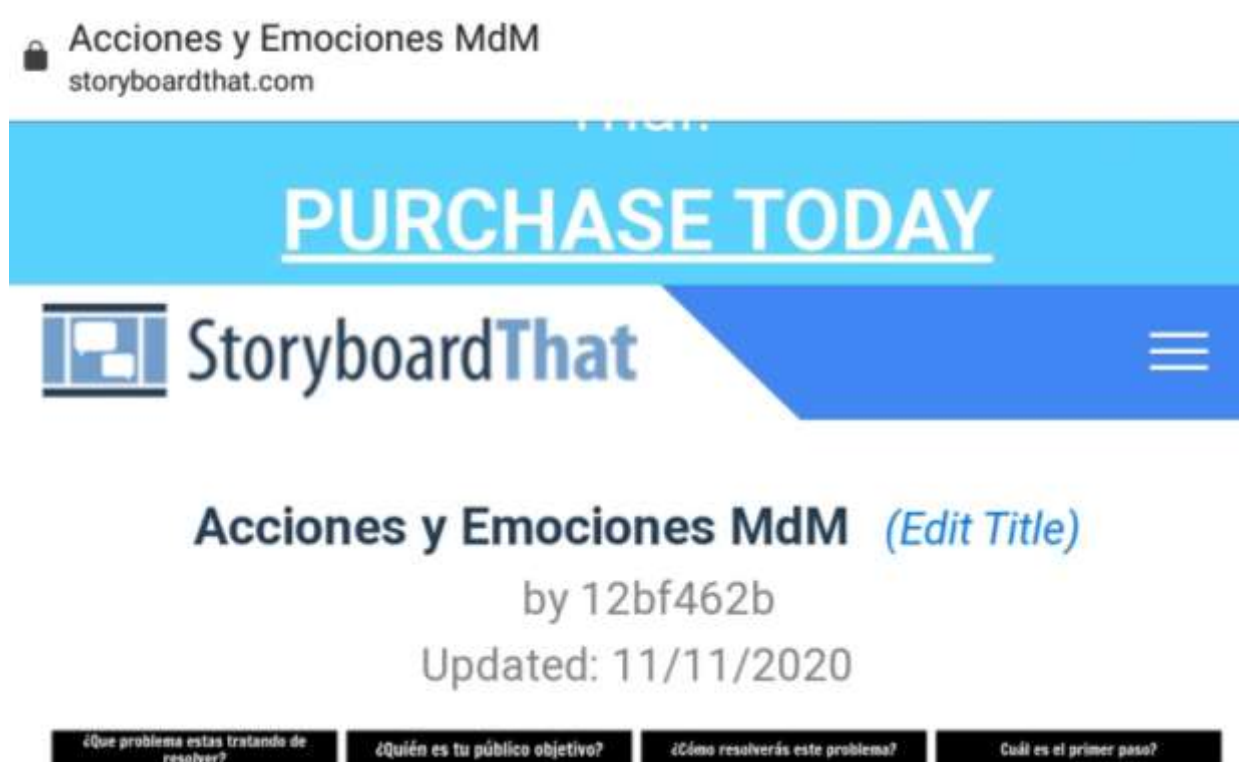


Ilustración 5 PMV



Acciones y Emociones MdM

storyboardthat.com

Updated: 11/11/2020

| ¿Que problema estas tratando de resolver? | ¿Quién es tu público objetivo? | ¿Cómo resolverás este problema? | Cuál es el primer paso? |
|---|---|---|--|
| <p>Acciones y Emociones MdM</p> <p>prestar un servicio y reactivar la economía en el sector de restaurantes, bares para que estos no cierren sus establecimientos</p>  | <p>Acciones y Emociones MdM</p> <p>Todos los establecimientos comerciales afectados por la pandemia los Restaurantes, Bares</p>  |  | <p>Acciones y Emociones MdM</p> <p>Hacer la Captación de los clientes a través de los medios</p> <p>Realizar contratos y pagos para llevar a cabo el evento</p>  |
| <p>Volver a prestar sus servicios y reactivar su economía para evitar el cierre definitivo de los diferentes establecimientos comerciales, así mismo darles seguridad a los clientes en cuanto a la higiene y a bioseguridad.</p> | <p>Todo establecimiento comercial de bares y restaurantes afectados por la pandemia.</p> | <p>Implementado Y garantizando los protocolos de bioseguridad que propicien el desarrollo de su actividad económica dentro de un espacio propicio para generar confianza al cliente desde su salud los cual es luego, acogimiento a los lugares establecidos para dicho evento.</p> | <p>Iniciar la captación de los clientes mediante las plataformas digitales mencionadas. Realizar el contrato, acuerdos, y pagos para la prestación del servicio requerido. Realizar la contratación del personal. Proceder a la organización del montaje del evento.</p> |

Create your own at Storyboard That

3476394 (<https://www.pexels.com/photo/white-acrylic-restaurant-signage-3476394/>) - PixDesignClub - License: Free To Use / No Attribution Required / See <https://www.pexels.com/licenses/> for what is not allowed

6236178 (<https://www.pexels.com/photo/peoneta-building-on-street-with-ban-way-6236178/>) - Alex Kozlov - License: Free To Use / No Attribution Required / See <https://www.pexels.com/licenses/> for what is not allowed

4931343 (<https://www.pexels.com/photo/man-profits-woman-hair-4931343/>) - Eusebio delacruz - License: Free To Use / No Attribution Required / See <https://www.pexels.com/licenses/> for what is not allowed

4618319 (<https://www.pexels.com/photo/light-restaurant-hotel-bar-4618319/>) - Eusebio delacruz - License: Free To Use / No Attribution Required / See <https://www.pexels.com/licenses/> for what is not allowed