

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



Fase de incubación: Lauren

Trabajo de grado

Elisa Naranjo Castaño

Centro de Emprendimiento UR Emprende

2021

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



Fase de incubación: Lauren

Trabajo de grado

Elisa Naranjo Castaño

Centro de emprendimiento

Administración de negocios internacionales

Bogotá

2021

AGRADECIMIENTOS

Me encuentro profundamente agradecida con la Universidad Del Rosario, con el Centro de emprendimiento que se ha encargado de guiarme en todo este proceso, a los mentores que estuvieron involucrados en este proyecto y en todas las personas que me ayudaron.

Agradezco ante todo a Dios por permitirme culminar este emprendimiento de mano de la Universidad, a mis padres que me han dado todas las herramientas y oportunidades para crecer como persona y a mi socia, mi hermana, por impulsarme a hacer realidad nuestros sueños.

Gracias a nuestros clientes que le han dado una oportunidad a Lauren, a nosotras y a nuestros sueños.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mi madre, por enseñarme y educarme a ser una mujer trabajadora, independiente y a trabajar por mis sueños, porque me permitio irme a explorar una nueva ciudad, con todas las comodidades para ser una mejor profesional y una mejor persona, por enseñarme que nada en la vida es facil pero que vale la pena luchar por lo que vale la pena tener, su ejemplo es y sera siempre mi mayor motivación y orgullo.

Tabla de contenido

1.	Resumen ejecutivo	7
1.1.	Sector y actividad económica del emprendimiento :	11
2.	Objetivo general y específicos	11
3.	Alineación de intereses propios o del equipo emprendedor con proyecto de Emprendimiento	12
4.	Modelo de negocio ampliado	13
4.1	Mi Meta	13
4.2	Descripción de modelo de negocio	14
4.3	Retos	16
4.4	Estrategias en el mediano plazo enfocadas a crecimiento, rentabilidad, supervivencia	16
4.5	Métricas por área	17
5.	Finanzas	19
5.1	Modelo financiero	19
5.2 y 5.3	Ventaja competitiva	19
5.4	Proyección financiera de crecimiento	20
5.5	Indicadores Financieros por escenarios y fuentes de financiación	20
6.	Aspectos legales	21
6.1	Estructuras de desglose de trabajo	21
6.2	Riesgos	22

6.3 Diagrama de Gantt	23
7. Estructuración de estrategia	24
7.1. Construcción del mapa de experiencia del cliente	25
7.2. Estrategia de consolidación de mercado	25
7.3. Descripción de funnel	27
7.4 Modelo y pasos de traccion comercial	29
8. Estrategia de mercadeo y comunicación	30
8.1. Propuesta de valor	30
8.2. Mensajes claves	31
8.4. Plan de mercadeo	32
9. Beneficios para la comunidad	33
9.1. Desarrollo humano:	33
9.2. Desarrollo económico:	33
9.3. Desarrollo colectivo:	34
10. Bibliografía	35

Índice de tablas.

Tabla 1. Estructuras de desglose de trabajo.....	22
Tabla 2. Diagrama de Grantt.	24
Tabla 3. Estructuración de estrategia.....	24
Tabla 4. Mapa experiencia del cliente.....	25
Tabla 5. Funnel comercial.	27
Tabla 6. Modelos y pasos de tracción comercial.....	29
Tabla 7. Plan de mercadeo.....	32

Índice de ilustraciones

Ilustración 1. Modelo de negocios.....	15
Ilustración 2. Riesgos. Elaboración propia (2021)	23

Resumen

LAUREN es un emprendimiento que se creó a partir de la necesidad de 3 jóvenes Monterianas de lograr la independencia económica mediante un negocio atractivo que tiene como misión crear experiencias fuera de lo tradicional al momento de dar y recibir un regalo, LAUREN se enfoca en crear una necesidad en los clientes de obsequiar arreglos florales que se diferencien por la elegancia y sofisticación en los empaques, la calidad de los productos es notable visiblemente y diferenciador, más que detalles, LAUREN brinda experiencias, nos gusta que nuestros clientes se sientan acompañados en todo el proceso de compra, nos diferenciamos porque brindamos un servicio personalizado y acompañamiento, analizamos las necesidades de nuestros clientes y de igual forma les ofrecemos diversas opciones que vayan acorde con lo que desean mostrar u obsequiar.

Nuestras flores son frescas y se destacan por sus colores vivos y exóticos, nuestros proveedores adquieren las rosas de floricultores colombianos que dedican su vida a cultivar rosas y flores, destacando la fauna y flora de nuestro país.

Palabras claves: Emprendimiento, negocio, regalo, flores

Abstract

LAUREN is an enterprise that was created from the need of 3 young Monterianas to achieve economic independence through an attractive business whose mission is to create experiences outside the traditional. When giving and receiving a gift, LAUREN focuses on creating a need in customers to give flower arrangements that are differentiated by the elegance and sophistication of the packaging, the quality of the products is noticeable and differentiating, more than details, LAUREN provides experiences, we like that our clients feel accompanied throughout the purchase process, we differentiate ourselves because we provide a personalized service and support, we analyze the needs of our clients and in the same way we offer them various options that are consistent with what they want show or give away. Our flowers are fresh and stand out for their bright and exotic colors, our suppliers acquire the roses from Colombian floriculturists who dedicate their lives to growing roses and flowers, highlighting the fauna and flora of our country.

Key words: Enterprise, bussines, gifts, flowers

1. Introducción

1.1. Sector y actividad económica del emprendimiento

4791 comercio al por menor realizado a través de internet, incluye: Alimentos y productos agrícolas en bruto; venta de textos escolares, libros, cuadernos escolares, venta de medicamentos y otras ventas como regalos, joyas.

2. Objetivo general y específicos

2.1. Objetivo General:

Para el año 2021 ser la empresa líder en ventas de arreglos de flores y detalles en la ciudad de Montería y Bogotá, contar con cobertura a nivel nacional, siendo una fuente de empleo que permita tener calidad y seguridad en el trabajo.

2.2. Objetivos específicos:

- Constituir legalmente Lauren
- Identificar estrategias que nos ayuden a satisfacer las necesidades de nuestros clientes.
- Crear un plan a corto plazo de los aspectos a mejorar en la experiencia de compra de nuestros clientes.
- Crear más servicios y variedades en nuestros productos que nos permitan permanecer y posteriormente liderar el mercado objetivo.

3. Alineación de intereses propios o del equipo emprendedor con proyecto de Emprendimiento

Mi nombre es Elisa Naranjo Castaño, actualmente estoy finalizando mi decimo y ultimo semestre de administración de negocios internacionales en la Universidad del Rosario, a lo largo de mi vida he tenido la oportunidad de estar constantemente relacionada con el ambiente laboral y los clientes debido a la empresa familiar, es por esto, que surgió la necesidad de generar un emprendimiento (LAUREN) que me permita independizarse económicamente y volverme un apoyo para mi familia, actualmente soy la encargada de marketing de Lauren por medio de la

plataforma Instagram, con ayuda de mi hermana y socia de Lauren que se encarga de la comunicación con los proveedores. Hemos contado con la ayuda de amigos cercanos que nos ayudado enormemente y que sin ellos no hubiese sido posible este emprendimiento ya que se encargaron de todo lo relacionado con el diseño gráfico de la empresa, que, aunque no hacen parte de la empresa, agradecemos su ayuda. Más que un negocio, este emprendimiento ha sido un logro y trabajamos diariamente en mejorar nuestra empresa para seguir construyendo este sueño que apenas empieza. Gracias al acceso a todas estas plataformas gratuitas (Instagram y Facebook) las cuales han permitido tener una excelente comunicación y acercamiento con nuestros clientes.

4. Modelo de negocio ampliado

4.1 Mi Meta

LAUREN, a pesar de ser una empresa nueva en el sector que inició en la ciudad de Bogotá, el la cual hay una alta competencia, LAUREN en su primer mes de inauguración logró obtener resultados sumamente positivos, ventas mayores a las esperadas y una gran aceptación de los clientes, en este momento, Lauren se encuentra disponible tanto en la ciudad de Bogotá, como en la ciudad de Montería, siendo nuestra meta lograr penetrar otras ciudades del país, logrando, en el transcurso, posicionarnos como la marca número uno en el mercado y los preferidos por los consumidores. Teniendo como visión iniciar este proceso principalmente en ciudades de la zona

costera de Colombia que es donde tenemos mayor facilidad de llegar, en las cuales muchas personas ya se encuentran a la expectativa del mismo.

4.2 Descripción de modelo de negocio.

Dado que Lauren fue una empresa que si bien es cierto, se creó e inauguró antes de que el COVID 19 existiese en nuestro país, la mayoría de la trayectoria que hemos tenido como empresa ha sido durante la pandemia, por esta razón, centramos nuestro modelo de negocios en estrategias digitales y de marketing que permitan mejorar los procesos de compras y las experiencias de nuestros clientes, por medio de nuestra plataforma líder (Instagram) nuestros usuarios pueden hacernos cualquier tipo de preguntas sobre las inquietudes que tengan (precios, tamaños, colores) las cuales garantizamos que serán respondidas en un lapso de tiempo menor a 30 minutos, sabemos también que muchas personas debido a su indecisión al momento de escoger un detalle, dejan para última hora el mismo, es por esto que trabajamos de la mano con nuestros proveedores y aliados para tratar de tener una disponibilidad en nuestro inventario de todos nuestros productos para poder entregarle el mejor servicio posible a nuestros clientes en el menor tiempo posible.

Debido al gran avance de la tecnología y la facilidad que tienen las personas actualmente para acceder a un dispositivo electrónico que tenga acceso a internet, las necesidades de los consumidores han cambiado y evolucionado drásticamente y rápidamente por lo cual las empresas para poder seguir en el mercado deben adaptarse a las mismas, por esta razón y en este momento donde estamos viviendo aislados debido al COVID 19, el comercio electrónico se ha vuelto el mejor aliado para muchas empresas que han debido cambiar y adaptar su sistema de negocio para seguir

funcionando por medio de la web; “Según la Presidenta Ejecutiva de la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico (CCCE), Victoria Virviescas, para finales de 2018 el crecimiento del Ecommerce incrementó alrededor de 20%. Dicha cifra se tradujo en aproximadamente 17 billones de pesos. Además, se presenta como una de las opciones más viables para generar mayores ingresos y más empleos.” (Portal Empresarial.org, 2020)

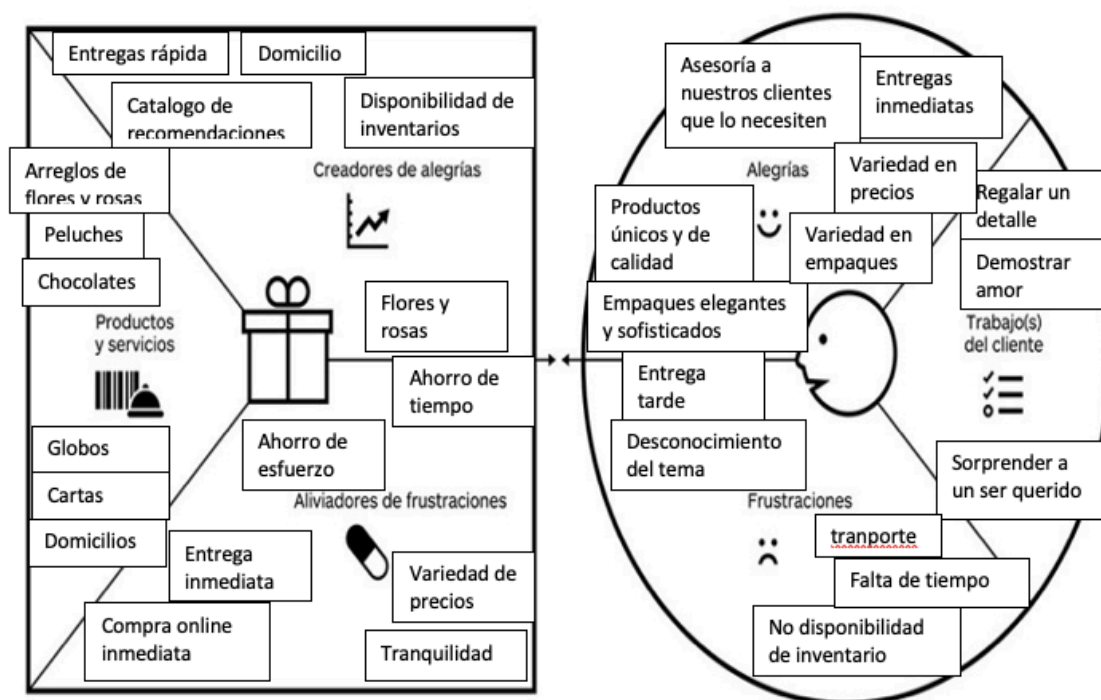


Ilustración 1. Modelo de negocios.

Elaboración propia (2021)

4.3 Retos

Uno de los mayores retos que tienen Lauren es ser líder en el mercado, ya que hay innumerables competidores en este sector, con una gran experiencia y trayectoria en el mismo.

Otro de los grandes retos es garantizar que nuestros proveedores si están obteniendo las rosas y flores de nuestros floricultores colombianos, ya que para nosotras como empresa es muy importante apoyar y promover la flora de nuestro país. De igual forma deseamos que en un futuro a mediano plazo poder abrir fronteras a países vecinos, lograr penetrar en mercados extranjeros con flores colombianas.

Por último, esperamos que al finalizar el año 2021, la empresa esté constituida legalmente bajo todos los parámetros de la ley, de igual manera, tener unos informes contables claros que nos permitan estudiar el futuro de la empresa.

4.4 Estrategias en el mediano plazo enfocadas a crecimiento, rentabilidad, supervivencia

Nuestra primera estrategia es generar alianzas con influenciadores en nuestra plataforma líder Instagram, creando espacios interactivos donde se pueda promover la marca y crecimiento de la empresa.

Como segunda estrategia crearemos tiendas físicas de Lauren donde las personas puedan ir personalmente, de igual forma crear una relación con nuestros clientes de forma más formal y tangible, mejorando la experiencia de compra y la satisfacción de nuestros consumidores,

garantizándoles siempre la variedad de productos con las que contamos y la disponibilidad de inventario.

Por último, deseamos, como se mencionó anteriormente, expandir nuestros servicios, lograr penetrar en diferentes ciudades costeras e ir paso a paso posicionándonos como la marca líder del mercado.

4.5 Métricas por área

Como emprendimiento y actualmente la pequeña empresa que somos, entendemos que uno de nuestros mayores retos y desafíos es la competencia que se encuentra en el mercado; es por esta razón que en Lauren estudiamos constantemente el mercado y las oportunidades del mismo, tratando de controlar y analizar el desempeño de la empresa en el mercado, dicho esto, Lauren se enfoca y se caracteriza por la calidad de sus productos, son materiales altamente resistentes, que no solo resaltan por la belleza del mismo sino que se destacan también por brindarle seguridad y tranquilidad a nuestros clientes.

Por otro lado, contamos con tiempos de entregas y domicilios muy cortos, siendo altamente eficiente tanto tomando los pedidos como enviando los productos al consumidor final, nos preocupamos por el tiempo de nuestros clientes y es por esto que también contamos con servicio las veinticuatro horas al día, todos los días de la semana, creemos que para enviar amor por medio de un detalle no hay una hora exacta ni una fecha especial, por esto queremos y hemos logrado siempre estar disponibles para nuestros clientes.

Hemos adaptado nuestro modelo de negocios para que pueda satisfacer las necesidades de nuestros clientes, y más en estos momentos donde debido a la pandemia que se presenta actualmente en el mundo, las personas tienen más tiempo para estar en sus celulares, estar activos en redes sociales, comprar online, buscar sitios webs de su interés y demás cosas que ha generado esta situación, es por esto que Lauren decidió mejorar sus canales digitales para ser más atractivo para nuestros clientes y mejorar los procesos de compras, domicilios y marketing; por medio de nuestra plataforma líder (Instagram) nuestros usuarios pueden hacernos cualquier tipo de preguntas sobre las inquietudes que tengan (precios, tamaños, colores) las cuales garantizamos que serán respondidas en un lapso de tiempo menor a 30 minutos, sabemos también que muchas personas debido a su indecisión al momento de escoger un detalle, dejan para última hora el mismo, es por esto que trabajamos de la mano con nuestros proveedores y aliados para tratar de tener una disponibilidad en nuestro inventario de todos nuestros productos para poder entregarle el mejor servicio posible a nuestros clientes en el menor tiempo posible.

Debido a que somos una pequeña empresa que apenas esta surgiendo y adaptándose al mercado, buscamos tener bajos costos y evitar gastos innecesarios por el momento (nomina, riesgos laborales, domiciliarios personales...), controlamos y manejamos Lauren desde nuestro hogar para evitar costos de alquileres y trabajamos dos personas que somos las fundadoras de Lauren.

5. Finanzas

5.1 Modelo financiero

Lauren se inauguró en el 8 de Marzo del 2020, el día internacional de la mujer, empezando con un capital inferior a \$400.000 pesos Colombianos, el cual fue obtenido por ahorros, logrando vender durante ese fin de semana alrededor de 1.300.000, suma que alcanzo y supero las expectativas de todas las personas involucradas, generando utilidades netas de más del 55%, Lauren con ayuda de la Universidad Del Rosario y el centro de emprendimiento, al finalizar la fase de Pre- Incubación en Mayo del 2020, alcanzó a tener ventas de \$3.500.000 en su actividad principal (venta de arreglos florales) y ventas de \$400.000 en otras actividades (domicilios). Actualmente Lauren genera más del 50% de rentabilidad y se encuentra en dos ciudades diferentes (Montería y Bogotá).

5.2 y 5.3 Ventaja competitiva

Teniendo en cuenta los costos y gastos que se generan, tenemos como estrategia obtener la mayoría de nuestros suministros en la ciudad de Bogotá, donde gracias a nuestros proveedores que nos han acompañado fielmente durante este proceso, logramos tener costos en papelería sumamente económicos y de esta forma los importamos a la ciudad de Montería con aliados que de igual manera nos generan costos bajos. Obteniendo un margen neto muy rentable y atractivo.

5.4 Proyección financiera de crecimiento

Por otro lado, debido al tamaño de la empresa todavía no requerimos personal externo por lo cual no tenemos gastos en nómina y logramos que la mayoría de nuestras utilidades sean reinvertidas y ampliar nuestro inventario, por esta razón y nuestros positivos resultados financieros que hemos obtenido, como empresa tampoco se ha tenido que involucrar en financiamientos de terceros para lograr el crecimiento y la perdurabilidad en el tiempo de Lauren.

Por último, Lauren ha venido creciendo paulatinamente durante estos meses, es por esto, que se estipula que se obtenga un crecimiento constante de 8% anualmente, logrando en el año 2021 generar ventas superiores a \$10.000.000.

5.5 Indicadores Financieros por escenarios y fuentes de financiación.

Lauren surgió económicamente gracias una pequeña inversión de \$400.000 obtenida de recursos propios, la empresa recupero el valor invertido aproximadamente a los 8 días de comenzar nuestra actividad principal y actualmente no cuenta con ninguna fuente de financiación externa, es decir, la empresa ha sido siempre sostenible y liquida para sostener y hacer crecer nuestro emprendimiento.

Lauren ha mantenido una rentabilidad un poco superior al 50% durante su trayectoria, dinero que se ha invertido en su totalidad y constantemente en el crecimiento de la empresa, mejorando el flujo de caja y asegurando la supervivencia en un futuro cercano; con el cual esperamos no tener que recurrir como se menciono anteriormente a fuentes financieras externas, por lo menos a mediano plazo.

6. Aspectos legales

6.1 Estructuras de desglose de trabajo

Para Lauren una de las prioridades que tiene a corto plazo es constituir la empresa legalmente, buscando cuidar y preservar el nombre e imagen de la marca. Siendo esta una de las metas que teníamos como objetivo cumplir en el año 2020 pero dada la situación en la que se encuentra el mundo y Colombia (COVID 19) se postergó esta tarea.

Actividad	Fecha de realización o a realizarse	Razón
Registro de marca ante la SIC, camara de comercio y DIAN y Razon Social.	Marzo 15 2021	Se registrará la marca en Marzo del 2021 con el fin de constituimos ñegalmente, convertimos en comerciantes y obtener la propiedad y derechos sobre LAUREN.
Página Web	abr-21	Apertura de página web para poder extender nuestra fronteras, ser más competitivos y tener más presencia en la web.
Establecer la política de privacidad y condiciones de compra	abr-21	Al momento de aperturar la página web, deseamos establecer legalmente en la misma las políticas de cambios, privacidad y compra
Responsabilidad social y ambiental	may-21	Obtener productos que puedan reutilizarse, reducir los desperdicios y crear productos eco Friendly.
Contratar fuerza laboral	may-21	Crear los respectivos contratos laborales, afiliación a EPS,seguridad social y riesgo en el trabajo.

Tabla 1. Estructuras de desglose de trabajo. Elaboración propia (2021)

6.2 Riesgos

Estamos en un mundo supremamente competitivo y cambiante, en Colombia se cuentan con diversos aspectos legales que se deben hacer para constituir legalmente una empresa, esto es muy importante ya que, como personas profesionales y educadas, sabemos que esta es más que una necesidad, una obligación, la cual si se evade pueda que tenga consecuencias a mediano plazo. Para Lauren lo más importante son los clientes, por esta razón también sabemos que estar constituido legalmente les brinda una confianza y tranquilidad a nuestros clientes.

Ya que creemos firmemente que Lauren será una empresa rentable y perdurable en el tiempo, queremos y necesitamos que al momento que se requiera contratar mano de obra, estas puedan tener derechos a sus beneficios y derechos, ofreciéndoles de manera correcta seguros médicos y prestaciones a toda nuestra potencia laboral.

Tabla 2. Diagrama de Grantt. Elaboración propia. (2021)

7. Estructuración de estrategia


CLIENTE: Juan es un caballero de 24 años que le encantan los detalles y sorprender a			
FOTO	Variables socio demograficas: Hombre, 24 años, Laborando.	Objetivo: Sorprender a una persona especial	Personalidad: Hombre detallista, agradecido, vanidoso, le gusta sorprender con elegancia.
	Busca verse bien en todo momento, sin perder su comodidad, seguir tendencias de moda y esta pendiente de influencers y redes sociales	Juan puede encontrar el arreglo de flores perfecto en cualquier día y a cualquier hora, variedades de empaques, precios, rosas, detalles y demas que permitiran que tome la mejor decisión al momento de sorprender a esa persona, y por ultimo, Juan no tiene que preocuparse por los trancones o el tiempo que puede tardar buscando su detalle ya que en Lauren enviamos los arreglos donde el cliente lo desee a la hora preferida del mismo.	

Tabla 3. Estructuración de estrategia. Elaboración propia (2021)

En Lauren hemos identificado nuestros potenciales clientes y trabajamos de la mano de nuestros proveedores y la ayuda y supervisión de la Universidad Del Rosario para llegar a nuestros clientes y que estos se enamoren de la marca Lauren, que queden completamente satisfechos y sean voceros de la empresa.

a. Construcción del mapa de experiencia del cliente


CLIENTE:		JUAN				
		ATENCIÓN DESCUBRIMIENTO	ATRACCIÓN EVALUACION	AVERIGUACION CONSIDERACIÓN	ACCIÓN COMPRA	APOLOGIA REFERENCIA
ETAPA	Por medio de la plataforma Instagram, observo a alguien conocido con arreglos de Lauren.	Fotos de alta calidad de toda la variedad de colores y tamaños que manejamos, junto con fotos que suben nuestros clientes mostrando su experiencia.	Experiencia que tuvo un cliente que ya haya adquirido el producto.	Pago en efectivo o/y por transferencia (Bancolombia a la mano, Nequi, Bancolombia Y BBVA)	Consejos para el buen uso de los productos y la conservación de los mismos	
	Publicidad paga de Instagram y Facebook	Foto de nuestros clientes finales	Garantías sobre calidad y el estado del producto	Pago en efectivo cuando llegue el producto al destino o comprobante de transferencia.	Encuesta de satisfacción	
	Boca a boca	Recomendaciones por medio de publicaciones de clientes y clientes finales.	acompañamiento para lograr el mejor detalle para la ocasión	Proveernos de las rosas demandadas para garantizar que se encuentren frescas y en el mejor estado.	Obsequio por adquirir más de dos productos en una compra	
POSITIVA	5	5	4	5	3	
	4					
	3					
	2					
NEGATIVA	-1	-1				
	-2					
	-3					
PROCESOS INTERNOS	Mejora de los materiales utilizados para garantizar una mejor experiencia a nuestros clientes.	Ser activo en publicaciones de Instagram y Facebook. Aprovechando la publicidad paga de estas plataformas.	Hacerle conocer a nuestros clientes la variedad de productos y precios que tenemos, junto con la calidad y uso de los mismos.	Revisión y confirmación de la transferencia realizada o el efectivo entregado.	Por medio de Instagram o WhatsApp se contacta al cliente con productos que puedan ser de su agrado.	
DOLORES IDENTIFICADOS	Competencia con mayor presencia en plataformas online.	Que el algoritmo de Instagram no nos permite ser tan vistos ya sea en el feed o en las historias.	Si el cliente sube una foto y no nos etiqueta podríamos estar perdiendo potenciales clientes (los seguidores de esa persona)	Pagos por tarjetas de créditos o plataformas como Rappi.	Si el cliente no sube una foto a Instagram no tenemos certeza si el cliente final estuvo satisfecho o no.	
OPORTUNIDADES DE MEJORA	Hacernos conocer más en las redes, alto mercado por explorar.	Crear diversos metodos atractivos (GiveAway, Colaboraciones) que sean de gusto para nuestros potenciales clientes.	Local físico que permita un servicio más personalizado y alcance de todos.	Diferentes opciones de pago para el	Persona contratada para servicio al cliente y comunicación constante con nuestros clientes previos.	

Tabla 4. Mapa experiencia del cliente. Elaboración propia (2021)

7.2. Estrategia de consolidación de mercado

Los early adopters son los clientes más importantes al momento de crear una empresa ya que son estos los que promoverán el crecimiento de esta mediante su capacidad de influenciar a otras personas, “Estas tienden a ser las personas más influyentes dentro de cualquier espacio de

mercado y a menudo tendrán un grado de "liderazgo de pensamiento" para otros posibles adoptantes.” (Interaction design, 2019)

Este tipo de cliente cuenta con características específicas que permitirán diferenciarse sobre los demás clientes, suelen ser personas que les gusta compartir contenido en las redes sociales, no tienen que ser necesariamente “influenciadores” o Instagramers pero sí es importante que sean activos en las redes sociales, también se caracterizan por tener un estatus social considerablemente alto, personas capacitadas/estudiadas y que basan sus decisiones en pensamientos razonables, es decir, miden el riesgo y las ganancias de obtener o no un producto. Es por esto que en Lauren nos enfocamos en este tipo de clientes, debido a que nuestro modelo de negocio está enfocado en plataformas digitales y marketing en redes sociales, en Lauren trabajamos arduamente diariamente para identificar y posteriormente suplir las necesidades del mercado, logrando la máxima satisfacción posible y una excelente experiencia.

b. Descripción de funnel



 FUNNEL COMERCIAL				
	QUIEN LO HACE	QUE ACCION OFFLINE	QUE ACCION ONLINE	CONSUMO MASIVO
ATENCION Me conoce	Elisa	Crear curiosidad e intriga por los productos.	<u>Publicidad paga de Instagram</u> <u>Publicaciones en Twitter</u> <u>Colaboraciones influencers</u> <u>Giveaways</u>	Atraer
ATRACCION Le gusto	Elisa	Recomendaciones por medio del voz a voz de personas que hayan estado en contacto con el producto (no tienen que ser clientes obligatoriamente)	<u>Experiencia de clientes finales por medio de fotos</u> <u>Imagenes atractivas de alta calidad mostrando los productos</u>	Interesar
AVERIGUACIÓN Le respondo	Elisa	Atención personalizada según necesidades de los clientes.	<u>Respuesta rápida</u> <u>Acompañamiento y asesoría para mejor experiencia en compra.</u> <u>Servicio las 24 horas del día</u>	Desear
ACCION Me Compra	Elisa	Generar confianza en los clientes para que se sientan cómodos y seguros.	Instrucciones ilustradas del proceso y condiciones de las compras y métodos de pagos.	Vender
APOLOGÍA Me Recomienda	Elisa	Experiencias contadas de clientes y clientes finales.	Historias destacadas de post de clientes que nos recomendaron en sus redes y estaban satisfechos.	Fidelizar

Tabla 5. Funnel comercial. Elaboración propia (2021)

Como se ha mencionado en repetidas anteriormente, basado en nuestro modelo de negocio y estrategias digitales, centraremos nuestra atención en plataformas como Instagram, Facebook y twitter, teniendo una primera relación con nuestros potenciales clientes por medio de publicidad pagada de Instagram y Twitter, tambien se implementaran colaboraciones con influenciadores para promover la marca y espacios interactivos donde podamos identificar a nuestros potenciales consumidores; Lauren como empresa se esfuerza arduamente para que sus clientes queden completamente satisfechos, superando las expectativas de los mismos, por esta razón cuidamos que nuestros consumidores al momento de ser voceros de nuestros productos y la calidad de los ellos hablen con total agrado, sin embargo también contamos en nuestra plataforma de Instagram una gran variedad de fotos donde los clientes se sienten atraídas visualmente.

Una de las propuestas de valor es el servicio personalizado que manejamos con nuestros clientes, contamos con un catalogo para que el cliente al momento de hacer la compra se sienta 100% seguro y confiado de que tomó la mejor decisión según sus gustos y necesidades, contando con una rápida respuesta en nuestras redes sociales y un servicio las 24 horas del día. Aunque las personas cada vez se sienten más confiadas en hacer pagos por medio de internet, hay muchas que cuando estos pagos no se realizan a través de las plataformas conocidas actualmente (PayPal) no se sienten tan seguros al momento de realizar el pago, es importante para nosotros que nuestros clientes se sientan seguros y confiados al momento de hacer el pago, ya sea online o presencial.

Por último, en nuestra plataforma de Instagram también contamos con una sesión de historias destacadas en la cual nuestros consumidores comparten por medio de fotos y post la experiencia y satisfacción que obtuvieron comprando los productos en Lauren.

7.4 Modelo y pasos de tracción comercial

Generar oportunidad	Publicidad en redes sociales y paginas Web		Interes
	Fotografias profesionales y llamativas		
	E marketing		
	Influencers de plataformas digitales		
Calificación Prospecto	Mediante el voz a voz se conozca la satisfacción de los clientes	Historias o fotos subidas por clientes, mostrando el producto y dando su opinion del mismo	Consideración
		Pruebas de satisfacción por medios de correos electronicos o mensajes	
Análisis de Necesidad	Procesos de compra y acompañamiento a los clientes, creando confianza en los mismos.	Acompañamiento personalizado en el proceso de compra	Prueba
		Recomendaciones y catalogos para que los clientes tomen las mejores decisiones basados en su necesidad.	
Cierre de Compra	Metodos de pagos confiables y reconocidos y proceso de compra sencillo.	Dejarle a conocer a nuestros clientes las politicas de compra de la empresa, teniendo en cuenta el pago anticipado que debe realizarse y el pago despues de recibir el producto.	Compra
Generación de recompra	Satisfacción de nuestros clientes teniendo en cuenta las respectivas retroalimentaciones de los mismos.	Contenido de clientes mostrando su experiencia y recomendando los productos por medio de fotos, videos o mensajes.	Recompra

Tabla 6. Modelos y pasos de tracción comercial. Elaboración Propia (2021)

8. Estrategia de mercadeo y comunicación

a. Propuesta de valor



Ilustración 3. Propuesta de valor.

Elaboración propia (2021)

En Lauren más que vender rosas o detalles como cualquier otra empresa, brindamos un servicio completo a nuestros clientes, iniciando con un acompañamiento personalizado durante el proceso de compra el cual consiste en ayudar o asesorar (a los clientes que lo requieran) por medio de recomendaciones que se basaran en las necesidades de nuestros clientes, posteriormente se mantendrá una comunicación constante con nuestros clientes para ir mostrándoles por medio de fotos de cómo va quedando su producto y así mismo poder asegurar la satisfacción del cliente, ya finalizado el proceso de compra se envía junto con el producto como debe ser el cuidado del mismo para lograr su conservación y por último por medio de un caluroso mensaje nos aseguramos de que el cliente se haya sentido satisfecho, agradeciendo

por la confianza que puso en nosotros y ofreciéndonles nuestros servicios para una próxima ocasión.

b. Mensajes claves

En la actualidad comprar rosas o un arreglo, no es solo dar un detalle, es transmitir un mensaje, es por esto por lo que en Lauren y gracias a nuestros acompañamientos personalizados y recomendaciones podemos permitirles a nuestros clientes expresarse de la manera que lo deseen, desde decir un “te amo” hasta un “lo siento”. Nuestra marca transmite elegancia y sofisticación, nos gusta que nuestros clientes se sientan exclusivos, por esto tenemos un gran estándar de calidad en nuestros productos, garantizando la mejor experiencia al adquirir alguno de ellos.

c. Plan de mercado

1.	Objetivo:	Duplicar ventas para el mes de diciembre, generando ventas de \$4.000.000	
2.	Tiempo:	Noviembre, Diciembre del 2020	La uren se diferencia notoriamente por la calidad y belleza de nuestros empaques y papeles que utilizamos para nuestros ramos (los cuales son innovadores y somos la única empresa que los utiliza en el mercado, en este caso, en Bogotá), teniendo en cuenta la calidad de este, su resistencia a la agua y a movimientos bruscos, los cuales les permiten a nuestros clientes que se sientan seguros y únicos al momento de tener sus arreglos.
3.	Misión & Visión (Propuesta de valor)	La uren es una empresa que se dedica a repartir a mor a través de detalles, contamos con los arreglos de flores más elegantes y sofisticados, diferenciándonos por nuestros atractivos empaques.	Tienda de detalles, arreglos florales, decoración y eventos
4.	Segmentación & Target	Segmento 1: Hombres y mujeres, de esta o 4, 5 y 6, que residan en la ciudad de Bogotá y/o Montería, que tienen tendencia de buscar a través de redes sociales las mejores opciones para solucionar sus problemas, tienden a pagar emprendimientos y mirar referencias o comentarios de las experiencias de otros que ya hayan comprado el producto, son personas activas en sus redes sociales y les importa mucho que algo se vea bonito, les gusta pagar los productos más llamativos y diferentes (en su mayoría costosos) para sentirse bien al momento de dar un detalle.	Arreglos florales diversos, variedad de presentaciones y precios, respuesta rápida, buena experiencia de compra, opciones de envíos y domicilios.
		Segmento 2: Hombres que vivan en Montería o Bogotá, que tengan entre 20-40 años, les guste dar detalles y sorprender de forma tradicional y a la vez innovadora a sus seres queridos, que busquen exclusividad y elegancia para sentirse especiales y diferentes.	Arreglos florales exclusivos, variedad de presentaciones y precios, respuesta rápida, buena experiencia de compra, opciones de envíos y domicilios.
5.	Entorno & Benchmarking	Fortaleza competidores: Experiencia en el mercado lo que les permite un buen posicionamiento en el mismo, alta preferencia de los clientes hacia marcas con trayectoria y confiables, presencia en paginas Web con publicidad pagada en google, establecimientos físicos.	"En La uren has tu pedido en instantes, con acompañamiento y recomendaciones de personas con conocimientos en rosas y sentimientos, experiencia a mena y disponibilidad las 24 horas del día"
		Debilidades competidores: Empaque poco resistentes y no re-utilizables, precios muy altos en envíos nacionales o locales, tiempo de respuesta lento.	
6.	Modelo de ventas	Venta online de arreglos florales y detalles, por medio de plataformas como Instagram, WhatsApp y Facebook.	
7.	Lanzamiento	Colección y Diseños de Navidad en todos nuestros productos, promocionados en Instagram con ayuda de la publicidad paga de la misma.	En el especial de navidad nuestros productos tendrán precios y diseños especiales, queremos brindar un detalle diferente para el mes de Diciembre, que las personas con arreglos de La uren se llenen de felicidad y esperanza, queremos que nuestras flores y arreglos se encuentren en los centros de mesas en las cenas navideñas, que sea un regalo para todos los miembros de la familia. Brindaremos paquetes de rosas que sean parte de la decoración navideña en las casas de nuestros clientes y que La uren sea parte de su navidad. Esto se promocionara por plataformas online tales como Instagram, Facebook y WhatsApp.
8.	Equipo necesario	Fotografía y edición, apoyo en Marketing digital, Publicidad paga en Instagram	
9.	Presupuesto	\$600000	

Tabla 7. Plan de mercadeo. Elaboración propia (2021)

9. Beneficios para la comunidad

9.1. Desarrollo humano:

Aunque actualmente Lauren no encuentra con empleados independientes, en un futuro cercano, deseamos que nuestra fuerza laboral sean personas cabezas de hogar, las cuales se identifique con la marca y se apasionen por nuestras hermosas flores, permitiéndole y brindándole a estas personas un trabajo de calidad, donde más que la remuneración económica que recibirán, sean parte de nuestra familia Lauren. Primeramente, queremos empezar a desarrollar la empresa en la ciudad de Montería, capacitando y reclutando a madres cabezas de familias que no tengas muchas oportunidades laborales para poder brindarle un futuro, necesitando a personas comprometidas y que vean la empresa como un segundo hogar, mas que como un trabajo.

9.2. Desarrollo económico:

Contamos con varios proveedores tanto de rosas y flores como de papelerías, tratamos de adquirir nuestros productos de personas con pequeñas empresas y adquirir nuestra fauna de floricultores colombianos, deseamos que la gente aprecie tangible e intangiblemente la belleza de la fauna y flora colombiana, promoviendo estas bellezas naturales como lo son las rosas y esperando que lleguen a manos de personas que las aprecien. Como empresa, con una gran visión y futuro, nuestro deseo es crear empleos de calidad, que nuestra futura fuerza laboral se le

garanticen todos sus beneficios y contratar personas locales tanto en la ciudad de Bogotá y Montería las cuales necesitan del empleo, contribuyendo nuestro granito de arena, por más mínimo que sea al crecimiento económico de las ciudades (Montería y Bogotá) y del país.

9.3. Desarrollo colectivo:

Dando amor, en Lauren, más que generar lucrarse económicamente, entendemos y nos apasionamos por la necesidad que tienen las personas por demostrar sus sentimientos, creemos fielmente que el amor hace la fuerza y nos encanta ser partícipes de innumerables escenas donde el amor y el cariño son los sentimientos que llenan a las personas y las unen. Esperamos poder seguir llegar a muchas personas y promover el amor y la unión de parejas y familias. Queremos que nuestros arreglos florales se encuentren en las casas de las familias colombianas como centros de mesa, también participar en eventos románticos donde prima el amor, que cuando las personas quieran demostrar sus sentimientos, sea a través de Lauren.

10. Bibliografía

Interaction design. (octubre de 2019). Obtenido de Understanding Early Adopters and Customer Adoption Patterns: <https://www.interaction-design.org/literature/article/understanding-early-adopters-and-customer-adoption-patterns>

Portal Empresarial.org. (marzo de 2020). *Tendencias para el comercio electrónico durante el 2020 en Colombia.* Obtenido de Portal Empresarial.org: <https://portalesempresarial.org/mercadeo/estrategias/tendencias-para-el-comercio-electronico-durante-el-2020-en-colombia/>