



COFFE GOURMET EXPRESS

APLICACIÓN MÓVIL

OPCIÓN DE GRADO I

CREACIÓN DE EMPRESA

Presentado por

STEFANY LORENA CASTAÑEDA LEMUS

EDWIN ANDRÉS BERNAL CÁRDENAS

ALEJANDRA NIÑO

Tutor

RAFAEL ALBERTO GALVIS GARZÓN

CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR

ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

## Tabla de contenido

Introducción	1
Justificación	2
Customer development	3
Pentágono de perfilación de clientes	3
Identificación de las necesidades de stakeholder	3
Soluciones actuales:	3
Inconformidades/frustraciones:	4
Mercado:	4
Validación del pentágono de perfilación de clientes	5
Entrevista	5
Resultados de la información recolecta	6
Análisis de los resultados	6
Resultados de la información	8
Segmentación de Mercado	9
<b>Geográfica</b>	9
<b>Demográficas</b>	9
<b>Pictográficas</b>	9
<b>Conductuales</b>	9
Prototipo	10
Ficha Técnica Del Producto	11
Plano del producto	12
Descripción del producto	13
Matriz estratégica	14
Misión	14
Visión	15
Objetivos General	15
Objetivos específicos.	15
Principios y valores	15
Principios.	15
Valores.	16
Análisis Pest	17
Análisis de Porter	18
Amenaza de nuevos competidores	18

Amenaza de productos o servicios sustitutos	18
Rivalidad entre los competidores actuales	18
Poder de negociación de los clientes	18
Poder de negociación de los proveedores	18
Matriz FODA	19
Factores Internos	19
Factores Externos	19
Conclusiones	20

## **Introducción**

El presente proyecto consiste en el diseño del plan de negocio para la creación de una empresa comercializadora de café gourmet, 100% colombiano, premiado como tasa a la excelencia por la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia. La intención es comercializar el café molido tradicional y se le agregará la innovación, también se pretende brindar asesorías de que café es del agrado de cada persona diferenciador de los demás ofrecidos en el mercado, pues hasta el momento no existe un café gourmet al paso.

Los objetivos de este plan de negocios se centran en desarrollar el estudio de mercados que permita identificar la demanda de este producto y así saber que acogida tendrá en el mercado y en qué necesidad nos centraremos.

Este negocio será liderado por personal excelentemente capacitadas tanto en asesorías como en la preparación y entrega del producto con el fin de brindar tanto un buen producto como servicio.

### **Justificación**

El momento en el que surge la idea de crear una empresa de café gourmet con alta calidad 100% colombiano, e innovador debido a su sabor natural incorporado, y que reúna ciertas características inherentes al creador de empresa, no solo nace para el beneficio de unos cuantos que en este caso serían los comerciantes, estudiantes y personas que transitan en el sector de chapinero, sino que también se convierte en la oportunidad de que el consumidor deguste una bebida con calidad y que en su totalidad sea producida en Colombia sin necesidad de invertir un gran porcentaje de su tiempo para poder disfrutarla, ya que la mayoría de colombianos no se percatan de que el café que están consumiendo no es el mejor café del mundo (café colombiano), y que en cambio si están consumiendo la mezcla de cafés de 3 o más países, pues en el caso de los caficultores colombianos eligen vender más del 95% de la cosecha a otros países, teniendo en cuenta que ellos lo pueden pagar más caro que el colombiano común. Desde el punto de vista empresarial es muy buen negocio exportar casi la totalidad del café producido, pero no es razonable que el café colombiano se disfrute en el resto del mundo y no donde se produce. Ahora. Ofrecer un café gourmet, 100% colombiano, y adicionarle un valor agregado como gran variedad y una excelente atención y servicio, al estilo del café al paso, es un atributo y una oportunidad para invitar al consumidor a conocer un café que le ofrezca un delicioso sabor, aroma, origen y calidad gourmet acompañado de un precio justo, cumpliendo con las expectativas de aquel que se encuentra insatisfecho con la calidad de los productos que ofrece el mercado, o descontento al pagar el alto costo de los que cumplen con sus necesidades. Otra justificación para la creación de esta empresa es la necesidad de incentivar el consumo de café que por estas épocas, es de 1,8 kilos por persona al año, lo cual concluye que Colombia es uno de los países con menos consumo per cápita en todo el mundo comparado con Brasil, donde el consumo pasó de 2,4 kilos por persona al año en 1986, a niveles de 6,0 kilos en un plazo de 20 años. (R, 2011) Sería muy gratificante poder liderar una empresa familiar en la que se pueda no solo garantizar el retorno monetario a los accionistas, sino también generar un desarrollo sostenible tanto en la producción como en las ventas y recurso humano, ayudando a cumplir cabalmente con las estrategias propuestas en el presente plan de negocios, de tal manera que Café del Eje esté posicionado en el mercado a mediano plazo, como una empresa con buen nombre reconocida por su calidad.

## **Customer development**

### **Pentágono de perfilación de clientes**

#### **Hipótesis.**

*Creemos que el cliente puede disfrutar de variedad de café en un tiempo menor al que se da en un establecimiento será un producto de alta calidad y se brindara una completa asesoría para elegir al mejor.*

### **Identificación de las necesidades de stakeholder**

- El tiempo de espera en un gran establecimiento de café gourmet es extenso.
- No hay una prueba previa para saber la calidad del producto.
- La única forma de conseguir un café gourmet es un establecimiento.
- No se brindan ningún tipo de asesorías para el tipo de café.

#### **Hipótesis.**

*Creemos que en la actualidad solo se puede conseguir un café gourmet en un establecimiento donde el cliente compra prácticamente a ciegas el producto y en un tiempo bastante significativo.*

### **Beneficios/expectativas de resultado:**

- Brindar un precio justo.
- Ofrecer un producto diferente al café tradicional.
- Ahorrar el tiempo del cliente en el desplazamiento a un establecimiento.
- Que el cliente disfrute de un buen café.

### **Soluciones actuales:**

#### **Hipótesis.**

*Creemos que el servicio que vamos a ofrecer supera las expectativas del cliente ya que como la modalidad al paso de un café gourmet no es frecuente, podemos llegar a una gran cantidad de personas que se ahorrarán tiempo dinero y disfrutarán del mejor café gourmet.*

### **Identificación de soluciones actuales**

- Los carritos que pasan ofreciendo tinto tienda a tienda son una solución a esto ya que ofrecen de igual manera una atención puerta a puerta.

### **Inconformidades/frustraciones:**

#### **Hipótesis.**

*Creemos que el mercado en Bogotá no cuenta con una alternativa para consumir un café gourmet al paso podemos concluir que no hay un competidor directo para CAFFE GOURMET EXPRESS por lo anterior se debe analizar como competencia los productos y servicios sustituidos como por ejemplo; Locales, cafeterías, estaciones de servicio que ofrecen café para llevar.*

### **Análisis de frustraciones, inconformidades, limitaciones**

- Precios muy caros.
- Tiempo de espera significativa.
- Largo desplazamiento para conseguir el producto.
- No hay asesorías.
- No hay pruebas previas del producto.

### **Mercado:**

#### **Hipótesis.**

*Calculamos que el mercado que se va manejar será en la ciudad de Bogotá mas exactamente en el barrio de chapinero con un promedio de 166000 habitantes en el sector.*

- TAM: el consumo de café de un colombiano promedio es de dos a seis taza de café en el día es decir alrededor de 1250 millones de tazas de café al año.
- SAM: comenzando nos centraremos en el barrio chapinero en el cual hay 166000 habitantes otro y más de 500000 flotantes.
- SOM: Tendremos como salida chapinero donde se encuentra la mayor parte de comerciantes y estudiantes los cuales le es indispensable una taza café en cualquier momento del día.

## Validación del pentágono de perfilación de clientes

### Entrevista

Buenos días / tardes. Estamos realizando la siguiente encuesta, con el objetivo de conocer su opinión, a cerca del lanzamiento de un nuevo producto. Su opinión será muy útil para definir las características y el precio que más se acerque a sus necesidades. De esta forma podemos ofrecerle un producto de excelente calidad y con un muy buen servicio para que usted como consumidor este satisfecho.

Nombre \_\_\_\_\_ fecha \_\_\_\_\_

1. ¿Con que frecuencia consume café?
  - a. De una a dos veces en el día
  - b. De tres a cinco veces en el día
  - c. Más veces en el día.
  - d. No consume café
  
2. ¿Le parece llamativo la modalidad de llevar el producto?  
SI    NO
  
3. ¿Cuál de los siguientes aspectos le atraen del producto?
  - a. Facilidad
  - b. Precio
  - c. Diseño
  - d. Calidad
  - e. Tiempo
  
4. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el producto?
  - a. \$ 1.000
  - b. \$ 1.500
  - c. \$ 2.000
  - d. \$ 3.000

5. Si nuestro nuevo producto estuviera disponible hoy, ¿qué tan probable es que lo recomiende a otros?

- a. Muy probable
- b. Probablemente
- c. Es poco probable
- d. No es nada probable
- e. No lo sé

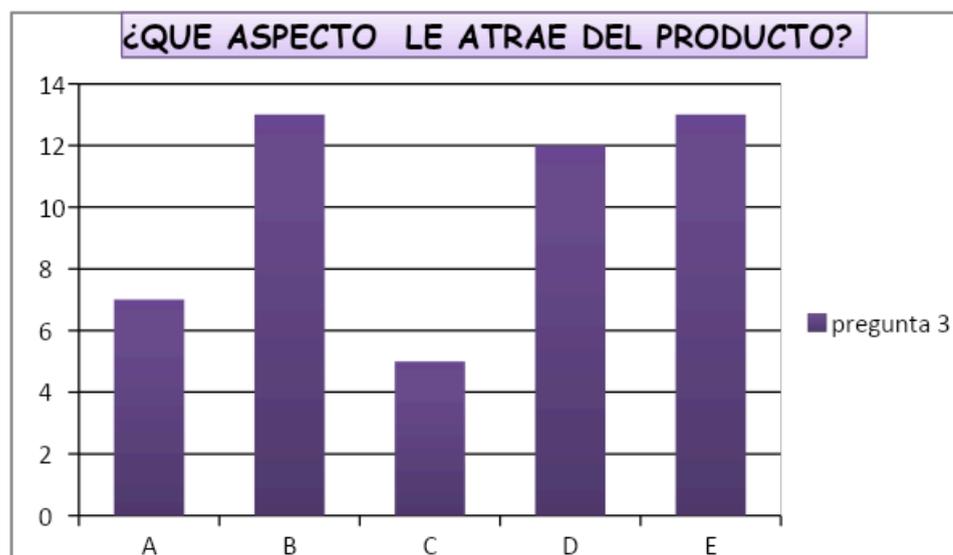
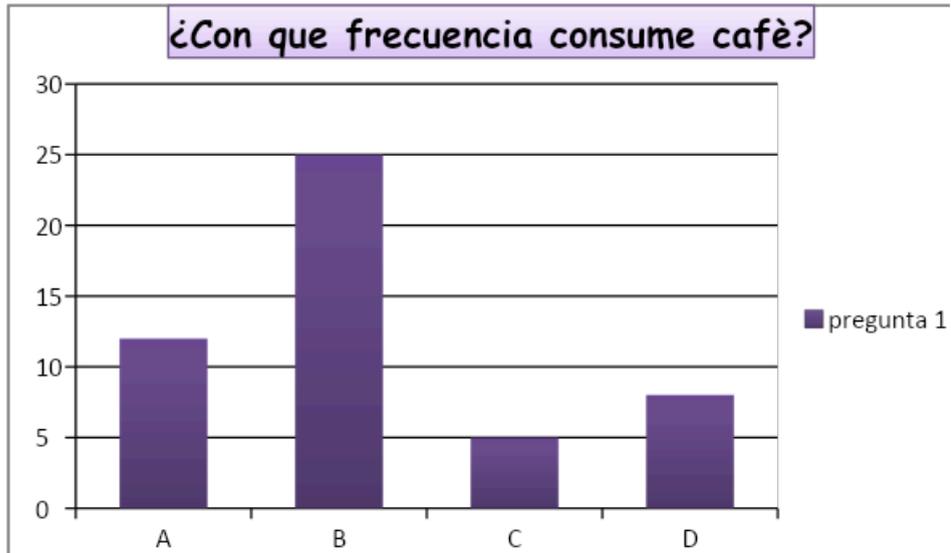
La encuesta ha concluido, muchas gracias por tu participación.

### Resultados de la información recolecta

	<b>Pregunta 1</b>	<b>Pregunta 3</b>	<b>Pregunta 4</b>	<b>Pregunta 5</b>
<b>A</b>	12	7	25	30
<b>B</b>	25	13	15	15
<b>C</b>	5	5	5	3
<b>D</b>	8	12	5	1
<b>E</b>		13		1
<b>TOTAL</b>	<b>50</b>	<b>50</b>	<b>50</b>	<b>50</b>

	<b>PREGUNTA 2</b>
<b>SI</b>	45
<b>NO</b>	5
<b>TOTAL</b>	<b>50</b>

## Análisis de los resultados





### Resultados de la información

En conclusión a la interpretación de la encuesta podemos decir que el producto tendría una buena acogida ante los clientes ya que se está llevando de una manera más eficiente y eficaz a cada persona, además de esto el precio está muy acorde al cliente y se presume tendremos la posibilidad de hacer propaganda mediante el llamado voz a voz el cual atraerá más clientes a probar nuestro producto.

## Segmentación de Mercado

### Geográfica

- Predomina la presencia de la empresa en Colombia.
- Inicialmente en la ciudad de Bogotá, en la zona de chapinero.
- Territorio urbano con un área de 1.234,71 ha (32%), chapinero cuenta con aproximadamente con 166 000 habitantes y una población flotante de más de 500 000 personas.
- La oferta cultural de Chapinero es amplia, declarada –zona de interés cultural- cuenta con un buen número de reconocidos artistas, academias de artes y aficionados que viven o trabajan en la localidad.

*Cifras realizadas en 2016*

### Demográficas

- Nuestro producto va dirigido entre personas con edades que oscilen entre los 18 a 70<sup>a</sup> años de edad.
- Que estén entre hombre y mujeres, con mayor presencia de hombres.
- Predominantemente que sean de cogota Colombia.
- Profesionales con títulos universitarios o postgrado, técnicos, tecnólogos, comerciantes y visitantes.

### Pictográficas

- Nuestro producto ira dirigido a las clases, alta, media alta, media, y media baja principalmente.
- Ejecutivos, comerciantes, profesionales y estudiantes.
- Saciables, amantes al café, amigables, divertidos y dispuestos a conocer un mejor y excelente producto.

### Conductuales

- Hombres y mujeres que trasnochen que sean estudiantes, que les guste los nuevos sabores, comerciantes o trabajadores que quieran hacer más productivo su día y que por supuesto sean amantes a las nuevas experiencias, visitantes del sector que quieran compartir un rato agradable con su acompañante o para los que constantemente padecen de frio.

## **Prototipo**

**Coffe Gourmet Express** es una empresa que ofrecerá una variedad de café gourmet y será al paso para la facilidad del cliente en no tener que desplazarse a un establecimiento, se tendrá personal capacitado para dar una asesoría del tipo de café que para el cliente.

En la actualidad solo se consigue café gourmet en un establecimiento en el cual tardara demasiado tiempo en ser atendido más el tiempo que se tarden en despachar el producto y con unos precios exagerados, por este motivo decidimos ahorrar el tiempo del cliente y su facilidad para adquirir un producto como lo es el café gourmet.

Ficha Técnica Del Producto

 <p>COFFEE GOURMET -EXPRESS- -PARA MOMENTOS FELICES-</p>	<p><b>FICHA TECNICA</b></p>
---	-----------------------------

<p><b>NOMBRE DEL PRODUCTO</b></p>	<p>Coffe Gourmet Express</p>	
<p><b>DESCRIPCION DEL PRODUCTO</b></p>	<p>Café gourmet al gusto del consumidor</p>	
<p><b>LUGAR DE ELABORACION</b></p>	<p>El producto sera elaborado en Bogotá D.C en el barrio Chapinero.</p>	
<p><b>COMPOSICION NUTRICIONAL</b></p>	<p>Valor energetico</p>	<p>358 kcal</p>
	<p>Grasas</p>	<p>16,40 g</p>
	<p>Acidos grasos</p>	<p>6,95 g</p>
	<p>Hidratos de carbono</p>	<p>10,55 g</p>
	<p>Azucares</p>	<p>1,50 g</p>
	<p>Proteinas</p>	<p>15,52 g</p>
<p><b>CARACTERISTICAS</b></p>	<p>producto 100% colombiano con excelente presentacion, buen sabor y</p>	
<p><b>PRODUCTO</b></p>		

## Plano del producto

### Descripción del producto



**Coffe Gourmet Express** es una empresa que ofrecerá una variedad de café gourmet y será al paso para la facilidad del cliente en no tener que desplazarse a un establecimiento, se tendrá personal capacitado para dar una asesoría del tipo de café que para el cliente.

En la actualidad solo se consigue café gourmet en un establecimiento en el cual tardara demasiado tiempo en ser atendido más el tiempo que se tarden en despachar el producto y con unos precios exagerados, por este motivo decidimos ahorrar el tiempo del cliente y su facilidad para adquirir un producto como lo es el café gourmet

## **Matriz estratégica**

**Misión**

Influir en el desarrollo del mercado del Café Gourmet con nuestra experiencia, conocimientos, innovación, producto y servicios con los clientes, siendo capaces de anticiparnos a los cambios en la sociedad, y aportándoles un café de total calidad y diferente sabor con respecto a nuestros competidores directos.

### **Visión**

En el 2020 estaremos posicionados como líderes en el mercado local reconocidos como el mejor COFFE GOURMET y crecer con el tiempo como empresa líder, llevando nuestro plan de trabajo y experiencia al mercado nacional, conservando nuestras fortalezas y ampliando nuestras alternativas de mejora para mantener la atracción y preferencia de nuestros clientes, proyectando un crecimiento constante.

### **Objetivos General**

Posicionar a COFFE GOURMET como una marca reconocida a nivel nacional por ser una de las comercializadoras de coffe al paso, 100% colombiano, donde se quiere Construir y consolidar una cultura orientada al servicio y la innovación y la buena calidad.

#### **Objetivos específicos.**

- ✓ Esperamos lograr la aceptación del mercado ofreciendo, no solo un gran sabor, sino un agradable olor que representa la calidad de nuestro Café gourmet.
- ✓ Imponer una tendencia de consumo novedosa, rentable y respetuosa del medio ambiente.
- ✓ Incrementar mensualmente el margen de ingresos de una manera responsable y proactiva.
- ✓ Ofrecer alternativas de consumo saludables con asesorías para cada persona.
- ✓ Generar una experiencia empresarial diferente.

### **Principios y valores**

#### **Principios.**

- ✓ **Vocación de servicio:** los miembros de nuestra compañía actuaran con amabilidad y con preocupación por satisfacer las necesidades del cliente, manteniendo una buena relación tanto con los clientes como con sus compañeros.
- ✓ **Credibilidad:** Queremos que los actos de nuestro personal genere confianza en la labor que están realizando.
- ✓ **Transparencia:** actuar con claridad rectitud y seriedad respecto al manejo de los recursos y de la información para la rendición de cuentas a todos los miembros de nuestra compañía.
- ✓ **Compromiso:** Trabajar responsablemente en el desarrollo de la Misión y para el cumplimiento de la Visión.
- ✓ **Respeto:** todos los integrantes de la compañía son importantes y por tal motivo merecen un trato digno, reconociendo y respetando los diferentes puntos de vista o posiciones particulares.

## Valores.

- ✓ **Responsabilidad:** Los miembros de la compañía deberán actuar con responsabilidad en el funcionamiento, fortalecimiento, promoción y distribución para garantizar una buena imagen y competitividad en el mercado.
- ✓ **Solidaridad:** Poder fomentar una buena relación entre los miembros de la compañía y ayudar a animarles y enfocar el buen desempeño en sus labores.
- ✓ **Democracia:** es fundamental contar con la participación democrática de las personas que hacen parte de la compañía.
- ✓ **Igualdad:** se pretende que los miembros tengan los mismos derechos a participar, ser informados de las novedades, e involucrarlos en las decisiones de la empresa.
- ✓ **Puntualidad:** Se pretende que todos los miembros mantengan una puntualidad tanto en sus labores como en el servicio al cliente

## Análisis Pest



## **Análisis de Porter**

### **Amenaza de nuevos competidores**

- Cafeterías
- Carros Informales de venta de café
- Marcas propias de café gourmet

### **Amenaza de productos o servicios sustitutos**

- Chocolate
- Café instantáneo
- Bebidas energéticas
- Jugos
- Té

### **Rivalidad entre los competidores actuales**

La venta de café en Colombia está dominada por grandes superficies las cuales son reconocidas a nivel mundial y tiene una gran trayectoria en el mercado las cuales son construidas principalmente por Juan Valdez seguida por Starbucks.

Esta rivalidad nos da entrada fácil al mercado ya que ofreceremos el producto de excelente calidad y además de eso el cliente ahorrara tiempo en la compra de uno del producto, ya que no tendrá que desplazarse a un establecimiento.

### **Poder de negociación de los clientes**

- El cliente puede escoger el sabor que prefiera en ya que como se ha nombrado anteriormente hay gran variedad de productos sustitutos.
- El costo para el cliente es mínimo ya que hay gran variedad de ofertas disponibles.
- Los clientes solicitan pruebas o ven la mejor propuesta de producto para escoger la mejor opción que les parezca.

### **Poder de negociación de los proveedores**

- Café 100% colombiano certificado por la asociación nacional de cafeteros
- Productos adicionales con un buena calidad
- Precios estables para la compra de materia prima

## **Matriz FODA**

### **Factores Internos**

#### **Debilidades**

- Altos costos de producción
- Poca publicidad
- Posicionamiento
- La gran demanda en el mercado

#### **Fortalezas**

- Productos 100% naturales
- Conocimiento en el área financiera y administrativa
- Exclusividad en la fabricación del producto
- Alta calidad en los productos
- Personal capacitado

### **Factores Externos**

#### **Amenazas**

- Grandes competencias
- Proyecto fácil de imitar
- Alza de precios de la materia prima
- Falta de reconocimiento en el mercado

#### **Oportunidades**

- Probabilidad de incursionar en nuevos mercados
- El consumidor está dispuesto a probar algo novedoso
- Buena zona comercial
- Creación de nuevos empleos
- Variedad de productos

## **Conclusiones**

Mediante el estudio de perfilación de cliente la segmentación del mercado y la encuesta que se realizó para el producto de Coffe gourmet se determinó que el cliente estaría dispuesto a adquirir el producto por la facilidad que se le brinda y el excelente servicio y producto, agradeciendo el ahorro de tiempo que se le está brindando con el producto, también evidenciamos que se puede empezar a remplaza las cafeterías ya que vamos al paso y eso les agrada al cliente.

Aunque es un tipo de servicio nuevo creemos que será muy buen aceptado, y tendremos personal capacitado para brindar asesorías para el consumo del café gourmet con variedad de presentaciones.

## **Bibliografía**

[http://www.cafedecolombia.com/particulares/es/sobre\\_el\\_cafe/mucho\\_mas\\_que\\_una\\_bebida/economia\\_institucional\\_del\\_cafe/](http://www.cafedecolombia.com/particulares/es/sobre_el_cafe/mucho_mas_que_una_bebida/economia_institucional_del_cafe/)

<http://www.5fuerzasdeporter.com/>

<http://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/es/localidades/chapinero>