

NOCHE DE CAFÉ

OPCIÓN DE GRADO 2 – CREACIÓN DE EMPRESA

NOCHE DE CAFÉ

JONATHAN STIVEN SÁNCHEZ GÁMEZ
SEBASTIAN PERALTA CAVIEDES
YESENIA MARTÍNEZ AMAYA

CUN - CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Bogotá D.C, 2018

Contenido

UNIDAD No. 1	8
PRESENTACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIO	8
INTRODUCCIÓN	8
MISIÓN	8
VISIÓN	9
UNIDAD NO. 2 PLANEACIÓN ESTRATÉGICA	10
ANÁLISIS PESTEL	10
NORMATIVIDAD SECTOR DE ALIMENTOS	15
LAS 5 FUERZAS DE PORTER	26
1. PODER DE NEGOCIACIÓN DEL CLIENTE	26
2. PODER DE NEGOCIACIÓN DE PROVEEDOR	27
3. AMENAZAS DE NUEVOS COMPETIDORES	27
4. AMENAZAS DE PRODUCTOS SUSTITUTOS	27
5. RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES	27
UNIDAD No. 3 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	28
1. CONCEPTOS GENERALES DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	28
2. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO Y SUS VARIABLES	28
✓ GEOGRÁFICA:	28

NOCHE DE CAFÉ

✓	DEMOGRÁFICA:	29
✓	PICTOGRÁFICA:	29
✓	SOCIOECONÓMICOS:	29
✓	CONDUCTUAL:	29
	3. CÁLCULO DEL TAMAÑO DEL MERCADO	30
	MERCADO POTENCIAL	30
	MERCADO EXISTENTE	30
	MERCADO ATENDIDO:	30
	DEMANDA TOTAL DEL MERCADO:	30
	DEMANDA DE LA ZONA DEL MERCADO:	30
	UNIDAD No. 4 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO	31
	1. ¿Quién tiene una necesidad o problema?	31
	2. ¿Qué grupo de personas tiene una necesidad o problema que yo considero puedo resolver?	31
	3. ¿Para cuál de esos grupos considero que la necesidad/problema es más crítica?	31
	4. ¿El producto o servicio que ofrecemos suple Necesidades o supera las soluciones existentes?	31
	5. ¿Habrá suficientes personas que compren el producto o servicio que se ofreceré?	31
	6. ¿Existen suficientes clientes como para generar un negocio viable?	32
	FUTURO PREFERIDO	32

NOCHE DE CAFÉ	
OBJETIVOS EMPRESARIALES	33
OBJETIVO GENERAL	33
OBJETIVO ESPECÍFICO	33
VALORES CORPORATIVOS	33
UNIDAD No. 5 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS II	34
ORGANIZACIÓN Y TABULACIÓN DE INFORMACIÓN CUANTITATIVA Y CUALITATIVA:	34
UNIDAD No. 6 INTRODUCCIÓN AL MARKETING	42
PLAN DE MARKETING	42
UNIDAD No. 7 MARKETING 1	43
MERCADO META:	43
PRODUCTO:	44
TIPOS DE PRODUCTO	45
BEBIDAS CALIENTES	45
SNACKS	46
SERVICIO:	46
SERVICIO POS -VENTA :	47
DESARROLLO NAMING:	47
ESTRATEGIAS DEL PRODUCTO	48
MARCA: NOCHE DE CAFÉ	48

NOCHE DE CAFÉ

Logo:	48
SERVICIO:	48
SERVICIO POS -VENTA :	48
DESARROLLO NAMING:	49
Unidad No. 8 Marketing II	49
¿Ya sé quién es mi cliente en realidad? ... ¿seguro?	50
¿Qué les voy a ofrecer a cada uno de ellos?	51
¿En qué tipo de mercado estás?	52
Nuevos mercados.	52
La lista ... céntrate en la lista	52
Céntrate en las herramientas y el poder de la comunicación.	53
Mensajes clave:	55
Las herramientas del diseño como pieza clave.	55
El poder de la visualización	55
	55
Estrategia de plaza (distribución)	55
Tipos de canales: ON LINE- OFF IINE	56
Criterios de selección de un canal de distribución eficiente	58
Objetivo de las actividades de distribución.	58
Merchandising y actividades de comunicación	58

NOCHE DE CAFÉ

Tipo de establecimiento	58
Red de distribución	59
Desarrollo de red de distribución más presupuesto por canal.	59
Unidad No. 9 Marketing III Mezcla promocional	60
La publicidad	60
Medios de comunicación a utilizar	61
Estrategia creativa	62
Actividades de promoción de ventas	62
Relaciones Públicas:	63
Venta personal	64
UNIDAD No. 10 PUBLICIDAD DIGITAL	64
SEO	64
SEM	64
LADING PAGE	65
ADWORDS REDES SOCIALES	65
METRICAS DIGITALES	66
UNIDAD No. 11 PUBLICIDAD DIGITAL	66
COMO SE DETERMINA EL PRECIO	66
FACTORES QUE INTERFIEREN EN LA FIJACION DEL PRECIO	67
ESTUDIO EXTERNO (COMPETIDORES)	68

NOCHE DE CAFÉ

MERCADO 68

ESTRATEGIA DE ENTRADA DEL PRODUCTO 70

PROYECCIÓN DE VENTA 71

REFERENCIAS 72

UNIDAD No. 1

PRESENTACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIO

INTRODUCCIÓN

Nuestro proyecto consiste en brindar un servicio a las personas que laboran en el horario nocturno y madrugada en los terminales de transporte terrestre de la ciudad de Bogotá ubicándonos en puntos estratégicos donde podrán encontrar bebidas calientes frescas y de buena calidad; complementado con alimentos acordes a estas bebidas, partiendo de que se identificó la necesidad al observar que no hay establecimientos que ofrecen estos beneficios saliéndose de lo convencional, queremos que nuestros clientes tengan un lugar donde consumir estos alimentos sea agradable y saludable.

JUSTIFICACIÓN

La idea de negocio que desarrollaremos parte de la necesidad que tienen las personas que laboran o desempeñan una actividad en las horas de la noche y la madrugada en los terminales de transporte terrestre de la ciudad de Bogotá donde no tienen un fácil acceso a cumplir algunas necesidades básicas tales como lo son tomar una bebida caliente (Café, tinto, aromática, maicena, milo, chocolate, etc.) Para mitigar el frío de la ciudad de Bogotá en esta franja de horario a un precio cómodo y asequible, u obtener un alimento que acompañe acordemente esta bebida (Sándwich galletas, chocoramo, pan, liberales, buñuelos, pan de bonos, etc.).

MISIÓN

Satisfacer de manera positiva las necesidades de las personas que desarrollen una actividad en el horario nocturno y madrugada en los terminales de transporte terrestre de la ciudad de

NOCHE DE CAFÉ

Bogotá con productos de calidad logrando tener una diferenciación entre los demás competidores, llevando nuestro servicio a un reconocimiento por los clientes por su valor agregado y economía.

VISIÓN

Lograr el reconocimiento de los clientes y posicionarnos en el mercado de bebidas calientes y snack en los terminales de transporte terrestre de la ciudad de Bogotá con el fin de expandir nuestro negocio a toda la ciudad de la mano de nuestro personal generando a su vez empleo con todas las prestaciones enfocados en las madres cabeza de hogar otorgándoles de esta manera estabilidad laboral. y mejor calidad de vida

UNIDAD NO. 2 PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

ANÁLISIS PESTEL

FACTOR		DETALLE	IMPACTO
FACTORES POLÍTICOS	Cambio en el mandato presidencial	El nuevo gobierno propone nuevas ideas que pueden ayudar a la fomentación de nuevo negocios e impulsar al colombiano emprendedor	POSITIVO
	Tratados Comerciales	Las negociaciones realizadas con otros países mediante el tratado de libre comercio, abren campo hacia un nuevo mercado donde el ingreso de nuevos productos influye en la calidad de la materia prima que contribuye a un mejor producto ofrecido	POSITIVO
	Inflación	Últimamente se ha visto que la inflación ha sido uno de los factores más influyentes dado al alza de los productos básicos de la canasta familiar ha generado que	NEGATIVO

NOCHE DE CAFÉ

		las personas busquen economía a la hora de comprar.	
	Alza de impuestos	Dentro los cambios de gobierno han influido varios factores, uno de estos es el alza a los impuestos índice que impactaría negativamente el negocio de Noche de Café. pues reduce el margen de ganancia que este negocio genera y aumenta los controles y restricciones al mismo	NEGATIVO
FACTORES ECONÓMICOS	Desempleo	En Colombia los índices de desempleo aunque según estadísticas en los últimos años han disminuido se evidencia que la población tiene alto grado de desocupación factor por lo cual nos da a generar impacto y generación de empleo centrándonos en las madres cabezas de hogar las cuales se han visto afectadas por la inmigración de Venezolanos a	POSITIVO

NOCHE DE CAFÉ

		Colombia brindando mano de obra más económica	
	Incremento del IVA	Es factible que el incremento del IVA que se efectuó en la reforma tributaria haga más difícil la convergencia hacia la meta de inflación y la realineación de las expectativas, que se postergarían para 2018.	NEGATIVO
	Préstamos	Es uno de los factores más importantes dentro del negocio, pero a la vez uno de los más negativos dado que los bancos son una de las entidades que más interés cobran por realizar préstamos de dinero donde para poder adquirir cantidades de dinero con plazos a largo tiempo. Por este motivo se buscará financiamiento por parte del gobierno mediante programas como fondo emprender teniendo en cuenta que Noche de	NEGATIVO

NOCHE DE CAFÉ

		Café también es un negocio de inclusión social	
--	--	--	--

FACTOR		DETALLE	IMPACTO
FACTORES SOCIALES	Madres cabeza de hogar	Nuestra idea de negocio se centra hacia la generación de empleo, encabezada por las madres cabeza de hogar ya que dado su condición no hay muchas empresas que se centren en las necesidades de ellas es por ellos que nuestra idea de negocio quiere convertirlo en una oportunidad	POSITIVO
	Redes Sociales	La tecnología hoy en día brinda a la sociedad aportes importantes como lo son las redes sociales y las APP las cuales te permiten interactuar entre sí con nuestro cliente directo, conocer sus necesidades alimenticias diarias y recopilar información que permita a	POSITIVO
FACTORES TECNOLÓGICOS			

NOCHE DE CAFÉ

		Noche de Café estar en un constante cambio y crecimiento	
	Internet	En los últimos tiempos hemos visto que los negocios de hoy en día no invierten en publicidad sino más bien buscan cómo hacerse conocer y precisamente de eso se trata ya que queremos darnos a conocer por todos los medios, mediante redes sociales y páginas web y que nos pase de voz a voz	POSITIV O
FACTORES AMBIENTALES	Empaques Ecológicos	Como es de gran interés el medio ambiente noche de café quiere contribuir con el medio ambiente por tal motivo nuestros empaques son amigables con el medio ambiente y biodegradables.	POSITIV O
	Equipos	Nuestros equipos estarían implementando los paneles solares para mitigar el consumo de energía.	POSITIV O

NOCHE DE CAFÉ

	Reciclaje	Es importante la clasificación de residuos por lo que nuestro negocio tiene como objeto social fomentar el reciclaje y la clasificación de residuos.	POSITIVO
	Contaminantes Ambientales	Uno de los impactos negativos son la contaminación generada día a día tanto por las empresas como los vehículos influye de manera negativa hacia nuestro servicio por la generación de agentes contaminantes.	NEGATIVO

NORMATIVIDAD SECTOR DE ALIMENTOS

DISPOSICIONES GENERALES Y DEFINICIONES

ARTÍCULO 1º - Campo de aplicación. Las disposiciones sanitarias de la presente resolución se aplicarán a toda persona natural o jurídica dedicada a la preparación y expendio de alimentos para consumo humano en las vías públicas de todo el territorio nacional, quienes se sujetarán a lo dispuesto en la presente resolución y a las disposiciones que la modifiquen o sustituyan, a las cuales deben también sujetarse los locales donde se preparan, los expendios y los medios de transporte utilizados.

NOCHE DE CAFÉ

Las pautas higiénico sanitarias de la presente resolución serán aplicadas únicamente a las ventas de alimentos en la vía pública de tipo formal, reorganizadas o reubicadas por las autoridades competentes, y autorizadas por éstas conforme a lo dispuesto por la Constitución Nacional y las disposiciones que los gobiernos municipales expidan reglamentando el uso del espacio público.

ARTÍCULO 2º - Definición. Para los efectos de la presente resolución adóptanse las siguientes definiciones:

a) Alimento de venta callejera: cualquier tipo de comida o bebida no alcohólica lista para el consumo humano, preparada y/o vendida en las vías públicas o en zonas para tal fin autorizadas por las autoridades competentes dentro de sus planes de reubicación;

b) Puesto de venta: toda estructura fija, estacionaria o ambulante, así como los medios materiales utilizados por el vendedor para el expendio de alimentos de venta callejera, que han recibido permiso de las autoridades municipales para su funcionamiento;

c) Manipulación de alimentos: todas las operaciones de preparación, elaboración, cocinado, envasado, almacenamiento, transporte, distribución y venta de los alimentos;

d) Manipulador de alimentos: toda persona que manipula o entra en contacto con los alimentos con cualquier equipo o utensilio empleado para manipular alimentos;

e) Manipulador - vendedor: toda persona que como manipulador de alimentos, está además a cargo de la venta de éstos;

f) Pauta: lo que sirve como regla o norma para realizar algo;

g) Agua potable: el agua tratada, exenta de contaminantes, apta para el consumo humano;

NOCHE DE CAFÉ

- h) Agua corriente o fluida: la que sale de un grifo conectado a un sistema de acueducto o a un recipiente adecuado para su almacenamiento;
- i) Aguas servidas: aquellas procedentes de los desagües domésticos, industriales o los generados en los expendios de venta callejera de alimentos;
- j) Higiene: sistema de principios y reglas para ayudar a conservar la salud y prevenir las enfermedades;
- k) Higiene de los alimentos: todas las medidas necesarias para garantizar la inocuidad del alimento en todas las fases de la cadena alimentaria;
- l) Hábito: costumbre, disposición adquirida por actos repetidos;
- m) Vajilla: conjunto de vasos, platos, fuentes, cubiertos, etc., que se destinan para el servicio de alimentos;
- n) Utensilios: conjunto de ollas, cucharones, sartenes, etc., que se destinan para cocinar o preparar alimentos;
- o) Alimento perecedero: que se altera o se descompone fácilmente;
- p) Impermeable: que no deja atravesar el agua;
- q) Ingrediente: lo que entra en la composición de una mezcla;
- r) Insumo: elemento necesario para obtener un producto;
- s) Germen: microorganismo (virus, bacteria, hongo, parásito, protozooario, etc.) capaz de originar alguna enfermedad humana, animal o vegetal;

NOCHE DE CAFÉ

t) Alimento contaminado: aquel que contiene gérmenes causantes de enfermedad, parásitos, sustancias químicas o contaminantes físicos en concentraciones perjudiciales para la salud; toxinas u otros agentes nocivos al organismo;

u) Plagas: insectos, roedores, pájaros y cualesquiera otros animales capaces de contaminar directa o indirectamente los alimentos;

v) Carné de manipulador: documento que expide la autoridad sanitaria competente de una localidad, a una persona natural mediante el cual se le autoriza para ejercer el oficio de manipulador de alimentos, y

w) Permiso sanitario de funcionamiento: documento que expide la autoridad sanitaria competente de una localidad, al establecimiento de expendio de alimentos en la vía pública que cumpla con los requisitos dispuestos en esta resolución y en las reglamentaciones que sobre este tipo de comercio establezcan las autoridades municipales.

Requisitos sanitarios

Requisitos del manipulador-vendedor

Presentación personal

ARTÍCULO 3º - Todo manipulador-vendedor debe vestir ropa adecuada consistente en blusa o delantal y gorro que cubra completamente el cabello, los cuales deben ser de color blanco y mantenidos limpios y en buen estado de conservación.

Normas sanitarias para el manipulador-vendedor

ARTÍCULO 4º - El manipulador-vendedor debe lavarse las manos con agua corriente, o que en cualquier caso sea potable, utilizando jabón, antes de preparar los alimentos, antes de

NOCHE DE CAFÉ

servirlos, después de utilizar el sanitario, de tomar dinero, de manipular alimentos crudos, o de cambiar de actividad.

ARTÍCULO 5° - El manipulador-vendedor debe mantener hábitos de aseo personal que incluyan el baño diario, la cara afeitada, cabellos cortos o recogidos, uñas cortas, limpias y sin esmalte.

ARTÍCULO 6° - El manipulador-vendedor no debe usar en su trabajo anillos, pulseras, aretes, relojes, collares u otros aditamentos o adornos.

ARTÍCULO 7° - El manipulador-vendedor debe abstenerse de manipular alimentos cuando padezca de heridas en las manos o de enfermedades que se puedan transmitir por los alimentos.

ARTÍCULO 8° - El manipulador-vendedor debe abstenerse de fumar, comer, toser, escupir o estornudar sobre los alimentos o en el área donde se preparan éstos.

Capacitación del manipulador-vendedor

ARTÍCULO 9° - Los manipuladores-vendedores de alimentos callejeros deben recibir capacitación sobre manipulación higiénica de alimentos, a través de cursos con una duración mínima de 12 horas, los cuales pueden ser dictados por funcionarios de la autoridad local de salud o por particulares debidamente autorizados por aquella, cumpliendo en cualquier caso con lo establecido respecto a duración de los programas, personal docente y materiales educativos, por la autoridad sanitaria competente de la localidad.

ARTÍCULO 10. - Los manipuladores-vendedores que hayan sido sujetos de la capacitación contemplada en el artículo anterior, recibirán un carné de manipulador que será requisito previo para el permiso sanitario de funcionamiento que expidan las autoridades municipales encargadas

NOCHE DE CAFÉ

del manejo de los expendios de alimentos en vías públicas, en cumplimiento de sus reglamentos sobre el funcionamiento de este tipo de expendios.

ARTÍCULO 11. - El manipulador-vendedor además de cumplir con los requisitos anotados, será el responsable por la higiene y protección de los alimentos que prepara y/o vende; del expendio y de toda condición que pueda afectar las condiciones higiénicas de los alimentos allí vendidos.

ARTÍCULO 12. - Los manipuladores-vendedores capacitados, podrán organizar comités de higiene y protección de los alimentos como agrupaciones que colaboran con la autoridad sanitaria en la vigilancia para el cumplimiento de las disposiciones aquí contenidas.

Del puesto de venta

ARTÍCULO 13. - El puesto de venta, cualquiera que sea su tipo (caseta, kiosco, puesto rodante, carreta, vehículo, etc.) estará construido en material sólido, resistente, con superficies en material sanitario y en buen estado de conservación y limpieza.

ARTÍCULO 14. - La ubicación de los puestos de venta callejera de alimentos, se hará por las autoridades de salud y las autoridades de los gobiernos municipales encargadas de la preservación del espacio público y del manejo de este tipo de establecimientos, para lo cual también pueden contar con el concurso de organizaciones comunales, juntas administradoras locales y otras de beneficio comunitario.

PARÁGRAFO. - Las autoridades encargadas de programar la ubicación de los puestos de venta callejera de alimentos, podrán prohibir que estos se establezcan en áreas consideradas inadecuadas por la autoridad sanitaria competente, por razones de índole sanitaria o que ofrezcan riesgos para la salud de la comunidad.

NOCHE DE CAFÉ

ARTÍCULO 15. - De preferencia, las áreas autorizadas para el establecimiento de ventas callejeras de alimentos, deben tener acceso a servicios sanitarios y servicios de agua potable, así como a colectores de aguas servidas y de basuras.

ARTÍCULO 16. - Las superficies de trabajo y preparación de los alimentos deben ser o estar recubiertas de materiales sanitarios, impermeables, de fácil limpieza y en buen estado de conservación.

ARTÍCULO 17. - Todos los complementos del puesto de venta como bancas, mesas, cajones, estantes, puertas, vitrinas, etc., deben estar limpios, ordenados y en buen estado de conservación.

ARTÍCULO 18. - No se permite la presencia de animales en el puesto de venta, en sus cercanías o en sus alrededores.

ARTÍCULO 19. - El manipulador-vendedor debe mantener limpio el sitio correspondiente a su puesto de venta y sus áreas adyacentes en un perímetro de por lo menos 2 metros.

ARTÍCULO 20. - El puesto de venta debe contar con abastecimiento de agua potable, de preferencia corriente en cantidad de por lo menos un (1) litro por ración servida diariamente; en caso de no ser proveniente de la red pública de suministro, el puesto de venta debe contar con un depósito de agua de por lo menos veinte (20) litros, construido en material sanitario, debidamente protegido y dotado de grifo.

ARTÍCULO 21. - Queda prohibido en los puestos de venta, el uso de recipientes para abastecimiento de agua, que permanezcan descubiertos o sin el lleno de los requisitos contemplados en el artículo anterior.

NOCHE DE CAFÉ

ARTÍCULO 22. - El puesto de venta debe estar dotado de un recipiente de basura el cual debe ser de material sanitario y permitir que se mantenga tapado, en buen estado de conservación y alejado del lugar donde se manipulan los alimentos, a la vez se dotará con un recipiente de características similares y de la capacidad adecuada para uso de los consumidores.

PARÁGRAFO. - La eliminación del contenido de los recipientes de basuras es responsabilidad del manipulador-vendedor del puesto, quien las dispondrá a través de los servicios municipales de recolección o en lugares que no contaminen el ambiente.

ARTÍCULO 23. - Se prohíbe arrojar en la vía pública o los alrededores del puesto las aguas servidas, las que a falta de conexión para el alcantarillado público, serán eliminadas en el desagüe más próximo mediante recipientes adecuados.

De la preparación y servido de alimentos

ARTÍCULO 24. - Los insumos e ingredientes utilizados en las ventas callejeras de alimentos deben proceder de fabricantes autorizados.

ARTÍCULO 25. - Los insumos e ingredientes deben recibirse en lugar limpio y protegido de la contaminación ambiental y se depositarán en recipientes adecuados de material sanitario.

ARTÍCULO 26. - Los alimentos perecederos (leche y derivados, carne y derivados, pescado y mariscos) que no sean preparados de inmediato deben mantenerse refrigerados a temperaturas inferiores a 10 grados centígrados.

ARTÍCULO 27. - Los equipos, utensilios y medios de transporte empleados en las ventas callejeras de alimentos, quedan sujetos a la aprobación previa de la autoridad sanitaria, la cual practicará la inspección correspondiente y dará el concepto sobre su aprobación.

NOCHE DE CAFÉ

ARTÍCULO 28. - Los utensilios para la preparación deberán estar limpios, en buen estado de conservación; se prohíbe el uso de material no apto como cobre, cadmio, plomo y otros materiales tóxicos.

ARTÍCULO 29. - El lavado de utensilios será con agua potable y corriente, jabón o detergente y cepillo, sobre todo las superficies donde se pican o fraccionan los alimentos, las cuales deben estar en buen estado de conservación e higiene; las tablas de picar deben ser de material sanitario, de preferencia plástico, nylon, polietileno o teflón.

ARTÍCULO 30 - Lavar todo alimento que se vaya a preparar; sobre todo hortalizas y verduras que se consumen crudas, carnes, hidrobiológicos, con agua potable corriente, o en su defecto con agua potable sin reutilizar.

ARTÍCULO 31. - Cocinar suficientemente los alimentos a temperaturas superiores a 70°C, y si no se sirven de inmediato mantenerlos a esa temperatura o en refrigeración a temperatura inferior a 10°C

ARTÍCULO 32. - Si se va a recalentar un alimento, será sólo la porción a servir y la temperatura de cocción no inferior a 75° C.

ARTÍCULO 33. - Los alimentos y bebidas expuestos para la venta deben protegerse con vitrinas, campanas plásticas, mallas metálicas o plásticas y a una altura de 70 cm. del piso.

ARTÍCULO 34. - Las comidas y bebidas se servirán utilizando material desechable. Sólo se permitirá el uso de vajilla reutilizable, mantenida en excelente estado de conservación e higiene y únicamente en los puestos que tengan disponibilidad de agua potable circulante para su lavado, y su secado se hará por escurrimiento.

NOCHE DE CAFÉ

ARTÍCULO 35. - Queda estrictamente prohibido utilizar las comidas preparadas no vendidas durante el día, para el día siguiente.

ARTÍCULO 36. - El servido de alimentos deberá hacerse con utensilios (pinzas, cucharas, etc.), según sea el tipo de alimentos, evitando en cualquier caso todo contacto con las manos.

ARTÍCULO 37. - Los alimentos que se expendan envueltos, en el caso de utilizarse papel o plástico, éste será de primer uso. Prohíbese el uso de papel impreso (periódico, revistas, etc.).

Requisitos en el transporte de alimentos preparados

ARTÍCULO 38. - Si el alimento es transportado al lugar de su venta, debe hacerse en recipientes debidamente cerrados y protegidos para evitar su contaminación.

CAPÍTULO III

Del permiso sanitario de funcionamiento registro y control

ARTÍCULO 39. - Las personas de que trata el artículo primero de esta resolución requerirán de permiso sanitario de funcionamiento para el expendio de alimentos en la vía pública, expedido por las direcciones seccionales, distritales o locales de salud, o las entidades que hagan sus veces.

De los requisitos para la obtención del permiso sanitario de funcionamiento

ARTÍCULO 40. - Para la concesión del permiso sanitario de funcionamiento el interesado deberá cumplir con los siguientes requisitos:

- Solicitud dirigida a la dirección seccional, distrital o local de salud indicando la clase de productos alimenticios a expender.

NOCHE DE CAFÉ

Con la solicitud deberá acompañar:

Autorización para ocupar el espacio público expedida por la autoridad competente distrital o municipal respectiva.

ARTÍCULO 41. - Las direcciones seccionales, distritales o locales de salud, una vez remitida la documentación, procederá a verificar las condiciones higiénico-sanitarias y concederá o negará la respectiva solicitud de permiso sanitario de funcionamiento a través de acto administrativo.

ARTÍCULO 42. - Los permisos sanitarios de funcionamiento de que trata la presente resolución tendrán una vigencia de dos (2) años siendo renovables por períodos iguales.

ARTÍCULO 43. - Los actos administrativos mediante los cuales se concede o niega una solicitud de permiso sanitario de funcionamiento son susceptibles únicamente del recurso de reposición ante la autoridad sanitaria que expidió el acto conforme lo dispone en el Código Contencioso Administrativo.

ARTÍCULO 44. - El registro y control sanitarios de los alimentos de venta callejera y de los manipuladores-vendedores, distritales estará bajo responsabilidad de las direcciones seccionales o locales de salud, conforme a lo dispuesto en la presente resolución o a las que expida el Ministerio de Salud para modificarla o derogarla.

PARÁGRAFO. - Hasta tanto el proceso de descentralización ordenado por la Ley 10 de 1990 se complete en los municipios, el control sanitario estará a cargo de las autoridades delegadas por la dirección seccional de salud en cada localidad.

CAPÍTULO IV

NOCHE DE CAFÉ

De la vigilancia y control sanitarios

ARTÍCULO 45. - Corresponde a las direcciones seccionales, distritales y locales de salud ejercer el control e inspección necesarios para que se cumplan de manera permanente los requisitos y las prescripciones que para cada caso en particular se establecen en la presente resolución.

ARTÍCULO 46. - Las direcciones seccionales, distritales y locales de salud, aplicarán las medidas sanitarias de seguridad y las sanciones previstas en los artículos 12, 13 y siguientes del Decreto 2780 de 1991 o de las normas que lo modifiquen o lo deroguen.

ARTÍCULO 47. - La presente resolución rige a partir de la fecha de su publicación.

Publíquese y cúmplase.

Dada en Santafé de Bogotá, D. C., a 12 de febrero de 1993.

ECOLOGIA

La empresa está comprometida con el medio ambiente, es uno de los eslabones principales de dicha organización por lo tanto a nivel ecológico debe ser una empresa líder en el manejo de material reciclaje y a su vez fomentando la buena degradación de materia reciclaje desde el hogar

LAS 5 FUERZAS DE PORTER

1. PODER DE NEGOCIACIÓN DEL CLIENTE

Para este análisis se implementaría el proceso de mercado y el voz a voz que pueden generar los clientes ya que si ellos se encuentran satisfechos con el servicio y con la calidad del producto lo que harán es recomendarnos a otros consumidores y así el servicio que ofrecemos va hacer

NOCHE DE CAFÉ

más reconocido, también se emplearían técnicas de fidelización de los clientes y para ellos se generan estrategias de mercadeo que involucren a nuestros clientes.

2. PODER DE NEGOCIACIÓN DE PROVEEDOR

Con el proveedor que en este caso sería todos aquellos que nos puedan brindar productos de buena calidad a un costo bajo, ya que se busca generar compra de la materia al por mayor para así generar gran impacto a los consumidores y a su bolsillo de forma positiva quienes son los que finalmente calificarían el servicio.

3. AMENAZAS DE NUEVOS COMPETIDORES

Hacer una empresa dentro del mercado es un tema que va de la mano de la organización puesto nuestros principales competidores la gran mayoría son informales por lo que la transición de un mercado informal a algo que se ve más elaborado y sin dejar atrás la calidad hará que marque la diferencia entre los demás competidores y sumará aliados que contribuyan al posicionamiento de nuestra idea de negocio como franquicia

4. AMENAZAS DE PRODUCTOS SUSTITUTOS

En este punto es un poco más complejo ya que como empresa debemos escoger muy bien el tipo de alimentos que se brindarán a nuestros consumidores puesto que tienen que ir dirigidos a los conductores sin dejar a un lado el buen sabor de la comida y los snacks también se ve desde el punto de vista que debemos contar con una amplia gama de productos para facilitar al cliente la decisión de escoger nuestro producto sobre la competencia.

5. RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES

Noche de Café pretende crear sostenibilidad y adoptar prácticas empresariales que van de la mano con aspectos socioeconómicos y va dirigido a generar empleo y no generar competencia

NOCHE DE CAFÉ

entre sí ya que para ellos se tiene pensado en que los competidores que en este momento podemos tener se convertirían en aliados para nosotros.

UNIDAD No. 3 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

1. CONCEPTOS GENERALES DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

A la hora de establecer las diferentes variables de segmentación del mercado que ofrece Noche de Café hay que tener en cuenta ciertos criterios que influyen en el momento de desarrollar la estrategia de una manera eficaz.

No hay que olvidar que cuando realizamos una segmentación de mercado, lo hacemos dirigiendo nuestros esfuerzos a personas que sienten y viven de acuerdo a una serie de creencias, estilo de vida, situación social y geografía.

De ahí que no se pueda establecer un único criterio útil para segmentar el mercado potencial, sino que la mayoría de ocasiones se diseña una técnica mixta teniendo en cuenta aquellos valores o criterios más importantes para el tipo de empresa que realiza el estudio.

NOCHE DE CAFÉ

2. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO Y SUS VARIABLES

✓ **GEOGRÁFICA:** noche de café inicialmente se encontrará ubicado en Bogotá

estratégicamente en las terminales de Bogotá como lo son terminal del salitre, terminal



del sur y terminal del norte.

Terminal de Transporte de Bogotá. (2018). Terminal de Transporte de Bogotá. Tomado de Terminal de Transporte de Bogotá Sitio web: <http://www.terminaldetransporte.gov.co/>

✓ **DEMOGRÁFICA:** Nuestro proyecto está dirigido a los conductores del horario nocturno como son los taxistas, servicio público, entre otros, donde se identifica la poca accesibilidad de una bebida caliente o snacks de buena calidad.

✓ **PICTOGRÁFICA:** Noche de café no se centra en alguna clase social en específico, dado que nuestros productos pueden ser adquiridos por todo tipo de consumidores pues además de ofrecer un producto queremos ofrecer un servicio que brinde calidez a nuestros clientes.

NOCHE DE CAFÉ

✓ **SOCIOECONÓMICOS:** Se busca impactar de forma positiva a una gran problemática que desde siempre a agobiado al país generando una depreciación en la calidad de vida de las personas y una economía cada vez más inestable esta problemática es el desempleo para los Colombianos o la falta de oportunidades para personas que no se encuentran capacitadas o que al hacer parte de un núcleo familiar que necesite de mayor trabajo y tiempo (Madres Cabeza de hogar) no son tenidas en cuenta en el mercado competitivo de la actualidad

✓ **CONDUCTUAL:** Se espera tener una gran aceptación por parte del mercado objetivo, conductores de servicio público y privado que laboran en la ciudad de Bogotá en el horario nocturno ya que se busca facilitar la manera de obtener un producto de gran calidad para su consumo y hacer más agradables sus noches

3. CÁLCULO DEL TAMAÑO DEL MERCADO

MERCADO POTENCIAL: Estudiantes de la zona universitaria de la ciudad de Bogotá (Centro histórico, Chapinero, SENA)

MERCADO EXISTENTE: conductores de servicio público y privado que laboran en la ciudad de Bogotá en el horario nocturno

MERCADO ATENDIDO: Conductores que laboran en terminales como lo son terminal del salitre, terminal del sur y terminal del norte.

NOCHE DE CAFÉ

DEMANDA TOTAL DEL MERCADO: Se tiene estimado la venta de alrededor de 100 productos que los conductores consumirían en los terminales de transporte de Bogotá en horarios entre las 7 p.m. y las 6 a.m. El cual estaría asignado a uno o más colaboradores dependiendo la demanda solicitada

DEMANDA DE LA ZONA DEL MERCADO: En La ciudad de Bogotá se tendrá la mayor demanda, pero al ser nuestra zona objetivo las terminales de transporte se proyecta el expandir la franquicia no sólo a otros lugares de la ciudad, sino además otras ciudades del país

PARTE REAL DEL MERCADO Y LAS VENTAS: se estima un consumo promedio de \$4.000 pesos por persona y una cantidad de 60 consumidores en cada noche de esta manera obtener un margen de ganancia más gastos de \$240.000 por noche

UNIDAD No. 4 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO

1. ¿Quién tiene una necesidad o problema?

Las personas que laboren en la franja de horario nocturno en los terminales de transporte terrestre de la ciudad de Bogotá.

2. ¿Qué grupo de personas tiene una necesidad o problema que yo considero puedo resolver?

Los trabajadores nocturnos como lo son los conductores de servicio público y privado, guardas de seguridad, personas que venden los tiquetes de transporte en las taquillas de los diferentes terminales de transporte

NOCHE DE CAFÉ

3. ¿Para cuál de esos grupos considero que la necesidad/problema es más crítica?

Conductores de servicio público y privado puesto que se encuentran en constante movimiento y les es de difícil acceso adquirir un producto igual al que están acostumbrados a consumir.

4. ¿El producto o servicio que ofrecemos suple Necesidades o supera las soluciones existentes?

Sí, suple las necesidades de aquellos conductores y personas trabajadoras en la franja de horario nocturno y madrugada en los terminales de transporte terrestre de la ciudad de Bogotá.

5. ¿Habrá suficientes personas que compren el producto o servicio que se ofreceré?

Sí, es una gran cantidad de personas que laboran en esta franja de horario donde los conductores y personas trabajadores nocturnos serían el mercado objetivo de nuestro servicio.

6. ¿Existen suficientes clientes como para generar un negocio viable?

Bogotá cuenta una población donde hoy en día se identifican cierto tipo de necesidades donde se evalúan aspectos generados a bases de las necesidades de los conductores de horario nocturno y madrugada, a partir de ese momento se plantea la opción de crear un mercado de calidad dirigido a esta población donde de acuerdo a las encuestas el producto tiene una buena aceptación en el mercado.

✓ PLANEACIÓN ESTRATÉGICA PLANEADA PARA EL PRODUCTO O SERVICIO IDENTIDAD ESTRATÉGICA

Noche de café también se encuentra comprometida con el medio ambiente por lo que nuestros productos como lo son los envases son biodegradables y para ellos están hechos de cartón el cual según las cifras entregadas tarda un año. Al ser básicamente celulosa, su tiempo

NOCHE DE CAFÉ

de descomposición es escaso. Además, si el ambiente es lluvioso y se encuentra en la superficie, su biodegradación se acelera. El problema puede residir en las tintas que se emplean.

FUTURO PREFERIDO

El futuro al que espera llegar la empresa sea reconocido que se puedan generar oportunidades de trabajo basados en que nuestro objeto social va dirigido a incentivar el trabajo y las oportunidades centrándonos en las madres cabezas de hogar viendo que este es un flagelo donde se vulnera muchos derechos a la hora de que estas soliciten un trabajo en cualquier sector de la ciudad.

OBJETIVOS EMPRESARIALES

OBJETIVO GENERAL

Crear un servicio de calidad para las personas que desempeñan alguna labor en el horario nocturno y madrugada en los terminales de transporte terrestre de la ciudad de Bogotá supliendo las necesidades básicas tales como bebidas calientes y snack con un sello único y diferenciador ante la competencia.

OBJETIVO ESPECÍFICO

Realizar una investigación de mercado donde se pueda determinar qué bebidas prefieren nuestros clientes objetivos.

Llevar a cabo la codificación de encuestas aplicadas ubicando las áreas que consideren importantes nuestros clientes enfocándonos en estos puntos y captar su atención al diferenciarnos de la competencia con un valor agregado.

NOCHE DE CAFÉ

Comparar los productos que actualmente obtiene el cliente y mejorar la satisfacción con los ofrecidos por nuestra empresa frente a los puestos de trabajo que actualmente frecuenta el cliente.

VALORES CORPORATIVOS

Buscamos el éxito tratando de mejorar día a día con trabajo, esfuerzo, constancia y actitud positiva. Celebramos los logros conseguidos y, de los no conseguidos, aprendemos.

Practicamos y fomentamos la iniciativa, la creatividad y la audacia en la búsqueda de la innovación.

Actuamos con profesionalidad asumiendo nuestra responsabilidad final, la que hace que seamos dignos de confianza.

Somos accesibles y mostramos disponibilidad: escuchamos, pensamos, actuamos y comunicamos poniéndonos en el lugar del otro. El respeto, la amabilidad y la cortesía son nuestras máximas, sin menospreciar o subestimar ideas y actuaciones, y sin hacer discriminaciones por motivo alguno, ya que consideramos que todos estamos actuando en el mejor interés de la empresa.

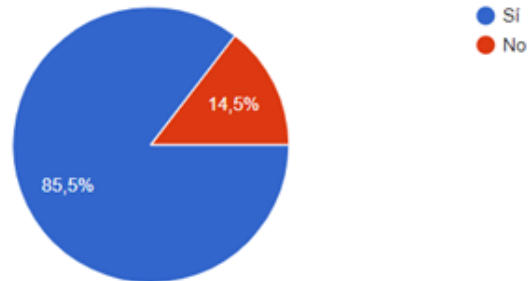
UNIDAD No. 5 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS II

ORGANIZACIÓN Y TABULACIÓN DE INFORMACIÓN CUANTITATIVA Y CUALITATIVA:

NOCHE DE CAFÉ

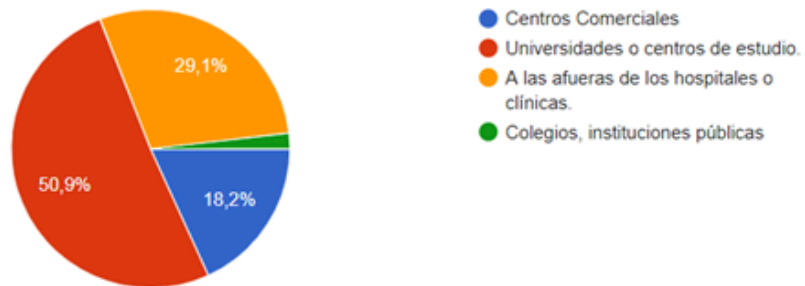
¿Consume usted bebidas calientes y/o snacks en la calle?

55 respuestas



Noche de Café estará ubicado a los alrededores de las terminales de transporte de la ciudad de Bogotá, inicialmente. ¿En qué otro lugar le gustaría poder encontrar y utilizar nuestros servicios?

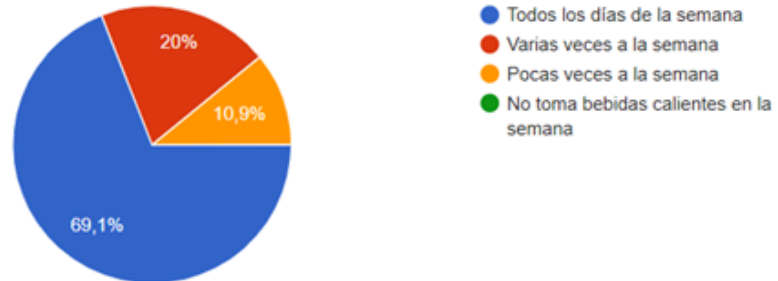
55 respuestas



NOCHE DE CAFÉ

¿Con qué frecuencia usted toma bebidas calientes?

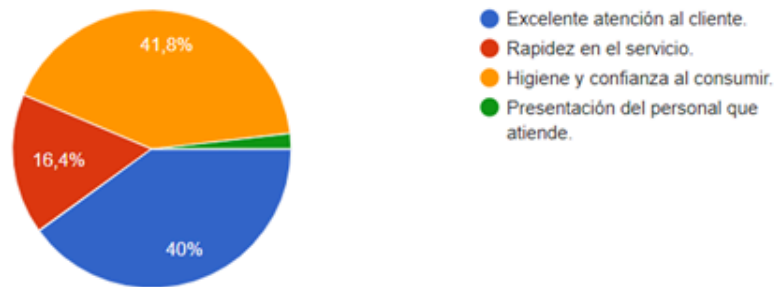
55 respuestas



NOCHE DE CAFÉ

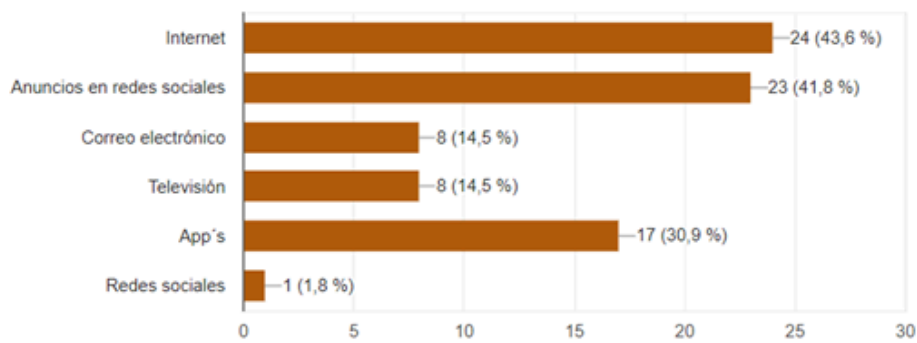
¿Cuándo usted acude a un establecimiento por su bebida caliente y/o Snacks, que es lo que más espera en cuanto a servicio?

55 respuestas



¿A través de qué medio o medios le gustaría recibir información sobre las sedes y los menús que ofrece de Noche de café?

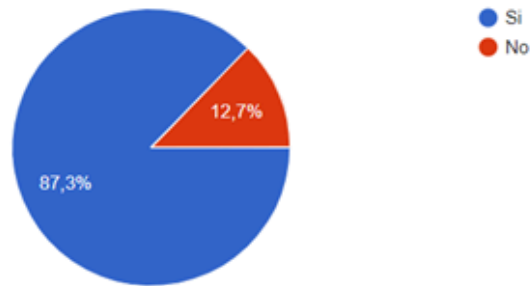
55 respuestas



NOCHE DE CAFÉ

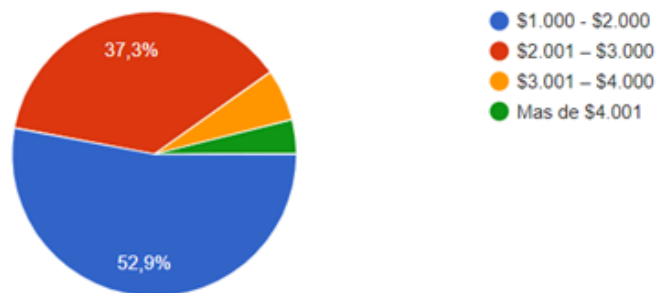
¿Estaría de acuerdo usted en implementar un chat directo con la persona encargada del punto de noche de café con el fin de adquirir su producto a domicilio de manera ágil y sin tener que desplazarse hasta el punto de venta?

55 respuestas



Si su respuesta es sí cuánto estaría dispuesto a pagar de recargo por este servicio.

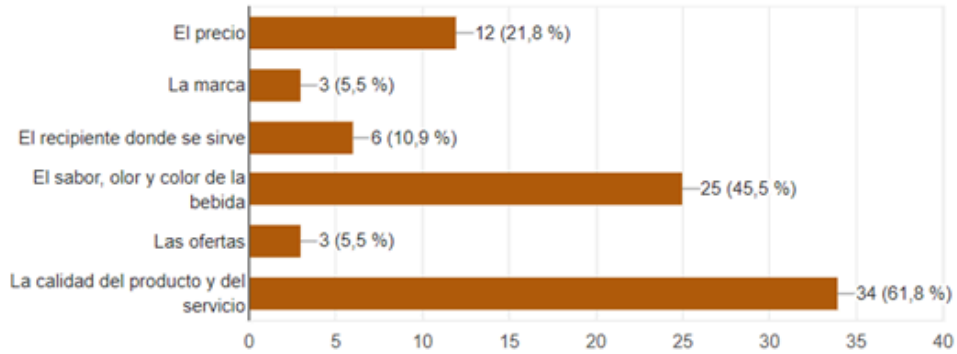
51 respuestas



NOCHE DE CAFÉ

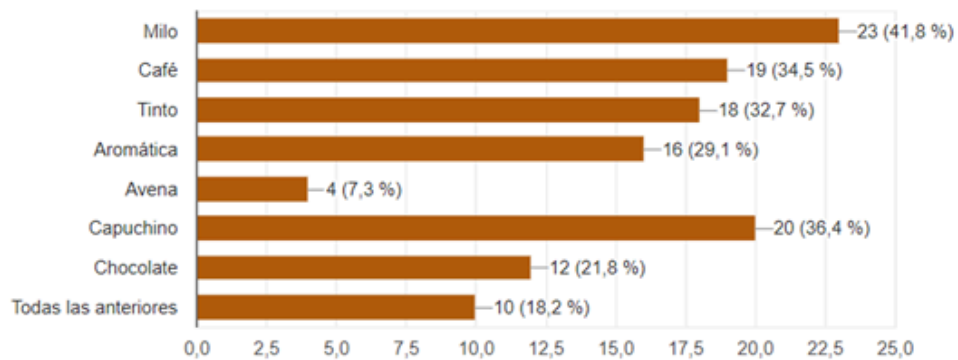
¿Qué factor es determinante para usted al momento de adquirir una bebida caliente o Snack?

55 respuestas



¿Qué tipo de bebidas calientes prefiere consumir en las noches y madrugadas en los terminales de transporte de la ciudad de Bogotá?

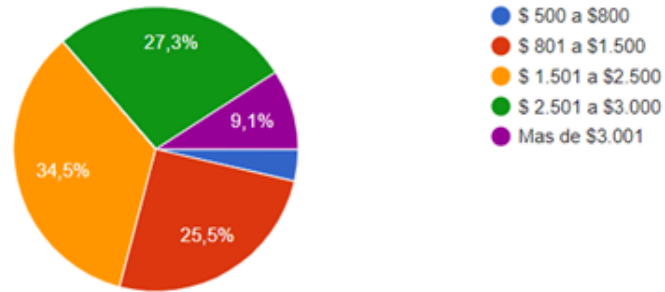
55 respuestas



NOCHE DE CAFÉ

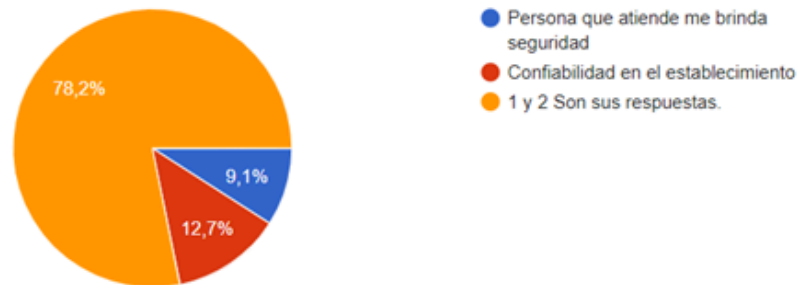
¿Actualmente de su presupuesto cuánto gasta para adquirir una bebida caliente y Snaks en el horario nocturno y madrugada en los terminales de transporte de la ciudad de Bogotá?

55 respuestas



¿De qué manera se sentiría usted seguro y confiado al momento de comprar y consumir una bebida caliente y/o snacks en la calle?

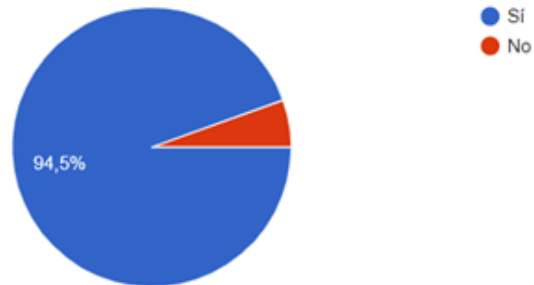
55 respuestas



NOCHE DE CAFÉ

12- Está usted de acuerdo en que noche de café utilice materiales biodegradables en la distribución de sus productos.

55 respuestas



¿Usted recomendaría a familiares, conocidos y amigos para que utilicen nuestros servicios de bebidas calientes porque?

48 respuestas

Sí (12)
Sí porque es una idea innovadora
Claro
Apoyar las ideas de negocio novedosas
Sí
Por ser innovador
Sí es un excelente producto con un buen servicio claro que sí lo recomiendo
Porque sí
Por q todos toman tinto
Sí lo recomendaría por ofrecer productos deliciosos, higiénicos y amigables con el medio ambiente
Buen servicio
Los horarios que maneja

NOCHE DE CAFÉ

Aún no conozco el servicio

Por qué me siento segura adquiriendo los productos ahí .

Si el producto es de buena calidad

Aún no conozco el lugar, no puedo responder la pregunta

Si,siempre y cuando haya un excelente servicio

Hasta que pruebe

por la innovación

Por su servicio

Si, siempre y cuando la calidad del producto y servicio sea bueno

Si, por servicio

Es innovador

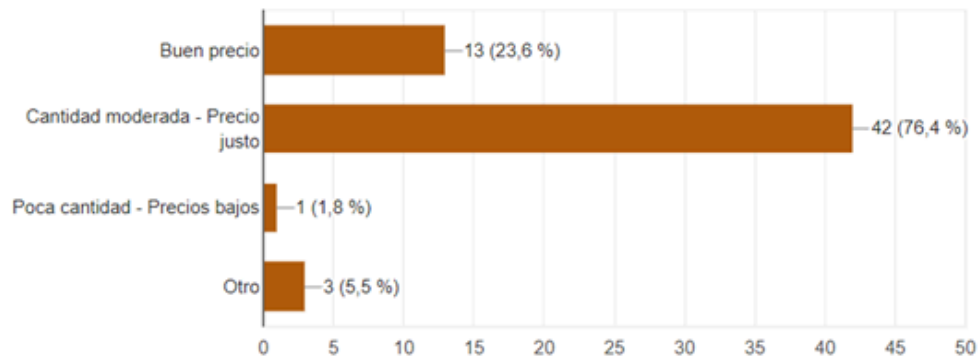
Porque hay que seguir con la.energía que los caracteriza siempre como colombianos

Si me doy cuenta de un buen producto y una buena atención

NOCHE DE CAFÉ

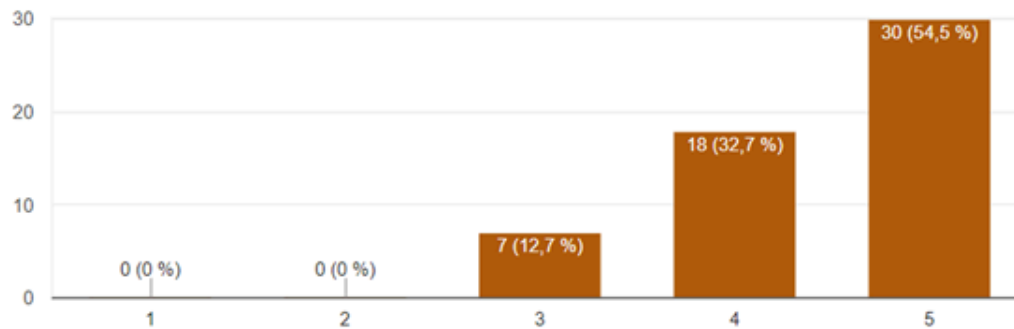
¿Qué factores le harían sentir satisfecho de pagar por una bebida caliente y/o snacks?

55 respuestas



¿Cómo cataloga usted la idea de negocio "Noche de Café"?

55 respuestas



UNIDAD No. 6 INTRODUCCIÓN AL MARKETING

PLAN DE MARKETING

Para nuestro plan de marketing se iniciará con un análisis de mercado en donde se empezará por explorar los lugares en donde serán ubicados kioscos y los locales y negocios que

NOCHE DE CAFÉ

se encuentran alrededor con el fin de determinar competencia de precios y público que se presenta en la zona.

También se debe tener en cuenta la población que se encuentra en el lugar como se ha mencionado anteriormente nuestros lugares están diseñados para personas que trabajan en horarios nocturnos es decir que las empresas que se encuentran cerca deben tener trabajadores nocturnos y personas que transiten por estos lugares a altas horas de la noche.

Por qué hacer el plan de marketing (objetivos)

Se establecen dentro del plan de marketing los siguientes objetivos:

- Realizar estudio de mercadeo en los lugares en donde serán instalados los kioscos (personas que transitan por el lugar, precios, negocios competencia, etc.).
- Analizar la información recolectada y determinar precios y lugares estratégicos.
- Establecer las estrategias de publicidad a usar en el lugar para promocionar e inaugurar.
- Evaluar los resultados de la publicidad utilizada y modificar en caso de ser necesaria la estrategia.

UNIDAD No. 7 MARKETING 1

MERCADO META: En promedio más de 300 conductores se encuentra aglomerados cada noche en los terminales de transporte de la ciudad tanto en las compañías internas que tienen convenio con los establecimientos públicos, como en las terminales de Bogotá como lo son terminal del salitre, terminal del sur y terminal del norte. Como también conductores que se encuentran en la parte externa de cada uno de estos terminales. (Taxi, Plataformas informales) a

NOCHE DE CAFÉ

esto se le suma los usuarios que utilizan estos servicios de transporte y que deben hacer escala en cada uno de los terminales para llegar a sus destinos podríamos llegar a una cifra que va de los cientos a los miles de clientes potenciales. Este es nuestro mercado meta. La mejor opción de



mercado para aplicar a nuestro negocio. Es el Marketing diferenciado por segmento, de esta manera podemos ejecutar dos tipos de menús. Uno liviano para los usuarios del sistema de transporte y uno que proporcione mayor cantidad de energía a los conductores para desempeñar sus labores diarias.

Alibaba.com (s.f). Hermoso helado italiano para la venta, Alibaba.com, recuperado de:
<https://spanish.alibaba.com/product-detail/beautiful-italian-ice-cream-cart-for-sale-60780296681.html?spm=a2700.8699010.normalList.133.72e760bdkZObML>

PRODUCTO: Más que un producto noche de café busca caracterizarse brindar un servicio a las personas que laboran en el horario nocturno y madrugada en los terminales de transporte terrestre de la ciudad de Bogotá donde podrán encontrar bebidas calientes frescas y de buena

NOCHE DE CAFÉ

calidad; complementado con Snacks acordes a estas bebidas, queremos que nuestros clientes tengan un lugar donde consumir estos alimentos sea agradable y saludable.

TIPOS DE PRODUCTO

BEBIDAS CALIENTES

Café americano, café latte, café americano descafeinado, café americano cortado, café frappé oreo, macchiato, capuchino, capuchino con amaretto, capuchino descafeinado, capuchino con bailey's, espresso, espresso descafeinado, espresso doble, aromática de frutos rojos /amarillos té caliente en agua, infusiones selváticas, té caliente en leche, matcha latt, mocachino, maquiato descafeinado, chocolate caliente, chocolate caliente



Simat Vending. (2015). Las bebidas calientes de Simat. Recuperado de de Simat Vending
Sitio web: <https://www.simatvending.com/las-bebidas-calientes-de-simat/>

NOCHE DE CAFÉ

SNACKS

Queso. Bastones de verdura. Almendras tostadas. Palomitas de maíz. Galletitas de mantequilla de maní. Chips de pepino, Pasteles, Tortas, Chips de Papas fritas, Barras de cereal. Palitos de queso, Empanadas, Arepas, Arepas de Maíz, Productos Frito lay, Productos Margarita. Etc.



La dulce almeriense. (2018). SALADO. Recuperado de la dulce almeriense Sitio web:
<http://ladulcealmeriense.com/salado.html>

SERVICIO: Nuestro servicio busca destacarse en la calidez y amabilidad de nuestro personal, pues es por este motivo que buscamos colaboradores que sean madres cabeza de hogar ya que es el personal idóneo para transmitir estas emociones hacia los clientes y generar empatía con los mismos, de igual manera se deberá capacitar a este personal para que la calidad de las

NOCHE DE CAFÉ

comidas y bebidas que se ofrezcan tenga altos estándares y de esta manera competir en cuanto al servicio y los productos con la competencia en el mercado.

SERVICIO POS -VENTA : Implementando la tecnología a nuestra idea de negocio se creará una APP que no solo permita a los consumidores calificar a el servicio que recibieron y la calidad del producto que consumieron sino además conocer de manera implica el menú que se irá cambiando de acuerdo a las necesidades del consumidor, adicional a esto mediante el registro de datos personales se realizará seguimiento a nuestros clientes con la intención de mostrarles los nuevos beneficios que ofrecemos, combos, descuentos, bonos de cumpleaños y promociones que genera Noche de Café

DESARROLLO NAMING:

Se conoce que el ser humano es impulsado en la mayoría de acciones por sus emociones y sentimientos, es por esto que noche de café apunta a brindar empleo con condiciones dignas a las madres cabeza de hogar, ya que además de tener la capacidad de tratar con los clientes de una manera más cálida generando empatía también se busca transmitir el calor de Hogar que cada uno de nuestros clientes deseara sentir en las noches frías Bogotanas. Pues se deben tener en cuenta los siguientes aspectos.

Para que haya enamoramiento debe existir afinidad. Los consumidores buscan marcas que sean afines a su forma de pensar en medio de un mercado saturado y de productos que tienden a ser iguales, los diferencian los valores intangibles que se le dan a las marcas.

NOCHE DE CAFÉ

ESTRATEGIAS DEL PRODUCTO

MARCA: NOCHE DE CAFÉ

Logo:



SERVICIO: Nuestro servicio busca destacarse en la calidez y amabilidad de nuestro personal, pues es por este motivo que buscamos colaboradores que sean madres cabeza de hogar ya que es el personal idóneo para transmitir estas emociones hacia los clientes y generar empatía con los mismos, de igual manera se deberá capacitar a este personal para que la calidad de las comidas y bebidas que se ofrezcan tenga altos estándares y de esta manera competir en cuanto al servicio y los productos con la competencia en el mercado.

SERVICIO POS -VENTA : Implementando la tecnología a nuestra idea de negocio se creara una APP que no solo permita a los consumidores calificar a el servicio que recibieron y la calidad del producto que consumieron sino además conocer de manera implica el menú que se irá cambiando de acuerdo a las necesidades del consumidor, adicional a esto mediante el registro de datos personales se realizara seguimiento a nuestros clientes con la intención de mostrarles los

NOCHE DE CAFÉ

nuevos beneficios que ofrecemos, combos, descuentos, bonos de cumpleaños y promociones que genera Noche de Café

DESARROLLO NAMING:

Se conoce que el ser humano es impulsado en la mayoría de acciones por sus emociones y sentimientos, es por esto que noche de café apunta a brindar empleo con condiciones dignas a las madres cabeza de hogar, ya que además de tener la capacidad de tratar con los clientes de una manera más cálida generando empatía también se busca transmitir el calor de Hogar que cada uno de nuestros clientes deseara sentir en las noches frías Bogotanas. Pues se deben tener en cuenta los siguientes aspectos.

Para que haya enamoramiento debe existir afinidad.

Los consumidores buscan marcas que sean afines a su forma de pensar en un medio de un mercado saturado y de productos que tienden a ser iguales, los diferencian los valores intangibles que se le dan a las marcas.

Unidad No. 8 Marketing II

Plaza distribución y PMV (producto mínimo viable)

Noche de café se enfocara en un canal de distribución medio donde desarrollaremos el rol de distribuidor de productos en nuestro caso bebidas calientes y snacks llevados directamente a las terminales de transporte terrestre de la ciudad de Bogotá, entrando a competir con los actuales locales y competencia por medio de los precios y ofertas que se realizarán al consumidor con el

NOCHE DE CAFÉ

fin de crear un voz a voz y atraer de esta manera potenciales clientes que consumirán y recomendaran nuestros productos.

¿Ya sé quién es mi cliente en realidad? ... ¿seguro?



Sanchez, (2018) Terminal de transporte

Nombre: Francisco Gómez

Edad: 51

Sexo: Masculino

Estado civil: Casado

NOCHE DE CAFÉ

Familia: Francisco es un padre de familia responsable con 2 hijos. El menor Camilo Gómez Gutiérrez de 15 años de edad y Gilberto Gómez Gutiérrez de 29 años de edad. Su esposa Esperanza Gutiérrez es una esposa dedicada a su hogar.

Francisco afirma que es amante de las bebidas con cafeína y adicional a esto le parece una buena oportunidad para vincular a su esposa con la compañía y de esta manera poder compartir más tiempo a su lado

Nombre: Gilberto Gómez Gutiérrez

Edad: 29 Masculino

Estado civil: Soltero

Gilberto es el hijo mayor de Francisco el cual manifiesta su interés por los snacks que ofrece Noche de Café, ya que le parece una buena forma de satisfacer el hambre y “Así me doy el gusto en mis comidas” asegura.

¿Qué les voy a ofrecer a cada uno de ellos?

Noche de Café pretende ofrecer un servicio cercano y ameno que le permita a nuestros clientes sentir el calor de su hogar en cada una de nuestras bebidas y de esta manera contrarrestar el cansancio ya las inclemencias del clima bogotano, adicional a esto para lograr que ellos se sientan acompañados en todo momento se manejará la plataforma Whatsapp en el cual se estará enviando de manera constante nuevas promociones en el menú. Para finalizar tendrán un lugar confortable para consumir sus alimentos y poder descansar en sus jornadas laborales.

NOCHE DE CAFÉ

¿En qué tipo de mercado estás?

Mercado existente: El mercado actual de las bebidas calientes cuenta con un porcentaje considerable de competencia, pero esta competencia mayormente es por parte de vendedores informales. La intención de noche de café es tomar a estos competidores informales e integrarlos a laborar con nuestra organización de esta manera poder ofrecerles mejores condiciones de trabajo que nos permitirán posicionarnos en el mercado de una manera rápida.

Resegmentar un mercado existente.

La hipótesis que maneja noche de café se basa en abarcar la mayor parte del mercado posible de esta manera consolidar nuestra marca como una franquicia. Y llegar a ser punto de referencia como competidores del horario diurno como son TOSTADO, STARBUCKS, OMA, JUAN VALDEZ.

Nuevos mercados.

Noche de Café pretende iniciar sus actividades centrando su mercado en las terminales de transporte de la ciudad de Bogotá, para luego de estar consolidados como marca y tener reconocimiento en los ciudadanos llevar nuestros servicios a la zona Universitaria y Centros Comerciales

La lista ... céntrate en la lista


Necesidades de nuestros clientes	Noche de Café
Frio en las horas de la noche en la ciudad de Bogotá debido a sus bajas temperaturas	Bebidas Calientes que permitan contrarrestar las condiciones climáticas del entorno
Cansancio presentado por las largas jornadas laborales	Noche de café ofrecerá un ambiente ameno para que nuestros clientes se sientan como en casa y puedan descansar
Falta de establecimientos que ofrezcan comida en el horario nocturno en la ciudad de Bogotá	Noche de café ofrece una gran variedad en su menú de Snacks

NOCHE DE CAFÉ


	combinando comidas típicas y saludables a bajo costo
Normal mente los clientes deben consumir alimentos que no son de su total agrado ya que no cuentan con una gran cantidad de oferta en sus horarios de trabajo.	Se cuenta con una variedad en el menú que ofrece noche de café , con la intención de satisfacer todas las necesidades y gustos de nuestros clientes

Céntrate en las herramientas y el poder de la comunicación.

Utilizaremos como herramientas físicas folletos y plataformas virtuales como Facebook y WhatsApp transmitiendo nuestro mensaje de cercanía y acompañamiento a los clientes



*Acompaña tus
noches.*






GALA	\$ 1.500
PASTEL GLORIA	\$ 2.000
REPOLLAS	\$ 800
MANTECADA	\$ 1.500
ROSCON	\$ 300
CHURRO	\$ 400
DONA	\$ 800
LIBERAL	\$ 1.300
PAQUETES DE PAPAS	\$ 2.000
TODO RICO	\$ 2.000

Otros

CIGARRILLO	\$ 800
CIGARRILLOS X8	\$ 2.500
CIGARRILLOS X16	\$ 4.000

Contactanos

Teléfono: 5555555
Correo electrónico: nochecafe@gmail.com



*Noche De
Café*



NOCHE DE CAFÉ



NUESTROS PRECIOS



Bebidas Calientes

TINTO	\$ 800
MILO	\$ 1.500
AROMÁTICA	\$ 800
AROMÁTICA DE FRUTOS ROJOS	\$ 2.000
AROMÁTICA DE FRUTOS AMARILLOS	\$ 2.000
CHOCOLISTO	\$ 1.300
CHOCOLATE	\$ 1.500
TÉ CALIENTE EN AGUA	\$ 800
INFUSIONES SELVÁTICAS	\$ 2.000
TÉ CALIENTE EN LECHE	\$ 1.500
EXPRESSO	\$ 1.500
EXPRESSO DESCAFEINADO	\$ 2.000
EXPRESSO DOBLE	\$ 2.500
CAFÉ AMERICANO	\$ 1.000
CAFÉ LATTE	\$ 1.500
CAFÉ AMERICANO DESCAFEINADO	\$ 2.000
CAFÉ AMERICANO CORTADO	\$ 2.500
CAFÉ FRAPPÉ OREO	\$ 2.500
MACCHIATO	\$ 2.000
MATCHA LATTE	\$ 2.000
MACCHIATO DESCAFEINADO	\$ 2.000

CAPUCHINO	\$ 1.500
CAPUCHINO CON AMARETTO	\$ 1.800
CAPUCHINO DESCAFEINADO	\$ 2.000
CAPUCHINO CON BAILEY'S	\$ 3.000
MOCACHINO	\$ 2.500



SNACKS

QUESO	\$ 1.000
BASTONES DE VERDURA	\$ 1.500
ALMENDRAS TOSTADAS	\$ 2.500
PALOMITAS DE MAÍZ	\$ 1.500
GALLETITAS DE MANTEQUILLA DE MANÍ	\$ 1.000
CHIPS DE PEPINO	\$ 1.500
PASTEL DE CARNE	\$ 2.000
PASTEL DE POLLO	\$ 2.500
CHIPS DE PAPAS FRITAS	\$ 2.500
BARRAS DE CEREAL	\$ 2.000
PALITOS DE QUESO	\$ 1.500
EMPANADA DE POLLO	\$ 2.500
EMPANADA DE CARNE	\$ 2.200
EMPANADA HAWAIANA	\$ 2.000
AREPAS DE QUESO	\$ 2.500
AREPAS DE MAÍZ	\$ 2.000
CHOCORRAMO	\$ 1.500
GALLETAS FESTIVAL	\$ 800
GALLETAS CLUB SOCIAL	\$ 1.000
SANDWICH	\$ 2.500
MINICHIPS	\$ 800

Mensajes clave: “Acompaña tus noches”

Las herramientas del diseño como pieza clave.

El poder de la visualización

Es una herramienta de baja inversión que nos ayudara en gran proporción a ser reconocidos apoyándonos en el impacto visual que se genera en los ciudadanos con colores cálidos que hacen referencia al hogar y la familia en contraste con colores fríos haciendo alusión a la noche en la ciudad.

NOCHE DE CAFÉ



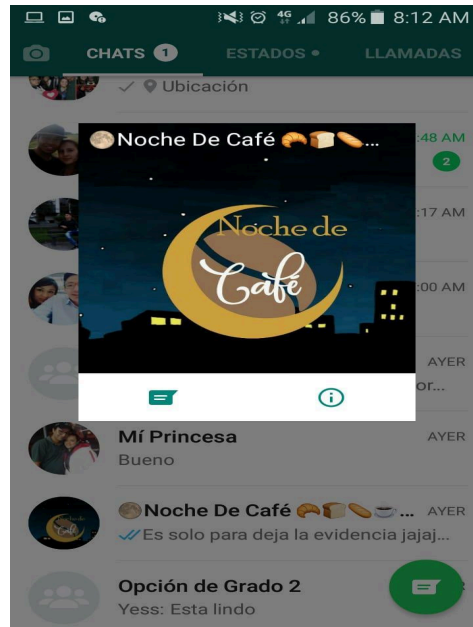
Estrategia de plaza (distribución)

Noche de café manejará una distribución directa aplicando una estrategia intensiva con el fin de captar la mayor cantidad de clientes a través de nuestros carritos ubicados en puntos estratégicos con letreros llamativos para atraer de esta manera la atención del cliente en los cuales noche de café distribuirá sus productos.

Tipos de canales: ON LINE- OFF LINE

Noche de café aplicará los dos tipos de canales el on line a través de las redes sociales Facebook y WhatsApp aplicado en un contexto real y en constante comunicación con el cliente que se contacte a través de estas plataformas y en actualización de nuestros productos, puntos de venta y promociones.

NOCHE DE CAFÉ



Y en el método off line noche de café centralizara sus esfuerzos capacitando a sus empleadas en atención y manejo de público con el fin de brindar una atención diferenciadora frente a la competencia con el fin de fidelizar a nuestros clientes y usuarios.

NOCHE DE CAFÉ



Criterios de selección de un canal de distribución eficiente

Objetivo de las actividades de distribución.

Hacer llegar los productos desde el fabricante mediante convenios con proveedores quienes harán el rol de producción de los alimentos para acto seguido mediante carritos comercializar los alimentos hasta el usuario.

¿Por qué trabajar con intermediarios?

- Mayor eficiencia en las funciones de distribución
- Disminuyen sus costes comerciales

Funciones de los intermediarios

- División de la oferta
- Agrupación de la oferta
- Transporte, almacenamiento, gestión y control de inventarios, entrega

NOCHE DE CAFÉ

Merchandising y actividades de comunicación

- Disposición y presentación de los productos en los carritos: se presentarán diferentes opciones entre tamaños y combos que podrán escoger cada uno de nuestros clientes.
- Gestión del espacio en los lineales de venta: Se utilizará un espacio limpio en las instalaciones de las terminales de transporte para minimizar los factores de contaminación.

Tipo de establecimiento

Franquicia: Noche de café manejará la distribución del producto mediante el modelo franquicia de esta manera abarcaremos mayor cantidad de mercado en un mínimo espacio a bajo costo

Red de distribución

Noche de café estará situada en puntos estratégicos en las terminales de transporte terrestre de la ciudad de Bogotá a través de carritos ambientales que trabajan con energía solar, estos serán atendidos por madres cabeza de familia certificadas por cursos de manipulación de alimentos ofrecidos por el SENA los cuales estarán expuestos y visibles al consumidor en el puesto de trabajo, con el fin de generar confianza en nuestros clientes logrando llegar de una manera amigable al consumidor, de la mano de este servicio el usuario tendrá a su disposición un chat en la plataforma whatsapp con el fin de que puedan disfrutar de estos mismos productos a domicilio con un recargo adicional cómodo para su bolsillo.

Desarrollo de red de distribución más presupuesto por canal.

NOCHE DE CAFÉ

Noche de café desarrollara su red de distribución bajo la alianza creada con la empresa planeta diseño la cual estará encargada de actualizar la publicidad de nuestros dos canales de atención on line Whatsapp y Facebook y off line a través de nuestros carritos de distribución contando inicialmente con un presupuesto para la aplicación de \$8.000.000 los cuales serán financiados por los recursos entregados por fondo emprender y cumbre.

Unidad No. 9 Marketing III Mezcla promocional

La publicidad

En este ítem desarrollaremos una publicidad inicial creativa y de introducción al mercado de una manera llamativa con el fin de captar la atención del cliente y generar en su cabeza la necesidad de adquirir y consumir nuestros productos este material será divulgado a través de las redes sociales whatsapp, facebook y de manera física en los puntos de atención.

Utilizando el material publicitario a continuación detallado.

NOCHE DE CAFÉ



Medios de comunicación a utilizar

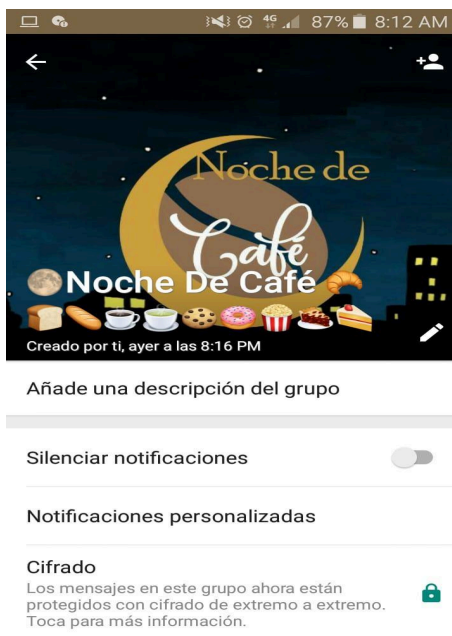
Tendremos inicialmente dos canales de comunicación el primero la red social facebook donde el cliente podrá conocer nuestro menú,, las ofertas que ofreceremos interactuar con nuestros asesores, y dar su opinión y calificación de la calidad de nuestra atención en los carritos de noche de café y de nuestros productos.

NOCHE DE CAFÉ



Sanchez (2018) Bogota

El segundo medio de comunicación que utilizaremos es la red social Whatsapp donde el cliente tendrá a su disposición un canal directo de comunicación con la vendedora del terminal de transporte donde se encuentre con el fin de conocer nuestro menú, las ofertas vigentes y solicitar a domicilio los productos que desee consumir.



NOCHE DE CAFÉ

Estrategia creativa

Noche de café llegara a los terminales de transporte para revolucionar la experiencia del cliente en las noches de la ciudad de Bogotá con las bebidas calientes y snacks solucionando las inconformidades de los clientes y usuarios con los negocios que actualmente les ofrecen estos servicios a través de su publicidad, promociones, atención al cliente y lo más importante la calidad de los productos y buen precio ofrecidos al consumidor.

Actividades de promoción de ventas

Con el fin de introducir nuestros productos al mercado y darnos a conocer a nuestros clientes noche de café tendrá promociones de lanzamiento en nuestras bebidas y snacks aplicando términos y condiciones que no afecten las finanzas de nuestra empresa, acompañado de esto se crearan diferentes combos de bebidas y snacks, habitualmente se realizaran campañas de pague dos y lleve tres o de dos por uno, adicional a esto con el fin de fidelizar a nuestros clientes se crearan tarjetas de visita donde el cliente a la 10 visita podrá disfrutar de manera gratuita uno de nuestros productos y para finalizar e incentivar el voz a voz por cada tres clientes referidos y que realicen compras en nuestro establecimiento el cliente podrá disfrutar de una bebida caliente.



Relaciones Públicas:

Noche de café pretende tener una relación de acompañamiento constante con sus clientes y con sus empleados, pues si los colaboradores de nuestra organización se encuentran a gusto con el trabajo que realizan esto se verá reflejado en el trato y la empatía que generen en nuestros clientes. Creando una cultura organizacional que será transmitida voz a voz por nuestros clientes a potenciales clientes. De esta manera no pretendemos solamente tener un buen producto sino además destacarnos por la actitud de servicio de la franquicia, lo cual nos permitirá contar con una mejora constante de acuerdo a las opiniones de los colaboradores y consumidores

Venta personal

Noche de café centrara sus esfuerzos de ventas a través de la publicidad de telemarketing disponibles en las terminales de transporte televisores, pancartas, volantes y el voz a voz de nuestros clientes y usuarios todo esto unido para que nuestro negocio crezca de manera rentable y en reconocimiento por los usuarios.

UNIDAD No. 10 PUBLICIDAD DIGITAL

SEO

Para esto queremos lograr posicionar nuestro servicio dentro de las principales que se encuentran en los buscadores de internet para ellos se está realizando la implementación de una fanpage lo cual nos permitirá hacernos conocer mediante las redes sociales dado que hoy en día todo se mueve de esta manera.

SEM

Para el este ítem se debe jugar un poco con lo que nos ofrece las páginas de internet y para ellos debemos buscar un equilibrio entre SEO y SEM y hoy en día la tecnología y las redes sociales nos permite estar a tono con lo que se quiere lograr, son campos de suprema importancia ya que puede hacer publicidad ante millones de usuarios que día a día consultan las páginas de internet.

NOCHE DE CAFÉ

LADING PAGE

Lo que nosotros queremos mostrar a nuestro público es por medio de la publicidad un medio de comparación por medio del valor agregado que queremos ofrecer dado que nuestro servicio es calidad y sabemos que para los conductores nocturnos no van a encontrar un establecimiento que otorga bebidas calientes a altas horas de la madrugada que les quite el sueño el frío las cuales puedan ser preparadas al instante con un snack fresco agradable al paladar y esto es que los otros establecimientos no otorgan ya que nuestros competidores directos no tienen horarios nocturnos como los que ofrecemos nosotros.

ADWORDS REDES SOCIALES

Ya hoy en día según estadísticas somos 7.400 millones habitantes y el 50% de la población utiliza internet de esto el 29% compra online una vez a la semana por lo que hoy en día se debe cambiar el chip de cómo se está haciendo publicidad no de manera convencional de una manera más creativa lo cual nosotros dentro de nuestra investigación de mercado preguntamos a nuestros consumidores directos la opción de tener un chat directo para que hicieran sus pedidos y las respuestas fueron muy satisfactorias del 100% de los encuestados el 87.3% respondieron que les gustaría un chat y el 12.7% que no, y es precisamente lo que queremos lograr que nuestro cliente se sienta de manera importante que él pueda tener lo que desea casi que al instante así lograremos satisfacción y más que ello conseguiremos fidelización y el voz a voz que hoy en día es una herramienta muy útil es por ello que queremos marcar pauta entre los demás competidores.

METRICAS DIGITALES

Lo que nos permite las métricas digitales es el número de veces que visitan nuestra página web esto nos sirve para evaluar un costo de cómo invertir de una manera eficiente y es allí donde

NOCHE DE CAFÉ

nos enseña del coste donde se debe comparar con el margen de ganancia de adquisición de una venta de un producto nuestro.

UNIDAD No. 11 PUBLICIDAD DIGITAL

COMO SE DETERMINA EL PRECIO

Realizamos una comparación entre los precios directos que manejan nuestros competidores:

NOCHE DE CAFÉ

NOCHE DE CAFÉ	
Bebidas	
TINTO	\$ 800,00
MILK	\$ 1.500,00
AROMATICA	\$ 800,00
AROMATICA DE FRUTOS ROJOS	\$ 2.000,00
AROMATICA DE FRUTOS AMARILLOS	\$ 2.000,00
CHOCOLISTO	\$ 1.300,00
CAFÉ AMERICANO	\$ 1.000,00
CAFÉ LATTE	\$ 1.500,00
CAFÉ AMERICANO DESCAFEINADO	\$ 2.000,00
CAFÉ AMERICANO CORTADO	\$ 2.500,00
CAFÉ FRAPPÉ OREO	\$ 2.500,00
MACCHIATO	\$ 2.000,00
CAPUCHINO	\$ 1.500,00
CAPUCHINO CON AMARETTO	\$ 1.800,00
CAPUCHINO DESCAFEINADO	\$ 2.000,00
CAPUCHINO CON BAILEY'S	\$ 3.000,00
ESPRESSO	\$ 1.500,00
ESPRESSO DESCAFEINADO	\$ 2.000,00
ESPRESSO DOBLE	\$ 2.500,00
TÉ CALIENTE EN AGUA	\$ 800,00
INFUSIONES SELVÁTICAS	\$ 2.000,00
TÉ CALIENTE EN LECHE	\$ 1.500,00
MATCHA LATT	\$ 2.000,00
MOCACHINO	\$ 2.500,00
MAQUIATO DESCAFEINADO	\$ 2.000,00
CHOCOLATE	\$ 1.500,00
SNAKS	
QUESO	\$ 1.000,00
BASTONES DE VERDURA	\$ 1.500,00
ALMENDRAS TOSTADAS	\$ 2.500,00
PALOMITAS DE MAÍZ	\$ 1.500,00
GALLETITAS DE MANTEQUILLA DE MANÍ	\$ 1.000,00
CHIPS DE PEPINO	\$ 1.500,00
PASTEL DE CARNE	\$ 2.000,00
PASTEL DE POLLO	\$ 2.500,00
CHIPS DE PAPAS FRITAS	\$ 2.500,00
BARRAS DE CEREAL	\$ 2.000,00
PALITOS DE QUESO	\$ 1.500,00
EMPANADA DE POLLO	\$ 2.500,00
EMPANADA DE CARNE	\$ 2.200,00
EMPANADA DE HAWAIIANA	\$ 2.000,00
AREPAS DE QUESO	\$ 2.500,00
AREPAS DE MAÍZ	\$ 2.000,00
CHOCORAMO	\$ 1.500,00
GALLETAS FESTIVAL	\$ 800,00
GALLETAS CLUB SOCIAL	\$ 1.000,00
SANDWICH	\$ 2.500,00
MINICHIPS	\$ 800,00
CIGARRILLOS	\$ 800,00
GALA	\$ 1.500,00
PASTAL GLORIA	\$ 2.000,00
REPOLLAS	\$ 800,00
MANTECADA	\$ 1.500,00
ROSCON	\$ 300,00
CHURRO	\$ 400,00
DONA	\$ 800,00
LIBERAL	\$ 1.300,00
PAQUETES DE PAPAS	\$ 2.000,00
TODO RICO	\$ 2.200,00

TOSTAO	
Bebidas	
TINTO	\$ 1.200,00
MILK	\$ 2.500,00
AROMATICA	\$ 1.000,00
AROMATICA DE FRUTOS ROJOS	\$ 2.500,00
AROMATICA DE FRUTOS AMARILLOS	\$ 2.500,00
CHOCOLISTO	\$ 1.800,00
CAFÉ AMERICANO	\$ 2.700,00
CAFÉ LATTE	\$ 2.700,00
CAFÉ AMERICANO DESCAFEINADO	\$ 2.700,00
CAFÉ AMERICANO CORTADO	\$ 2.700,00
CAFÉ FRAPPÉ OREO	\$ 2.700,00
MACCHIATO	\$ 2.700,00
CAPUCHINO	\$ 2.700,00
CAPUCHINO CON AMARETTO	\$ 2.700,00
CAPUCHINO DESCAFEINADO	\$ 2.700,00
CAPUCHINO CON BAILEY'S	\$ 2.700,00
ESPRESSO	\$ 2.700,00
ESPRESSO DESCAFEINADO	\$ 2.700,00
ESPRESSO DOBLE	\$ 2.700,00
TÉ CALIENTE EN AGUA	\$ 1.000,00
INFUSIONES SELVÁTICAS	\$ 2.300,00
TÉ CALIENTE EN LECHE	\$ 1.800,00
MATCHA LATT	\$ 2.500,00
MOCACHINO	\$ 2.700,00
MAQUIATO DESCAFEINADO	\$ 2.700,00
CHOCOLATE	\$ 2.600,00
PUESTO INFORMAL	
SNAKS	
QUESO	\$ 1.200,00
BASTONES DE VERDURA	\$ 2.000,00
ALMENDRAS TOSTADAS	\$ 3.000,00
PALOMITAS DE MAÍZ	\$ 2.000,00
GALLETITAS DE MANTEQUILLA DE MANÍ	\$ 1.500,00
CHIPS DE PEPINO	\$ 1.800,00
PASTEL DE CARNE	\$ 2.300,00
PASTEL DE POLLO	\$ 2.800,00
CHIPS DE PAPAS FRITAS	\$ 2.800,00
BARRAS DE CEREAL	\$ 2.300,00
PALITOS DE QUESO	\$ 2.000,00
EMPANADA DE POLLO	\$ 3.000,00
EMPANADA DE CARNE	\$ 2.800,00
EMPANADA DE HAWAIIANA	\$ 2.800,00
AREPAS DE QUESO	\$ 3.000,00
AREPAS DE MAÍZ	\$ 2.200,00
CHOCORAMO	\$ 2.300,00
GALLETAS FESTIVAL	\$ 1.200,00
GALLETAS CLUB SOCIAL	\$ 1.200,00
SANDWICH	\$ 2.800,00
MINICHIPS	\$ 1.000,00
CIGARRILLOS	\$ 10.000,00
GALA	\$ 2.000,00
PASTAL GLORIA	\$ 2.300,00
REPOLLAS	\$ 1.200,00
MANTECADA	\$ 2.000,00
ROSCON	\$ 500,00
CHURRO	\$ 800,00
DONA	\$ 800,00
LIBERAL	\$ 1.800,00
PAQUETES DE PAPAS	\$ 2.500,00
TODO RICO	\$ 2.500,00

FACTORES QUE INTERFIEREN EN LA FIJACION DEL PRECIO

Los principales factores que interfieren dentro de la fijación de precios tiene mucho que ver con los precios establecidos por los competidores y es allí donde se centra un factor importante

NOCHE DE CAFÉ

dado que realizando una investigación, se pudo concluir que los precios sugeridos no siempre son respetados por quienes venden ciertos tipos de productos, después de esto incluimos a los proveedores para que ellos nos ofrezcan precios razonables para así poder ofrecer a nuestro mercado precios que se ajusten a las necesidades del entorno.

ESTUDIO EXTERNO (COMPETIDORES)

MERCADO

El mercado en el cual se desarrollará la empresa es un mercado bastante competitivo teniendo en cuenta que hoy en día este sector se rodea de muchos negocios informales en la calle y en locales ubicados dentro de los terminales de transporte terrestre de la ciudad de Bogotá pero si observamos los competidores podemos encontrar que los competidores que son formales no tienen los horarios que nosotros manejaremos además de esto mediante una serie de análisis realizando durante la investigación se puede observar que nuestros competidores además de brindar precios más altos nosotros por el contrario ofrecemos precios asequibles en horarios nocturnos:

JUAN VALDEZ: Se encuentra ubicado en los centros comerciales de toda la ciudad.



NOCHE DE CAFÉ

Al grano (2014) extraído de:

https://www.federaciondecafeteros.org/algrano-fnc-es/index.php/comments/franquiciatarios_de_juan_valdez_cafe_valoran_contacto_con_productores_acomp

OMA: su ubicación se asemeja a la de Juan Valdez ubicados en varios sectores de la ciudad).



Diverplaza (s.f) extraído de: <http://www.diverplaza.com/cafes-y-postres/75-omacafe2>

TOSTAO: estratégicamente ubicado en la mayoría de las localidades de Bogotá.



Peralta (2018), Bogotá

ESTRATEGIA DE ENTRADA DEL PRODUCTO

Nuestra estrategia de entrada del producto será mediante publicidad por medio de las redes sociales y el voz a voz esto es muy importante ya que queremos ofrecer un servicio de buena calidad que nuestros clientes se sientan satisfechos y así lograr que día a día nos recomienden, para ello se debe innovar de una manera que nuestro mercado acepte de manera positiva nuestro productos y así lograr posicionamiento.

PROYECCIÓN DE VENTA

Nuestra proyección de ventas se basara en mantener nuestros precios sin realizar incrementos y manteniendo nuestros precios puesto que ese será nuestro plus frente a nuestros competidores nosotros tenemos muy claro lo que ofrecemos y tenemos muy claro a donde queremos llegar manteniéndonos mes a mes y poder incrementar las ventas para poder alcanzar un punto de equilibrio.



Tecsus (2010). El pronóstico de las ventas, el site del desarrollo personal, recuperado de :

<https://abrahamgoga.wordpress.com/2010/05/19/el-pronostico-de-ventas/>

REFERENCIAS

Secretaría Jurídica Distrital de la Alcaldía Mayor de Bogotá D.C. (1193). RESOLUCIÓN 604 DE 1993. De RÉGIMEN LEGAL DE BOGOTÁ D.C. Sitio web:

<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=22641>

Wikipedia. (2015). Análisis Porter de las cinco fuerzas. De wikipedia Sitio web:
https://es.wikipedia.org/wiki/An%C3%A1lisis_Porter_de_las_cinco_fuerzas

Borras, Carla. (2018). Biodegradabilidad: ejemplos de productos biodegradables. De Ecología verde Sitio web:
<https://www.ecologiaverde.com/biodegradabilidad-ejemplos-de-productos-biodegradables-311>.

Simat Vending. (2015). Las bebidas calientes de Simat. Recuperado de de Simat Vending Sitio web: <https://www.simatvending.com/las-bebidas-calientes-de-simat/>

la dulce almeriense. (2018). SALADO. Recuperado de la dulce almeriense Sitio web:
<http://ladulcealmeriense.com/salado.html>

Terminal de Transporte de Bogotá. (2018). Terminal de Transporte de Bogotá. Tomado de Terminal de Transporte de Bogotá Sitio web: <http://www.terminaldetransporte.gov.co/>

Tecsus (2010). El pronóstico de las ventas, el site del desarrollo personal, recuperado de :
<https://abrahamgoga.wordpress.com/2010/05/19/el-pronostico-de-ventas/>