

INVESTIGACION DE MERCADOS PARA LA CREACIÓN DE UNA IDEA DE NEGOCIO
DE DESAYUNOS SORPRESA A DOMICILIO.

Proyecto de grado para optar al título de técnico en procesos administrativos

Docente

Claudia Rozo

Corporación Unificada de educación Superior (CUN)

Programa de Administración de Empresas.

Santafé de Bogotá, 8 Noviembre de 2017.

Dedicatoria

A Dios en su infinita misericordia y voluntad por acompañarnos al darnos nuestro entendimiento abriendo nuestras mentes y permitirnos de todo corazón el desarrollar este proyecto, por guiarnos al desarrollar nuestro proyecto con envíale con su inmensa sabiduría y administración llevaremos a un gran desarrollo y culminación final.

A la corporación Universitaria de Educación Superior CUN y a la profesora Claudia Roza quien siempre nos realizó acompañamiento y estuvo pendiente de nuestros avances.

Al espíritu de lucha de nuestros padres quienes siempre nos formaron mediante la disciplina, respeto, valores y quienes siempre nos han acompañado siempre durante este proceso educativo y de crecimiento personal.

A nuestros hijos quienes siempre con su inocencia y su amor, se convirtieron en esos motores que necesitamos en la vida para siempre demostrarles que las metas con esfuerzo siempre se logran y son de gran bendición al final del camino.

Agradecimientos

Agradecido primeramente a Dios por permitirnos el desarrollo de éste trabajo y que constituye un logro importante en nuestra etapa académica al igual nuestro más sincero agradecimiento a nuestro docente y tutor Claudia Rozo quién con su paciencia y dedicación brindó todo el apoyo necesario para llevar a cabo el estudio de investigación y quién con sus sabios consejos nos motivó de principio a fin para la realización y culminación del mismo.

Tabla de Contenidos

DEDICATORIA.....	2
AGRADECIMIENTOS.....	3
TABLA DE CONTENIDOS.....	4 y 5
INTRODUCCIÓN.....	
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	7
1.1. Descripción del problema.....	7
1.2. Formulación del problema.....	9
1.3. Sistematización del problema.....	9
1.4. Justificación.....	9
2. OBJETIVOS.....	10
2.1Objetivo General.....	10
2.2. Objetivos Específicos.....	10
3. MARCO LEGAL.....	11 y 12
4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO.....	12
4.1. Misión de la empresa.....	12
4.2. Visión de la empresa.....	12
4.3. Objetivos de la empresa.....	13
5. Análisis de la industria (fuerzas de Porter).....	13

6. MATRIZ DOFA.....	19 y 20
7. VALORES.....	20 Y 22
8. INNOVACION.....	22 Y 24
9. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	24
10. ENCUESTA DESPERTAR DE ALEGRIA.....	25
10.1. Objetivo de la encuesta.....	26
10.2. ficha técnica de la encuesta.....	28 y 29
10.3 Diseño de la encuesta.....	29 a 33
10.4 Resultado de la encuesta.....	34 a 42
11.CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACION.....	43 a 44
12. MARKETING MIX.....	44
12.1. PRODUCTO.....	45
12.1.1 Nivel del producto.....	48
12.2. Ficha técnica de nuestros desayunos.....	46 a 48
12.3. Plaza.....	49
12.4 Promoción.....	49
13.LOGO.....	50
14.SLOGAN.....	51
BIBLIOGRAFÍA.....	52

Lista de tablas

Tabla 1. Organigrama de idea negocio entrega desayunos a domicilio.....	25
Tabla 2. Listado Fechas Especiales En Colombia.....	26

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.Descripción del problema.

En Colombia, el desarrollo de la empresa de entrega de desayunos a domicilio podemos decir que no se ha incursionado lo suficiente en el mercado, esto refleja bastante la falta de planeación de los objetivos a largo, mediano y corto plazo, debido a que no hay una publicidad adecuada del servicio o producto que se va a prestar además hay un gran porcentaje de personas que desconocen total o parcialmente su existencia.

Causas

El desconocimiento de nuestros posibles clientes de aquellas empresas que les ofrecen un servicio de gran calidad y excelencia antes, durante y en el momento de la entrega de desayunos sorpresa a domicilio. Al ser limitado el servicio sus costos se incrementan para el comprador porque no hay mucha competencia para que el comprador pueda escoger.

Hay muy pocas empresas que ofrecen el servicio por tal motivo no hay una cobertura completa a nivel nacional. No hay definición de estrategias y objetivos claros en cuánto a la empresa ya que la gran mayoría nacieron como una idea de tipo familiar.

Pronostico

El mayor inconveniente que podemos encontrar es el desconocimiento del servicio o de la empresa de quienes consideramos pudiesen ser nuestros clientes potenciales ,falta de creatividad

e innovación para interactuar con el cliente, poco auge de éstas empresas en el mercado ya que son por lo general empresas de tipo familiar por tal no cuentan con una publicidad adecuada, la actividad que se desarrolla pasa inadvertida de igual manera la empresa no tendrá una misión y disminuirá sus posibilidades de éxito tendiendo a la desaparición del mercado y declinación total.

Control del pronóstico

Para nuestra empresa es muy importante trabajar con calidad y un excelente servicio cubriendo sobre todo la satisfacción del gusto y requerimiento de los clientes, para que así mismo se logre posicionar y tener un gran reconocimiento al momento de salir a un mercado ya existente.

Adicionalmente notamos el crecimiento de las compras virtuales en la actualidad en donde las diferentes empresas han realizado acuerdos con las diferentes franquicias bancarias con el objetivo de brindar a sus clientes una seguridad al momento de realizar la transacción esto debido a que aún encontramos personas que tienen desconfianza a realizar sus compras utilizando medios magnéticos o por medio de transferencias entre cuentas.

Esta razón es un gran reto que tenemos ya que la mayoría de nuestros clientes optan por cancelar por medios electrónicos para lo cual debemos generar un sistema que sea lo suficientemente fuerte para evitar fraudes y de esta manera generar un grado de confianza y seguridad a nuestros clientes beneficiarios del servicio.

1.2. Formulación del problema

Debemos tener en cuenta cuales de los factores administrativos van a intervenir en el desarrollo de nuestra idea de negocio de una empresa dedicada al servicio de entrega de desayunos sorpresa

a domicilio para toda ocasión la cual cubrirá la parte Sur de la ciudad de Bogotá donde nuestro centro de operaciones estará ubicado en la localidad de Usme, barrio la Fiscalía.

1.3.Sistematización del problema

¿Cómo puedo o que herramientas podemos implementar que permitan afrontar los desafíos de una política económica más cambiante?

Debemos pensar como gerentes y saber que habilidades y competencias debemos desarrollar dentro de la organización?

¿Qué oportunidades y destrezas nos puede ofrecer este nuevo reto que tomamos al crear esta idea de negocio en el desarrollo de las funciones administrativas?

1.4.Justificación

Lo que pretendemos por medio del presente estudio de investigación, es tener claro de que nuestra idea de negocio se pueda desarrollar y llevar a cabo en la localidad de Usme aportando a la comunidad un oportunidad de expresar sus sentimientos apoyados en un servicio diferente, innovador y económico. De ésta manera lograr una plena satisfacción en la comercialización y distribución de los diferentes desayunos que ofreceremos según la fecha que se desee celebrar como (día de la madre, amor y amistad, cumpleaños, aniversario entre otros).

2. OBJETIVOS

2.1 Objetivo General

La presente investigación tiene como objetivo principal comprobar el grado de satisfacción y el consumo habitual de desayunos sorpresa en el sector informal. Para esto nos apoyaremos en todas las estrategias de marketing las cuales nos permitirán obtener resultados reales para la investigación datos que ayudará a determinar la viabilidad del negocio.

2.2. Objetivos específicos

- ✓ Realizar un buen estudio de mercado el cual nos permitirá tener una visión oportuna y clara de la posibilidad de implementar y desarrollo de este proyecto.
- ✓ Realizar un estudio de la parte organizacional de este proyecto y generar un respectivo análisis.
- ✓ Debemos realizar una investigación y mediante un análisis de los resultados compararlos y tener una muestra del mercado con lo cual podemos determinar la viabilidad del proyecto presentado.
- ✓ Determinar el monto de la inversión aproximado, así como determinar los costos de producción, y los diferentes gastos en que incurra este proyecto.
- ✓ Diseñar una confianza con el cliente garantizando que los productos que ve en la página o APP es lo que tendrá en la puerta de su casa.

3. MARCO LEGAL

El servicio de entrega de Desayunos a Domicilio se debe direccionar y regir basado en las diferentes leyes y las reglamentaciones vigentes en Colombia que regula la manipulación y transporte de los alimentos.

Por tal motivo y con el objetivo de socializarlo con cada colaborador integrante de nuestra empresa se realizaran capacitaciones continuas a todo el personal administrativo y manipulador de alimentos aquellos que realizan el transporte del producto la cual llevará a cabo un capacitador certificado y posterior a esto con el fin de medir el nivel de cumplimiento de la norma se auditaran internamente cada uno de los procesos.

Dentro del marco legal contemplados;

- Decreto 3075 del año 2007, el cual regula todas las actividades que puedan generar factores de riesgo por el consumo de alimentos.
- Ley 9 de 1979, medidas sobre las condiciones sanitarias básicas para la protección en el medio ambiente, suministro de agua, saneamiento de edificaciones, alimentos, entre otros.
- Resolución 5109 de 2005, requisitos de rotulado o etiquetado para alimentos envasados y materias primas de alimentos para consumo humano.
- Resolución 765 de 2010, regular el proceso de capacitación para manipulación de alimentos.

Transporte de alimentos:

- Recipientes e Implementos de Transporte. Cumplirán con lo establecido en el artículo 112 del citado Decreto 2333 de 1982.

Referente al Personal de Transporte de Alimento. Cumplirán con lo establecido en el artículo 115 del citado Decreto 2333 de 1982.

- Valor de la Licencia de Transporte. El costo de la Licencia Sanitaria de Transporte estará sujeto a lo establecido en la Resolución 0033 de 1991.

4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

4.1 Misión

Despertar de Alegría es una empresa dedicada a brindar a nuestros clientes la sensación de placer al momento de tomar su desayuno sorpresa, ofreciendo un producto saludable, de calidad y con un excelente servicio en todo momento integrando la innovación, dedicación y el compromiso con lo cual queremos dejar una huella que cause diferencia entre nuestros potenciales clientes y nos permita ser una empresa en crecimiento.

4.2 Visión

Despertar de Alegría tiene como proyección ser una empresa consolidada en el mercado de entrega de desayunos sorpresa a domicilio para el año 2020 ser de alta calidad y con un nivel de competitividad en el servicio al cliente adecuado lo cual permita posicionarnos y tener una gran participación en el mercado.

Ofreciendo no solo un servicio AAA a nuestros clientes sino generar un alto nivel de satisfacción entre ellos al poder despertar momentos de alegría e inolvidables.

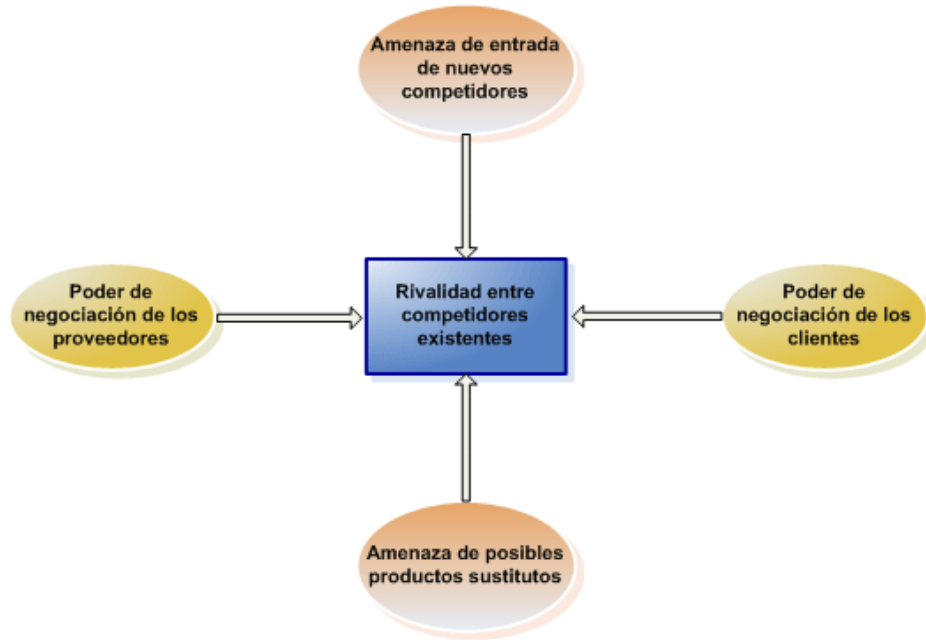
4.3. Objetivos De La Empresa

- ✓ La meta a un año es estar posicionada en el mercado de entrega de desayunos a domicilio con unas ventas aproximada de 1000 unidades.
- ✓ Para los dos siguientes años la meta es recuperar el 60% de la inversión inicial que realizamos.
- ✓ Obtener una aceptabilidad adecuada de nuestros clientes de nuestra idea de negocio.
- ✓ Establecer un precio adecuado para nuestros clientes.

5 ESTUDIO FUERZAS DE PORTER

Las 5 fuerzas de Porter es un modelo de gestión empresarial desarrollado por Michael Porter que analiza un sector en función de cinco fuerzas existentes a través del análisis y la identificación.

Esta estrategia le permite a la empresa conocer la competencia que tiene el sector en el que opera para poder realizar análisis con el objetivo de hacer frente a la situación.



Fuente

https://www.google.com.co/search?q=fuerzas+de+porter+definicion&espv=2&biw=1440&bih=775&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ei=5FNNVa2oGJG1sQStzIGgDw&ved=0CAYQ_AUoAQ#imgrc=

5.1 Poder de negociación de los proveedores

Dado que nuestra empresa es nueva y no cuenta aún con el respaldo ni fidelidad de los clientes, no es posible tener un poder de negociación significativo respecto a los diferentes proveedores, esto pasa al inicio de todo negocio, la ventaja se encuentra en la gran variedad de proveedores de insumos alimenticios entre los que podemos elegir, entre ellos podemos hablar y mencionar las grandes cadenas de supermercados como (Jumbo, éxito, Olímpica), mercados conocidos de frutas ubicados en grandes superficies, y mercados informales ubicados en las diferentes localidades, los cuales primero por su ubicación y facilidad de acceso a todos los usuarios ofrecen unos precios más económicos lo cual genera que el volumen de su compra se incremente lo permite que se pueda generar que el volumen de venta se incremente y de esta manera se puede acceder a precios más cómodos.

5.2 Rivalidad entre los competidores actuales

Se considera una amenaza latente que los actuales competidores ofrezcan un producto similar al de nuestra propuesta como son **Regalos Que Hablan**, **Desayunos Sorpresa a domicilio** y un **Dulce Despertar** por tener más tiempo en el mercado y por la fidelidad que puedan tener los clientes, son una amenaza para nuestra entrada al mercado.

No obstante, **Despertar de Alegría**, dentro de su planeamiento estratégico está considerando esta posibilidad; razón por la cual consideramos que es importante no sólo ofrecer un buen producto, sino acompañarlo con un excelente servicio en cada interacción que tengamos con el cliente.

Estamos conscientes que finalmente es el cliente quien decide si compra o no un producto o servicio ofrecido por nuestra empresa y por el segmento al cual vamos dirigidos, entendemos que es un cliente especial, que valora el buen servicio y que puede determinar la decisión de compra cuando siente y confía en una empresa. *Ilustración 4. consulta listado empresas del sector de entrega desayunos a domicilio.*

Realice aquí su consulta empresarial o social

Consulte si una empresa o persona natural está inscrita en el registro mercantil de las cámaras de comercio del país. Escoja el criterio que se ajuste a sus necesidades.

Razón Social:

Tipo Id.	Número Identificación	Razón Social *	Cámara de Comercio RM	Categoría	RM	RUP	ESAL	RNT
		DESAYUNOS SORPRESA BON APETIT	NEIVA	Establecimiento	RM			
		DESAYUNOS SORPRESA BONITO AMANECER	VALLEDUPAR	Establecimiento	RM			
C.C.		DESAYUNOS SORPRESA TU DULCE EXPRESION	CALI	Establecimiento	RM			
		DESAYUNOS SORPRESA TU ENCANTO	IBAGUE	Establecimiento	RM			
		DULCE TENTACION DESAYUNOS SORPRESA	TULUA	Establecimiento	RM			
		ENCANTOS DESAYUNOS SORPRESA	MEDELLIN PARA ANTIOQUIA	Establecimiento	RM			
		LAS MAÑANITAS DESAYUNOS SORPRESA	CARTAGENA	Establecimiento	RM			
C.C.		LUZMA DESAYUNOS SORPRESA	BUCA RAMANGA	Establecimiento	RM			
		MOTIVOS DESAYUNOS Y MEDIAS TARDES SORPRESA	CUCUTA	Establecimiento	RM			
		TOQUES DE AMOR DESAYUNOS SORPRESA	CAUCA	Establecimiento	RM			

Mostrando 1 - 10 de 10

RM - Registro Mercantil RUP - Registro Unico de Proponentes ESAL - Entidad Sin Animo de Lucro RNT - Registro Nacional de Turismo

Fuente; http://www.rues.org.co/RUES_Web/Consultas

Ilustración 5 Registro Mercantil empresa de entrega desayunos a domicilio.

Registro Mercantil

La siguiente información es reportada por la cámara de comercio y es de tipo informativo.

Razón Social	REGALOS Y DESAYUNOS A DOMICILIO BOGOTA S A S
Sigla	
Cámara de Comercio	BOGOTA
Número de Matriculación	0002372699
Identificación	NIT 900661292 - 4
Último Año Renovado	2015
Fecha de Matriculación	20131003
Estado de la matriculación	ACTIVA
Tipo de Sociedad	SOCIEDAD COMERCIAL
Tipo de Organización	SOCIEDADES POR ACCIONES SIMPLIFICADAS SAS
Categoría de la Matriculación	SOCIEDAD 6 PERSONA JURIDICA PRINCIPAL 6 ESAL
Empleados	0,00
Afiliado	No

Actividades Económicas

* 4791 - Comercio al por menor realizado a través de internet

Representantes Legales

CONFECÁMARAS - Gerencia Registro Único Empresarial y Social Carrera 13 No 26A - 47 of 502 Bogotá, Colombia

Fuente; http://www.rues.org.co/RUES_Web/Consultas

Número de Identificación

Nombre / Palabra Clave

Matricula / Inscripción

Localice comerciantes por su razón social o nombre.

desayunos sorpresa

Consultar

Razon Social ó Nombre	NIT o Núm Id.	Estado	Cámara de Comercio	Matricula	Organización Jurídica	Categoría	
AMORE MIO DETALLES Y DESAYUNOS SORPRESA		ACTIVA	CALI	927642	ESTABLECIMIENTOS DE COMERCIO	ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO	Ver Detalle
HANNAH MICHELLE DETALLES Y DESAYUNOS SORPRESA	C.C.	ACTIVA	CALI	953019	ESTABLECIMIENTOS DE COMERCIO	ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO	Ver Detalle
MAGICA SORPRESA DESAYUNOS Y TORTAS		ACTIVA	CALI	909415	ESTABLECIMIENTOS DE COMERCIO	ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO	Ver Detalle
LUZMA DESAYUNOS SORPRESA	C.C.	CANCELADA	BUCARAMANGA	9000298259	ESTABLECIMIENTOS DE COMERCIO	ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO	Ver Detalle
DESAYUNOS SORPRESA Y DETALLES SHADAI		ACTIVA	BOGOTA	2735726	ESTABLECIMIENTOS DE COMERCIO	ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO	Ver Detalle
DETAILS DE LA FAIM DESAYUNOS Y REGALOS SORPRESA A DOMICILIO		ACTIVA	BOGOTA	2703502	ESTABLECIMIENTOS DE COMERCIO	ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO	Ver Detalle
DULCE AMOR DESAYUNOS, ONCES Y DETALLES SORPRESA		ACTIVA	BOGOTA	2760113	ESTABLECIMIENTOS DE COMERCIO	ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO	Ver Detalle
SORPRENDE DESAYUNOS SORPRESA		ACTIVA	BOGOTA	2862147	ESTABLECIMIENTOS DE COMERCIO	ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO	Ver Detalle
DESAYUNOS SORPRESA LUCIANA		ACTIVA	ARMENIA	216808	ESTABLECIMIENTOS DE COMERCIO	ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO	Ver Detalle
BONJOUR DESAYUNOS SORPRESA GOURMET		ACTIVA	ARMENIA	208906	ESTABLECIMIENTOS DE COMERCIO	ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO	Ver Detalle

5.3 Poder de negociación de los clientes

Aun cuando el producto ofrecido por nuestra empresa (desayuno sorpresa) que adquieren los clientes los cuales son de la mejor calidad tenemos opciones ya predefinidos las cuales satisface las necesidades de nuestros potenciales clientes, sabemos que de igual modo son los clientes los que tienen el poder de negociación además en nuestro proyecto podrá realizar la selección de productos adicionales para realizar su propio combo de desayuno sorpresa, nuestra empresa podrá negociar mejores precios con los proveedores. Sin dejar de tener en cuenta el hecho que el consumidor final tiene la capacidad de pagar un valor similar e inclusive superior por un producto y servicio el cual es diferente, con productos frescos y saludables, lo cual es el objetivo de nuestra propuestas negocio DESPERTAR DE ALEGRIA intenta ofrecer.

5.4 Amenaza de nuevos competidores

Teniendo en cuenta que nuestros actuales competidores directos son las 3 empresas ya establecidas en el mercado, los puestos informales y aquellos detalles que dan nuestros familiares en nuestro hogar ; podemos determinar que la última opción es quien tiene la mayor opción de demanda, debido a que es de fácil acceso al usuario de una manera directa y se ubica en el sitio que el desee o vea más viable, Sin embargo, se puede determinar que la oferta establecida para los desayunos sorpresa actualmente se está imponiendo y son del gusto general de las personas que han contratado este servicio, entraríamos a un mercado donde la competencia ya nos lleva un largo camino recorrido y cuentan con gran aceptabilidad entre los clientes, teniendo una oferta similar y que no se distinguen entre sí, sus productos sólo son contundentes pero no generan un valor nutricional que es lo que hoy en día nos refleja la investigación buscan nuestros posibles clientes.

5.5 Amenaza de productos o servicios sustitutos

La investigación nos permitió observar que en el mercado todos los productos y servicios tienen gran similitud es por ello que nuestra empresa apunta a una propuesta diferente, estratégicamente elegida de acuerdo a las encuestas realizadas, lo que nos permitirá ganar participación en el mercado.

6 ANÁLISIS FODA

El análisis FODA es una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación actual de la empresa. Consta de dos partes; el análisis interno que comprenden las Fortalezas y Debilidades (midiendo la capacidad de los recursos actuales de la empresa), y del análisis externo que comprenden las Oportunidades y las posibles Amenazas que definen las tendencias del mercado.

Al realizar este estudio nos mostrara y permitirá conocer el esquema de las condiciones necesarias que deben existir y las falencias que debemos evitar como empresa esto con el fin de establecer estrategias de planificación.

6.1 Objetivo:

- a) Conocer si nuestra empresa posee más oportunidades que amenazas.
- b) Identificar dentro de nuestra organización cuales son las fortalezas a mantener y las actuales debilidades en las cuales debemos trabajar para eliminar.

6.2 Fortalezas:

- ✓ Es un servicio escasamente explotado en las localidades del sur de la ciudad.
- ✓ Ser la primera empresa que ofrece entregas a domicilio con sorpresas en la localidad del sur de Bogotá.
- ✓ Ser la única empresa que presta un servicio de entrega desayunos sorpresa a. Domicilio con la innovación de usar una APP lo cual permite la interacción con nuestros posibles clientes.
- ✓ Ofrecer nuevas diferentes opciones de menús a seleccionar por parte de nuestros clientes.

- ✓ Nicho o sector de esta ciudad desatendido.
- ✓ Distancias cortas entre los proveedores y nuestro lugar de trabajo.

6.3 Oportunidades:

- ✓ La demanda de nuestros productos puede aumentar favorablemente debido a nuestra ubicación en el sur de la ciudad, nuestra página de internet y la inclusión de la APP son promotores de la empresa.
- ✓ Posibilidad de apertura de otras sucursales a mediano y largo plazo.
- ✓ La innovación en nuestro servicio de entrega del servicio nos permitirá ser más certeros en la atención de la demanda de los clientes.

6.4 Debilidades:

- ✓ Falta de experiencia por parte de los propietarios y del personal en este tipo de actividad.
- ✓ Capital limitado.
- ✓ Al ser una empresa nueva tendremos una difícil tarea al acercar a nuestros clientes para ofrecerles nuestros productos.
- ✓ Desventaja al tener que competir con empresas que nos llevan más tiempo en el mercado y tienen mayor conocimiento en el desarrollo de esta actividad.

6.5 Amenazas:

- ✓ La aparición de otras empresas que ofrezcan un servicio similar o relacionado con la entrega de desayunos a domicilio en nuestra zona de operación.

- ✓ Economía global, la crisis financiera actual no solo en el país sino a nivel mundial.
- ✓ La falta de interés por parte de los posibles consumidores potenciales de las localidades ubicadas al centro-sur de la ciudad.
- ✓ Inestabilidad económica en el país.
- ✓ La creación de nuevos impuestos a causa de alguna ley o alguna política fiscal que lo requiera.

7. VALORES

Al crear o tener esta idea de negocio queremos caracterizarnos con los valores no solo individuales sino también corporativos con los cuales pondremos un punto de diferencia amplio con nuestros inmediatos competidores;

7.1 Respeto:

El cual nos permite tener y llegar a la cordialidad como empresa, armonía, solidaridad, aceptación con los clientes, proveedores, jefes, colaboradores y compañeros de trabajo con el objetivo de dejar de vernos como una empresa para entrar a ser una gran familia.

7.2 Servicio:

El cual nos representa una actitud de vida; con rectitud, solidaridad, probidad y equidad, siendo estas las bases para facilitar el cumplimiento de nuestros procesos, satisfaciendo las expectativas de nuestros clientes.

7.3 Confianza:

Valor que debemos cultivar a todo nivel de la organización mediante el cual desarrollaremos el futuro a nivel laboral, corroborando los distintos comportamientos que adoptamos en una emocionalidad de confianza frente a nuestros proveedores y clientes.

7.4 Lealtad:

Valor importante que hace referencia a la fidelidad, compromiso y sentido de pertenencia por lo que realizamos y con nuestra empresa. Lo cual reflejamos al final del ejercicio a nuestros clientes.

7.5 Disciplina:

La cual forjaremos desde un principio en nuestro clima organizacional para todo nuestro personal enfocado al orden y eficacia, que corrige, moldea, da fortaleza y perfecciona para alcanzar los ideales de nuestra empresa.

7.6 Excelencia:

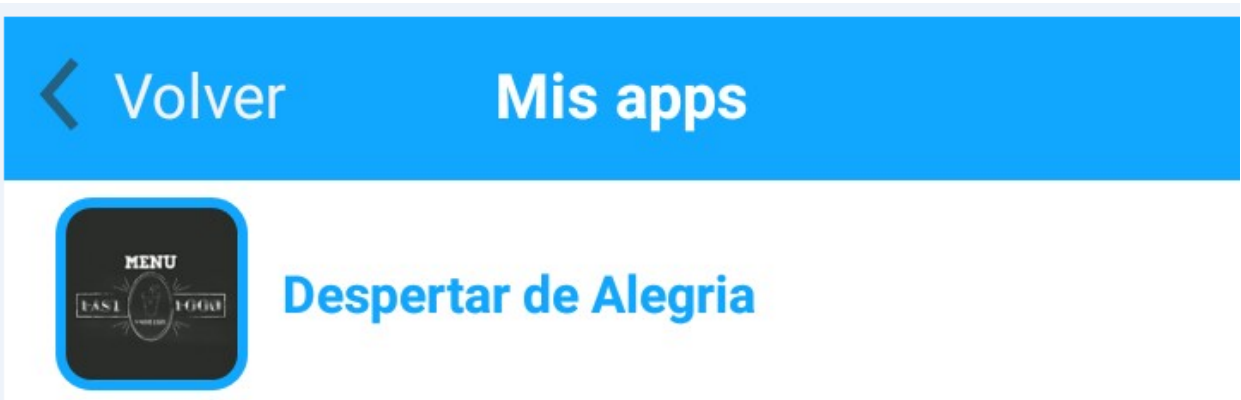
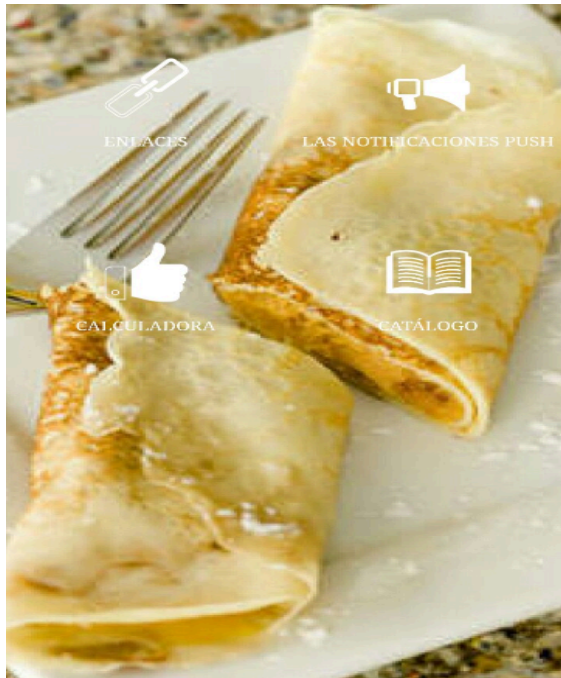
Valor determinante que nos demanda calidad, mejora continua en todos los procesos y servicios el empeño y voluntad para lograr resultados exitosos en nuestro desarrollo diario del trabajo, alcanzando los estándares de calidad que necesitamos para cumplir las expectativas de nuestros clientes.

7.7 Trabajo en equipo.

Fundamental para el desarrollo de toda nuestra actividad comercial.

8. INNOVACION

Con el propósito de garantizar a nuestros clientes para dar a conocer nuestra empresa, el medio más importante que se utilizara será el de realizar el lanzamiento de nuestra empresa y con lo cual garantizaremos que nuestros clientes encuentren una forma rápida de realizar el pago vía online de todos los servicios y productos de una manera segura y rápida, por lo cual se creara una página web, un **APP** que atraiga a los usuarios con un estilo moderno y juvenil, la cual consiste en una aplicación que pueden descargar los usuarios de dispositivos de Apple (iPhone, iPod Touch, iPad, Mac entre otros) y Androide, disponible de manera gratuita, en donde los usuarios además de poder ver toda la presentación de nuestra empresa, tendrá las opciones de visualizar imágenes de los desayunos y los precios pueden opinar acerca del servicio y ver opiniones de otros clientes, además de escoger el desayuno que quieran regalar, especificando los datos que se requieren para la entrega (fecha, dirección, hora, ocasión, de quien recibe y quien envía) dando la posibilidad al cliente de hacer el pago vía online, aumentando la probabilidad de obtener la lealtad de los compradores y el posicionamiento a **Despertar De Alegría** como una empresa innovadora, ya que actualmente en el mercado no hay una aplicación para este tipo de empresa, esto nos catapultaría a un lugar privilegiado al implementar el uso de la tecnología integrada a nuestro negocio.



9. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

9.1. Estructura Organizacional de idea negocio

Organigrama empresa Despertar de Alegria.



fuentes propia de los autores de la investigación.

Todos los empleados tendrán un contrato de trabajo indefinido y contarán con sus respectivas prestaciones sociales a excepción del Chef y el contador contará con un contrato de prestación de servicios ya que sus servicios serán ocasionales.

Los mismos socios prestarán servicios y se encargaran de la parte administrativa, comercial y financiera.

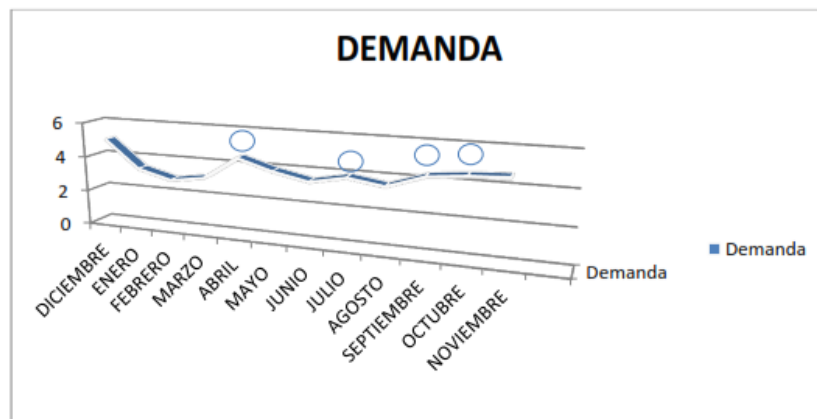
10. ENCUESTA DESPERTAR DE ALEGRÍA

10.1 Objetivo De La Encuesta

Conocer la situación real en el mercado de este tipo de negocio apoyándonos en las diferentes herramientas en la investigación, cómo son las fuentes primarias como son las entrevistas, las encuestas y los Focus grupo y las fuentes secundarias como en este caso los soportes de las páginas web, y de la cámara de comercio.

Esto con el objetivo de que al terminar el proceso de la investigación de mercado podamos tener una idea clara para el futuro desarrollo y creación de empresa.

Ilustración 8. Demanda de la industria del regalo en Colombia



Fuente oficina comercial y economica de la embajada de España en Bogota,"el mercado del regalo en Colombia"pagina 14 en linea.

http://www.icex.es/icex/es/pagina-no-encontrada/index.html:JSESSIONID_ICEX=IBT0VNgSptOdh9jcOKGcSd2RFvdcZxJ0hLYNQ1R.J4ZBLyJ7rTchXl2l25946803

Tabla 1. lista de fechas especiales en Colombia.

Calendario de Regalos Conmemorativos		
14 de febrero	San Valentín	Chocolates, arreglos florales
8 de Marzo	Día Internacional de la Mujer	Flores, chocolates.
26 de Abril	Día de la Secretaría	Chocolates, flores, accesorios de escritorio, accesorios personales, portarretratos
Último domingo de Abril	Día del niño	Ropa para niño, juguetes
23 de Mayo	Día de la Madre	Ropa, joyas, artículos de decoración, aparatos eléctricos, accesorios de cocina, flores, tarjetas
15 de mayo	Día del Maestro	Libros, accesorios de escritorio, estilógrafos
(3 domingo de Junio)	Día del Padre	Ropa y accesorios personales, tarjetas, artículos de colección de deportes
25 de agosto	Día del Adulto Mayor	Sombreros paraguas, cinturones pijamas
20 de septiembre	Día del Amor y la Amistad	Peluches, tarjetas, flores, Joyas, ropa, zapatos
31 de octubre	Fiesta de los niños (Disfraces)	Juguetes, Dulces
25 de Diciembre	Navidad	Licores, alimentos, bolsos, accesorios decorativos, ropa.

Fuente Embajada Española en Bogota.

10.2 FICHA TECNICA DE LA ENCUESTA

FICHA TECNICA ENCUESTA

1. SOLICITADA POR

Alumno de la Carrera de Administración de Empresas.

2. REALIZADA POR :

Alumno de la Carrera de Administración de Empresas.

3. UNIVERSO :

Mercado potencial en la ciudad de Bogotá dirigido a personas de una condición socio económica medio alta.

4. UNIDAD DE MUESTREO :

Personas de la ciudad de Bogotá con edades entre los 15 en adelante.

5. FECHA :

La investigación se realizó desde el día 8 de Octubre hasta el día 19 de Octubre de 2017.

6. AREA DE COBERTURA :

Zonas de Bogotá Sur occidente y centro.

Las encuestas fueron realizadas entre los Viernes 8 de octubre hasta el día 18 de Octubre del presente año, establecida en un horario de 12:00 a 20:00, aplicada en los sectores de Venecia, sector de la Candelaria Centro y AltaVista. El análisis de cada una de las variables es indispensable para ver la viabilidad de la realización de este proyecto tanto en la parte financiera como para conocer y colocar un perfil para nuestros clientes en general.

Cada uno de los resultados de esta encuesta estuvo basada y enfocada a buscar la respuesta de posibles clientes quienes ya hayan utilizado un servicio de entrega de Desayunos sorpresa a domicilio o hayan tenido información de este tipo de empresas, mediante este análisis se llegaron a los siguientes resultados;

- La frecuencia de consumo de los Desayunos Sorpresa a Domicilio tiene bajo conocimiento o desarrollo entre los encuestados.

- Tuvimos una gran aceptación favorable a la pregunta “Le parece viable enviar un desayuno sorpresa a domicilio a la persona que usted elija? Dentro de esta respuesta está implícito el deseo de nuestros clientes en contratar la entrega de Desayunos Sorpresa a Domicilio con un 86.6 % y el 10 % fue dando una respuesta definitiva al NO.
- En el caso de los menús propuestos, de las cinco opciones la más representativa en la encuesta y con el mayor porcentaje fue el 25.4 % la cual corresponde al Sándwiches de queso y Jamón, omelette revuelto con Jamón y porción de fruta.
- Se pudo observar una gran aceptación dentro de los encuestados al preguntarles ¿Le gustaría recibir un desayuno sorpresa en el lugar donde se encuentre? La respuesta fue muy favorable con el 89.6 % lo cual nos genera una gran expectativa al implementar nuestra idea de negocio.
- En cuanto a la pregunta ¿Qué medio utilizarías para realizar tu pedido? Observamos una gran tendencia hacia el Whassap con el 66.2 %, pero vemos la gran aceptación hacia la propuesta de la Aplicación con el 27.7 % lo cual será nuestra gran innovación.

10.3. DISEÑO DE LA ENCUESTA

Despertar De Alegría

***Obligatorio**

1). Su edad esta entre; *

15 A 20 AÑOS

21 A 30 AÑOS

31 A 40 AÑOS

41 A 60 AÑOS

MAS DE 60 AÑOS.

2).Su género es; *

Mujer

Hombre

3).A que estrato socio - económico perteneces; *

1 Y 2

3 Y 4

5 Y 6

4).Suele dar detalles sorpresa en ocasiones especiales? *

Sí

No

Tal vez

5).En cuales de estas ocasiones sueles dar detalles sorpresa? *

Día del padre o día de la Madre

Cumpleaños

Aniversarios

Amor y Amistad

Nacimientos

Todas las anteriores

Otro:

6).Dentro de las opciones de detalles sorpresa a sus seres queridos podrían estar? *

Muñeco peluche

Rosas y caja chocolates

Globos, tarjeta según la ocasión y dulces

Ancheta negus la ocasión especial

Desayunos sorpresa según la ocasión

Otro:

7).Le parece viable enviar un desayuno sorpresa a domicilio a la persona que usted elija? *

Si

No

Tal vez

8). Ha recibido un desayuno sorpresa? *

Sí

No

Tal vez

9). Le gustaría recibir un desayuno sorpresa en el lugar donde se encuentre? *

Sí

No

Tal vez

10).Si te enviaran un desayuno sorpresa que opción de desayuno seleccionarías? *



Crepes dulce o de sal, Croassan, café en leche, jugo de Naranja, decoración con globo pequeño según ocasión especial, moño, bandeja y empaque decorativo.



Sándwiches de queso y jamón, omelette revuelto con jamón, porción fruta, café o chocolate, jugo natural de naranja, globo pequeño según ocasión, tarjeta, caja decorativa.



Crepes con jamón y queso, café o chocolate, jugo naranja natural, porción fruta, globo pequeño según ocasión, tarjeta, caja decorativa



(2) Huevos fritos, (2) mini salchichas + (2) pancakes + Jugo natural, cortes de fruta + Bebida caliente, globo pequeño, tarjeta, caja decorativa



Huevos con jamón artesanal, tocineta, queso mozzarella y albahaca con hogao, jugo natural, café, acompañados de mini baguette, globo pequeño según la ocasión, tarjeta, caja decorativa.

11). Cuanto pagarías por un desayuno como estos?

Entre 15.000 pesos y 25.000 pesos.

Entre 25.001 pesos y 35.000 pesos.

Entre 35.001 pesos y 50.000 pesos.

Entre 50.001 pesos y 100.000 pesos.

Más de 100.000 pesos.

12).Conoce usted empresas que ofrezcan servicios de Desayunos a domicilio?

Sí

No

Tal vez

13). Si contrataras el servicio de entrega desayunos Sorpresa a domicilio que medio de pago seleccionarías? *

Transferencia electrónica.

Tarjeta crédito

Tarjeta Debito

Otro:

14).Que medio utilizarías para realizar tu pedido? *

Facebook

Whassap

App

10.4. RESULTADOS, GRAFICAS Y TABULACION DE CADA PREGUNTA

Tabla No. 1



Fuente del autor

Un dato a considerar, es la participación del género femenino en el intervalo de 31 – 40 años de edad con un porcentaje de 8,33% y el género masculino en el intervalo de 21 – 30 años de edad con un porcentaje de 4,17%.

Como se puede observar en dentro del género femenino y masculino encontramos que el mayor porcentaje de participación (40.6%) (39) pertenece al intervalo de edad entre 21 – 30 años, el 38.5 % (37) pertenece al grupo de edad de 31 A 40 años, el 13.5 % (13) nos refleja el intervalo de edad entre los 15 A 20 años, el 6.3 % (6) corresponde al rango de los 41 A 60 años, el 1.0 % (1) corresponde al intervalo de las personas que están en el rango de los 60 años.

Tabla No.2

2).Su genero es; *

95 respuestas

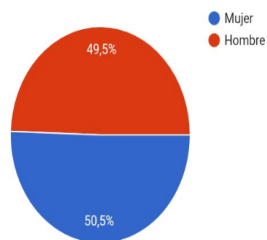


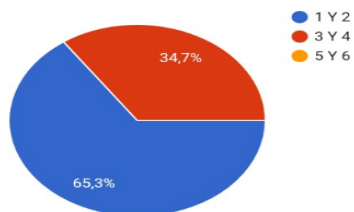
Ilustración fuente del autor

Del total de las personas entrevistadas: el 50,7 % (48) de éstas fueron del género masculino, y el 49,2 % (47) del género femenino, lo cual da como resultado un total de 95 personas encuestadas.

Tabla No.3

3).A que estrato socio -
económico perteneces;

95 respuestas



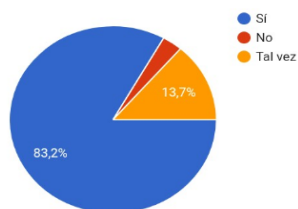
Fuente del autor

De acuerdo a lo evidenciado en la prueba de mercado, encontramos que las personas pertenecientes a los estratos 1 y 2 corresponde al (65.6 %) lo cual refleja una cantidad de 63 personas que indica que tenemos una gran oportunidad de ingresar con este mercado a este sector, el 34.4 % que corresponde a (33) personas pertenecen a los sectores socioeconómico 3 y 4.

Tabla No.4

4).Suele dar detalles sorpresa en ocasiones especiales? *

95 respuestas



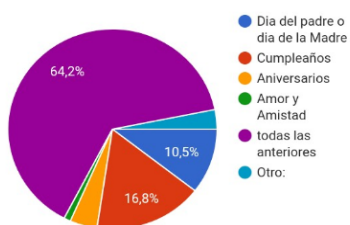
Fuente del autor

Este estudio nos permite observar con agrado que el 83.3 % (80) de los encuestados son muy detallistas en ocasiones especiales y les gusta sorprender al ser querido, 13.5 % (13) indican no dar detalles y el 3.1 % (3) dejan abierta la posibilidad de ser detallistas.

Tabla No.5

5).En cuales de estas ocasiones sueles dar detalles sorpresa? *

95 respuestas



Esta investigación nos permitió observar que con el 63.5 % (61) las personas siempre en las ocasiones especiales buscan la oportunidad para entregar un detalle sorpresa.

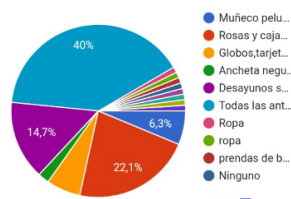
La entregar detalles especiales en ocasiones especiales a domicilio nos mostró que la mayor participación dentro de la variable la obtuvo la opción “cumpleaños” con un 16.7 % (16) de las personas entrevistadas (95); le sigue la opción “Día el padre o en la madre” con un 10.4 % (10);

con el 5.2. % de aceptación (5) personas, las personas (3) que eligieron la opción “Otro”; con 3.1 % de aceptación.

Tabla No. 6

6).Dentro de las opciones de detalles sorpresa a sus seres queridos podrían estar? *

95 respuestas



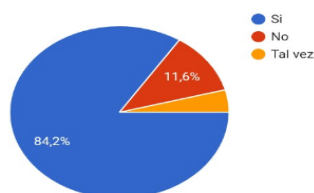
Fuente del autor

Este resultado dado en la figura No. 6 nos presenta las muchas opciones para regalos que tenemos para regalar siendo el 39.6 % (38) todas las anteriores más común, 21.9 % (21) rosas y chocolates, sigue siendo el detalle más tradicional, le sigue la opción “Desayuno Sorpresas” con un 14.6 % (14); con el 6.3 % (6) de aceptación: las personas la opción “Globos tarjeta según la ocasión”; con 7.3 % (7) de aceptación las personas que escogieron la opción “Muñeco de peluche” .

Tabla No.7

7).Le parece viable enviar un desayuno sorpresa a domicilio a la persona que usted elija? *

95 respuestas



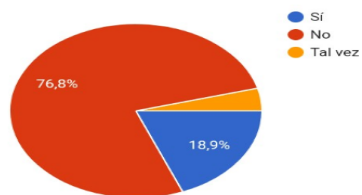
Fuente del autor

De las 95 personas que respondieron la encuesta, se evidencio que el 84.4 % (81) de los encuestados consideran viable la posibilidad de contratar un servicio de entrega desayunos a domicilio. 11.5 % indican el no enviar un desayuno a domicilio esto son (11) personas, y el 4.2 % (4) personas dejan abierta está posibilidad. Este porcentaje es muy importante en nuestra empresa ya que nos permite visualizar la gran aceptación y un desarrollo importante en las ventas.

Tabla No.8

8). Ha recibido un desayuno sorpresa? *

95 respuestas



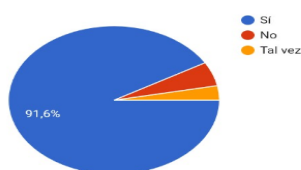
Fuente: Los autores.

Mediante esta investigación logramos evidenciar que el 77.1 % (74) de las personas encuestadas han manifestado el no haber recibido un desayuno sorpresa a domicilio, 18.8 % (18) si han recibido un desayuno sorpresa e indican haber quedado muy sorprendidas con este detalle y el 4.2 % (4) tal vez esperan recibir un día un detalle similar a un desayuno.

Tabla No.9

9). Le gustaría recibir un desayuno sorpresa en el lugar donde se encuentre? *

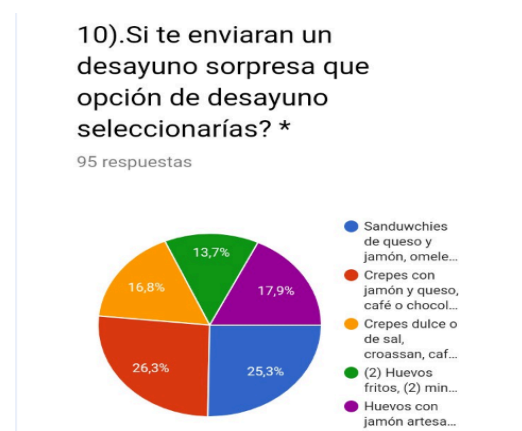
95 respuestas



Fuente del autor

Mediante la investigación de mercados podemos observar que el 91.7 % (88) manifiestan que si les gustaría recibir un Desayuno Sorpresa a domicilio, el 5.2 % (5) indican el no querer recibir el desayuno a domicilio, y el 3.1 % (3) dejan abierta está posibilidad, como dato curioso el 50% (30) de cada género manifiesta el querer recibir un desayuno sorpresa, lo cual nos permite saber en qué sector podemos implementar nuestra idea de negocio.

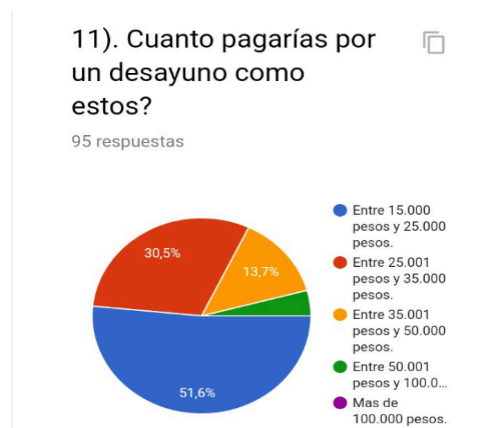
Tabla No.10



Fuente del autor

Esta investigación nos refleja la opción más viable para cada uno de nuestros clientes pero la más representativa logro tener un 26 % (25) Sándwiches de queso y jamón, omelette revuelto con Jamón, porción de fruta, 26 % (25) seleccionaron la opción crepes con Jamón y queso, café o chocolate, jugo de naranja natural, porción de fruta, 16.7 % (16) Crepes de dulce o de sal, Croassan ,café en leche, jugo de naranja, 17.7 % (17) seleccionaron Huevos con jamón artesanal, tocineta, queso mozzarella y el 13.5 % (13) seleccionaron la opción de 2 Huevos fritos,(2) mini salchichas + pancakes + jugo de naranja, en si vemos que nuestros combos tienen una buena aceptación pero se destaca el combo del Sándwiches se destaca por elección del cliente.

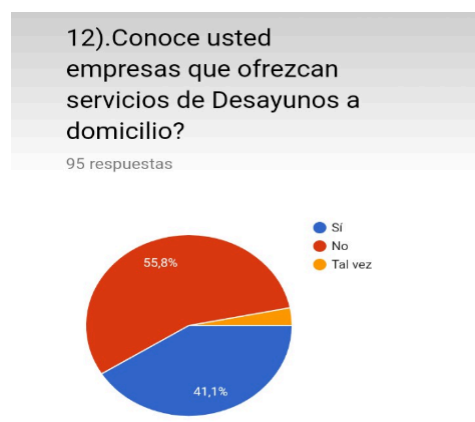
Tabla No.11



Fuente del autor.

El resultado de esta investigación nos permite conocer el valor monetario aproximado que las personas estarían dispuestas a pagar por este tipo de servicio, concluyendo que el 52.1 % (50) destinaria entre 15.000 y 25.000 pesos para dar un detalle como este, el 30.2 % ósea 29 personas invertirían entre 25.001 pesos hasta 30.000 mil pesos, 13.5 % (13) invertirían 35.001 pesos hasta 40.000 mil pesos, y el 4.2% (4) personas darían un desayuno sorpresa de un valor entre los 50.001 pesos hasta los 100.000 pesos, además también nos permite observar el poder adquisitivo de nuestros clientes y poder establecer el precio de venta de nuestros productos.

Tabla No.12



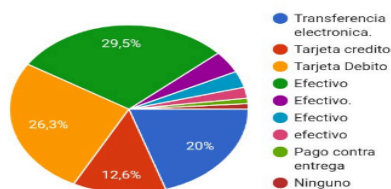
Fuente del autor

Como dato sorprendente observamos en esta investigación que de los 95 encuestados el 56.3 % (54) no tienen conocimiento de estas empresas diseñadas para realizar entrega de desayunos a domicilio, el 40.6 % (39) personas conocen el servicio porque en alguna oportunidad lo usaron o porque les contaron que estas empresas existían, el 3.1 % (3) aceptan el haber escuchado alguna vez de estas empresas.

Tabla No.13

13). Si contrataras el servicio de entrega desayunos Sorpresa a domicilio que medio de pago seleccionarías? *

95 respuestas



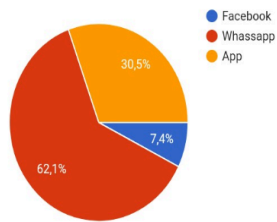
Fuente del autor.

Teniendo en cuenta que el medio favorito de los personas es con pago en efectivo con el 29.2 % (28) nos permite definir la política de manejo de la cartera para generar una buena liquidez, además vemos que los clientes siguen teniendo como base el adquirir productos y servicios con pago tarjeta debito con el 26 % (25), el 19.8 % (19) personas se inclinan por realizar una transferencia electrónica, y el 12.5 % (12) realizarían su forma de pago por medio de una transacción con tarjeta de Crédito lo cual en este momento es bueno ya que el tema de la seguridad informática es vital para nuestro negocio.

Tabla No.14

14).Que medio utilizarías
para realizar tu pedido? *

95 respuestas



Fuente del autor

Basandonos en esa respuesta podemos determinar los canales de comunicación para llegar a nuestros clientes y darles la informacion requerida el 62.5 % (60) manifiesta la utilizacion del Whassap para solicitar su pedido, como innovacion nuestra empresa implemtara ua APP la cual ocupo el segundo lugar 30.2 % (29) la cual implementariamos y dariamos a conocer a nuestros potenciales clientes por medio de las redes sociales y campañas publicitarias y el 7.3% (7) manifiestan utilizar la pagina en Facebook.

11. CONCLUSION DE LA INVESTIGACION

Después del desarrollo de las diferentes encuestas, podemos sacar como conclusión la gran aceptación por parte de los encuestados al servicio ofrecido, también pudimos determinar que las edades más relativas para el desarrollo de nuestra idea de negocio está entre los rangos de 21 años a los 40 años. Esto debido a lo que algunos de ellos manifestaban que no importaba el precio solo importaba que fuera algo genial, único y que sorprendiera a ese ser querido a quien iba dirigido.

Sabemos muy bien que hay empresas y personas dedicadas ya hace años en este sector de los Desayunos Sorpresa y con los cuales será difícil competir, pero nuestra empresa está empeñada en ofrecer un servicio de calidad y responsabilidad en donde nuestros clientes encontraran una forma diferente de realizar sus pedidos y con unos menús más sanos lo cual se busca hoy en día por parte de las personas.

También somos conscientes que la encuesta nos muestra que las personas muy poco conocen este tipo de negocio lo cual juega un papel importante en contra de nosotros como idea de negocio, que tendremos que trabajar fuertemente basados en entregar un servicio de calidad y de cumplimiento y ese valor agregado que entregaremos a cada uno de nuestros clientes. Además sabemos que para ocasiones especiales son más fáciles regalar detalles comunes como peluches, rosas y chocolates que un desayuno sorpresa.

La acogida de nuestra propuesta de negocio fue muy importante con un 86.7 % lo cual genera buenas expectativas, así también pudimos observar cuál de las opciones de menú fue la más aceptada ya que sus ingredientes son muy comunes y ayudan a que sea más fácil de aceptar.

Vemos con gran optimismo que la comunicación es muy importante en el desarrollo de nuestra idea de negocio ya que hoy por hoy el uso de las TIC es muy vital, debemos aparte de tener una página WEB, una Aplicación como la queremos implementar no solo para que nuestros clientes conozcan la conformación y servicios de la empresa y adquieran más confianza en los servicios que ofrecemos.

El estudio investigativo nos permitió ahondar y afianzar nuestros conocimientos para poder contar con herramientas precisas en la idea de creación de empresa con lo cual nos sentimos complacidos por todo el aporte y temática que se trabajaron y porque es gratificante que nuestro esfuerzo, constancia y dedicación se verán recompensados en el logro de los objetivos que se trazaron al inicio de estudio investigativo.

En el desarrollo de nuestro proyecto resaltamos el gran aporte del pensamiento emprendedor que nos inculca nuestra querida institución para encaminarnos en que todo es posible y que como futuros profesionales debemos ser agentes generadores de cambio y progreso para nuestro país.

De esta manera sentimos que éste proyecto será el primer paso para construir grandes metas tanto en nuestra parte académica como en lo profesional.

12. MARKETING MIX

Las 4 P's del marketing mix proporcionan una estrategia para conocer mejor el producto o servicio que se está ofreciendo, de esta manera se puede promocionar mejor el servicio mediante las ventajas que éste ofrece en los 4 sectores estratégicos:

12.1. PRODUCTO

Nuestra empresa ofrece un producto especial como es el desayuno un alimento a primera hora del día y el cual debe ser muy nutricional pero que a su vez sea un detalle bonito y especial para aquella persona a homenajear.

Además contaremos con la opción que nuestros clientes seleccionen o armen su desayuno especial lo cual generara que sus expectativas o necesidades sean cubiertas, se presentaran unas porciones adecuadas lo cual hará que cada uno de los homenajeados queden satisfecho con el desayuno sorpresa entregado.

12.1.1. Nivel Del Producto

Debemos tener un producto de gran calidad, los cuales al ser adquiridos por nuestros clientes causemos diferencia con los productos ofrecidos por nuestra competencia. Siempre al iniciar un proyecto o idea de negocio se genera gran expectativa por los servicios ofrecidos y los consumidores serán grandes críticos ante la expectativa del ingreso al mercado.

Esperamos que el producto tenga un gran valor tangible ya que los clientes contarán con el poder de decisión y la opción de elegir el combo y producto que desee.

10.1.2 Ficha Técnica De Nuestros Desayunos

Nuestra empresa Despertar de alegría inicialmente contara con 5 menús para los desayunos, los cuales contarán con una precio justo y serán de muy alta calidad, estos menús se prepararon contando con las nuevas necesidades saludable las cuales están dentro de las preferencias y gustos de nuestros clientes.

Los desayunos que Despertar de Alegría ofrecerá a los clientes son:

OPCION 1



- Crepes dulce o de sal de 80 gr.
- Croassan.
- café en leche.
- Jugo de Naranja.
- decoración con globo pequeño según ocasión especial, moño, bandeja y empaque decorativo.

OPCION 2



- Sándwiches de queso y jamón,
- omelette revuelto con jamón,
- porción fruta,
- café o chocolate,
- jugo natural de naranja,
- globo pequeño según ocasión, tarjeta, caja decorativa.

OPCION 3



- Crepes con jamón y queso.
- Café o chocolate.
- jugo naranja natural.

OPCION 4



- (2) Huevos fritos,
- (2) mini salchichas.
- (2) pancakes-

<ul style="list-style-type: none"> ● porción fruta, ● globo pequeño según ocasión, tarjeta, caja decorativa 	<ul style="list-style-type: none"> ● Jugo natural. ● Cortes de fruta. ● Bebida caliente. ● Globo pequeño, tarjeta, caja decorativa
 <ul style="list-style-type: none"> ● Huevos con jamón artesanal, ● tocineta, ● queso mozzarella y albahaca con hogao, jugo natural. ● Café, acompañados de mini baguette, globo pequeño según la ocasión, tarjeta, caja decorativa. 	



12.2. PRECIO

El precio de nuestros productos se fijaran con relación a los costos de fabricación de cada combo de desayuno, motivo por el cual se debe realizar una investigación del mercado para validar el costo de cada ingrediente y en base a esto realizar una proyección al cobro del producto final a nuestros clientes.

Para tener un buen manejo de nuestros productos estableceremos un precio base y único para desde allí nuestros clientes puedan tener mejores opciones de selección de acuerdo a los precios y que se convierta en una decisión en la cual no influya el valor estipulado sino nuestras selecciones según la variedad del menú.

La calidad en nuestros productos y la gran diferencia en el servicio que se proporcionen a nuestros clientes permitirán que podamos ser comparados con nuestra competencia directa pero que seamos seleccionados por nuestros clientes por la gran variedad de productos ofrecidos los cuales tendrán gran diferencia con los ofrecidos por la competencia.

12.3. PLAZA

Para esta idea de negocio estableceremos como Plaza la ciudad de Bogotá, específicamente el sector sur de la ciudad, en el cual contaremos con una ubicación estratégica, en redes sociales y en nuestra página web con lo cual nuestros clientes tendrán gran acceso a conocer nuestra operación y productos.

Con esta estrategia pretendemos acceder a este gran grupo de mercado que tenemos disponible en la zona sur de Bogotá en donde podemos llegar más cerca a nuestros consumidores.

12.4. PROMOCION

Para esta etapa de nuestra empresa la promoción del servicio y productos que ofreceremos lo haremos mediante una campaña BTL (Below the line), la cual es una técnica del marketing que nos permitirá utilizar las formas masivas de comunicación con lo cual podremos llegar a los clientes específicos para poder desarrollar el impulso o promoción del producto mediante acciones mediante las cuales y utilizando la creatividad e inventiva para colocarla en cada oportunidad en la cual podemos ver reflejada la inventiva de crear canales novedosos para comunicar nuestros mensajes a nivel interno.

También buscamos opciones alternativas para poder promocionar y llegar a nuestros clientes con una entrega física con lo cual podremos ir adicionando a nuestra empresa una base de datos la cual podemos posteriormente conocer para cuando nuestros clientes realicen sus pedidos.

Dentro de estas posibles herramientas contempladas para la utilización masivamente tenemos;

- ☐ Publicidad en medios de comunicación.
- ☐ Volantes entregados distribuidos en puntos clave como centros comerciales, conjuntos residenciales por un personal el cual sea reconocido por los uniformes y POP que se lleve de nuestra empresa-
- ☐ Nuestra página Web la cual crearemos para nuestros clientes potenciales con el propósito de darnos a conocer como empresa, en donde nuestros visitantes tienen la posibilidad de conocer de primera mano los servicios y productos que ofrecemos, en esta misma página tendremos una línea de servicio al cliente con la cual podremos realizar la validación de las reclamaciones por inconformidad, todo con el objetivo de mejorar las expectativas que tienen nuestros clientes.

13. LOGO

creado por Luis Alvarez



14. SLOGAN

“Un buen desayuno lleva su tiempo... más cuando es sorpresa.”

BIBLIOGRAFÍA

Libros

- BARQUERO José Daniel, Rodríguez de Lleudar Carlos, Barquero Mario y Huertas Fernando, 2007, Pág. 1. *Marketing de Clientes ¿Quién se ha llevado a mi cliente?* Segunda Edición Interamericana de España, McGraw-Hill.
- ROBBINS, DECENZO, & COULTER, 2013, pág. 274, la motivación se refiere al proceso por el que los esfuerzos de una persona se energizan, mantienen y orientan hacia el logro de una meta.
- ROBBINS, DECENZO, & COULTER, 2013, pag.16. Siempre se pensó en el enfoque del cliente era responsabilidad del área de marketing, pero la actitud y conducta de los empleados desempeñan un rol muy importante en la satisfacción del cliente.

- HEIZER & RENDER, 1997, pág. 84, La Gestión de Calidad se refiere a un énfasis en la calidad que comprende a toda la organización, desde los proveedores hasta los clientes. Acentúa el compromiso de la dirección en la conducción de la compañía a través de un camino de excelencia en todos los aspectos de los productos y servicios que sean importantes para los consumidores.

Links

- <http://www.cim.co.uk/resources/glossary/home.aspx>.
- http://www.marketingpower.com/_layouts/Dictionary.aspx?dLetter=C.
- <http://www.bogota.gov.co/localidades/chapinero>.
- <http://www.finanzaspersonales.com.co/ahorro-e-inversion/articulo/como-elegir-nombre-exitoso-para-su-empresa/46497>
- http://www.icex.es/icex/es/pagina-no-encontrada/index.html;JSESSIONID_ICEX=IBT0VNgSptQdh9jcQKGcSd2RFvdcZxJ0h1YNQ1RJ4ZBLyJ7rTchX!2125946803.
- <http://managersmagazine.com/index.php/2009/06/5-fuerzas-de-michael-porter/>.
- <https://www.google.com.co/search?q=fuerzas+de+porter+definicion&espv=2&biw=1440&bih=775&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ei=5FNNVa2oGJG1sQSdzIGgDw&ved=0CAYQAUoAQ#imgre=>
- http://www.rues.org.co/RUES_Web/Consultas.
- <http://www.cim.co.uk/resources/glossary/home.aspx>.
- http://www.marketingpower.com/_layouts/Dictionary.aspx?dLetter=C.

- <http://www.finanzaspersonales.com.co/ahorro-e-inversion/articulo/como-elegir-nombre-exitoso-para-su-empresa/46497>.
- <http://www.misionpyme.com/home/gacela/>.
- <http://fuerzasdeporter.blogspot.com/>.
- <http://fuerzasdeporter.blogspot.com/>.

Grá