

AVANCE DE CREACION DE EMPRESA SEMANA 1 a la 13



POR:

JOHANA ESCORCIA MERIZALDE

INGRID GARNICA MONCALEANO

UNIVERSIDAD CORPORACION UNIFICADA NACIONAL

CUNDINAMARCA

CREACION DE EMPRESAS 1

BOGOTA

21 DE NOVIEMBRE 2020

LOGO CORPORATIVO



Nuestro Logo corporativo es combinación entre sabores y sentimientos, el negro que representa la noche y el color rojo que simboliza la pasión, el Amarillo la alegría que genera nuestros productos y el azul la amplia gama de servicios que nuestra empresa oferta a todos sus clientes.

Con el fin de atrapar a nuestro posibles consumidores, implementamos este logo llamativo, armónico y de alto impacto a los ojos los cuales reflejan una señal de diversión y alegría

COMPROMISO DEL AUTOR

Yo Ingrid Janneth Garnica Moncaleano con **c.c 1233495183** y Delia Johana Escorcía Merizalde con **c.c 1012420493** estudiantes del programa Administración en Servicios de la Salud declaramos que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, somos responsables directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas

Ingrid Moncaleano

c.c1233495183 Bogotá

Johana Escorcía

c.c1012420493 Bogotá

INTRODUCCION

COCPARTY nace a partir de una reunión de un grupo de amigos bartenders con diferentes habilidades en el campo de la coctelera y bares de la ciudad, con expectativas de enamorar a sus clientes convirtiéndolos en amigos a través de los sabores en la coctelera y diferentes habilidades en la preparación de cocteles de la más alta calidad, "COCTELES" es una empresa consolidada y en punto de florecimiento en el mercado con su diversidad de colores, sabores y excelente servicio y atención.

Este proyecto se basa en la creación de un producto novedoso en la ciudad de Bogotá, con el fin de posicionarlo a nivel nacional e internacional generando con el tiempo una rentabilidad, satisfacción y alegría a los clientes, además dando un buen impacto socioeconómico.

el proyecto busca principalmente atender la demanda de algunas empresas de ofrecer a sus empleados, directivos y clientes ofreciendo una bebida de calidad que aporte los requerimientos nutricionales adecuados a un precio razonable al alcance al público mayores de 18 años de edad reduciendo los recorridos de desplazamiento, mejorando su preparación y ahorrándoles tiempo, de manera oportuna, eficaz y con eficiencia, logrando de esta manera una retribución económica por el trabajo desarrollado un excelente producto y de inversión realizada.

JUSTIFICACIÓN

Hoy en día los consumidores se preocupan más por buscar productos que satisfagan su necesidad para la cual hemos pensado en desarrollar estrategias, las cuales se incentiven el consumo de bebidas como los cocteles, por medio de espacios como los bares, restaurantes entre otros sitios en donde se venden bebidas tropicales para todo tipo de público mayor de edad, esto se debe a un alto número de personas que gustan de estas bebidas tropicales y por esto, frecuentan mucho estos lugares. Con esta propuesta se quiere pensar en aquellas personas que, por motivos ya mencionados, no acceden a este tipo de productos y desean consumir otro tipo de bebidas diferentes a parte de las gaseosas y otro tipo de líquidos comunes.

Los cocteles son bebidas exquisitas y hay variado público que gusta de estas, este es un tipo de bebida fina que atrae mucho a los adultos, otro tipo de bebidas que se pretende comercializar, en este caso son un tipo de coctel que ofrece gusto al paladar y adecuados precios al consumidor. Y así con esto crear una empresa de este tipo de cocteles y satisfacer la necesidad de aquel público que no acceda a bebidas tropicales y que desearía consumir algo exquisito e innovador.

OBJETIVO GENERAL

Establecer una empresa de bebidas y cocteles, que busca distribuir diferentes productos en el mercado de las bebidas, ofreciendo un fácil acceso económico a estas.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ▶ Satisfacer a los clientes con nuestra diversidad de productos.

- ▶ Promover una buena salud para que toda ocasión se disfrute sin necesidad de embriagarse.

- ▶ Generar una muy buena experiencia mediante un excelente servicio por parte de nuestro personal

PROBLEMAS

1. Debido a la contingencia que estamos viviendo hoy en día con el Covid-19 la producción de la venta de licores se verá un poco afectada, ya que lo que más se asegura en este tipo de lugares son aglomeraciones.
2. La baja economía del país genera que algunas personas queden sin trabajo, por lo cual las necesidades de segundo y tercer planos deben quedar en el olvido para poder sobrevivir con lo necesario.
3. La falta de proveedores para la materia prima de los alcoholes, el incremento de valores en estos mismos.

OPORTUNIDADES

1. Crear nuevas estrategias de venta como: domicilios, ofertas, sorteos.
2. Con lo anterior poder ganar más clientes sin la necesidad de que ellos salgan de sus casas.
3. Innovar al público con lo mejor de nuestros cocteles.

Con lo anterior podemos evidenciar que los problemas anteriormente mencionados pueden tener una solución remota. Ejemplo:

1. Para evitar la aglomeración en los sitios de consumo, nosotros evitaremos esto creando domicilios para evitar que las personas tengan contacto con el exterior.
2. Se puede evitar la falta en las ventas creando bazares, sorteos y demás para incentivar a las personas que crear un gasto, ya sea a domicilio o auto-servicio.

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

OBJETIVO #8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO.

En nuestra empresa se implementará un empleo digno para jóvenes que aún no han adquirido experiencia laboral y entre estos también se planea ingresar a jóvenes que estén en su etapa universitaria y todo esto depende del crecimiento económico que vayamos obteniendo y manejando.

OBJETIVO #12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLE.

Nos encontramos en este objetivo puesto que, a pesar de ser una empresa de licor y cocteles, el consumo de los mismos será de manera responsable desde el punto de vista de la pandemia que estamos viviendo.

VALOR COMPARTIDO.

Como se indica anteriormente el crecimiento económico de la empresa ira a su vez incrementando también el área productiva por lo cual esto generara más empleo y es aquí en donde llegaremos a lo que se llama un valor compartido. Los trabajadores nos ofrecerán sus servicios y nosotros a cambio les daremos una estabilidad económica y comodidad laboral.

ANALISIS PESTEL

FACTOR POLÍTICO

Los niveles de pobreza del entorno, los índices de desigualdad, el desarrollo económico, el acceso a recursos de los habitantes, así como la forma en todo ello afecta a la actividad de cocteles u organización también podemos decir de problemas de mercado nacional, la inestabilidad en muchas zonas del planeta hoy en día hace que una empresa más compleja y se hace más dividido sea más una amenaza que una oportunidad.

FACTOR ECONÓMICO

Tras las crisis mundiales de la última década se abre ahora un ciclo expansivo de la economía, que, aunque frágil es una oportunidad para al calor de la mejora económica, y el incremento del consumo, incrementar las ventas la compañía una oportunidad lugares se podría decir tanto nacional como fuera del país de mejorar las condiciones para gran parte de su población que se ha incorporado a la economía de consumo de licores a nivel mundial que suponen un ingente número de potenciales nuevos clientes

FACTOR SOCIAL

una población con mejor preparación y más individualista y exigente, quiere experiencias personalizadas para líderes como con más de un 75% del mercado mundial supera todo un desafío nos referimos son la evolución y variedades de cocteles, tanto por sabores , diseño, creatividad, calidad y variedad de producto artesanales entre otras se han realizado estudios de pequeñas marcas donde se puede ver la querencia de diferenciación por parte de una parte cada vez mayor por un gran gusto de nuevos productos, pero para nuestros cocteles podría ser una gran amenaza

CRECIMIENTO DE BEBIDAS SALUDABLES

Gracias a las bebidas saludables un hecho que está empezando a cambiar muchos hábitos y costumbres de gran parte de la sociedad cada vez más preocupa por tener una alimentación saludable como en el punto anterior esto supone una oportunidad para el lanzamiento de nuevos productos.

CRECIMIENTO DE BEBIDAS EN CÓCTELES

La incorporación del mercado y su desarrollo económico generan oportunidades como esta. Para que una empresa los cocteles Company se puedan dedicar a la distribución y servicio dándole un gran valor de venta de otros productos distintos.

FACTOR TECNOLÓGICO

La más efectiva distribución se genera a través de herramientas autónomas que puedan abaratar coste de distribución y la implementación del producto como tal, dándole un funcionamiento de la automatización ofreciendo cierta calidad de producto siendo muy relevantes y no afectando al uso ni costumbres de los consumidores, no veo que vaya a ser una gran amenaza para el éxito actual de cocteles Company

FACTOR ECOLÓGICO

El aumento de la contaminación, la regulación de consumo de energía o las leyes de protección medioambientales suponen una amenaza para la rentabilidad del proceso, pero a la vez suponen una manera de diferenciarse siendo respetuoso con el medio ambiente, suele suponer un desembolso económico, desembolso que seguramente pocas compañías de cocteles Company podrán llegar a realizar una de ellas utilizando también medidas orgánicas

FACTOR LEGAL

La tendencia a que cada vez más los consumidores quieren saber todos y cada uno de los ingredientes de cada producto alimenticio podría llevar para así poder en un futuro sin determinar los ingredientes secretos de cada producto

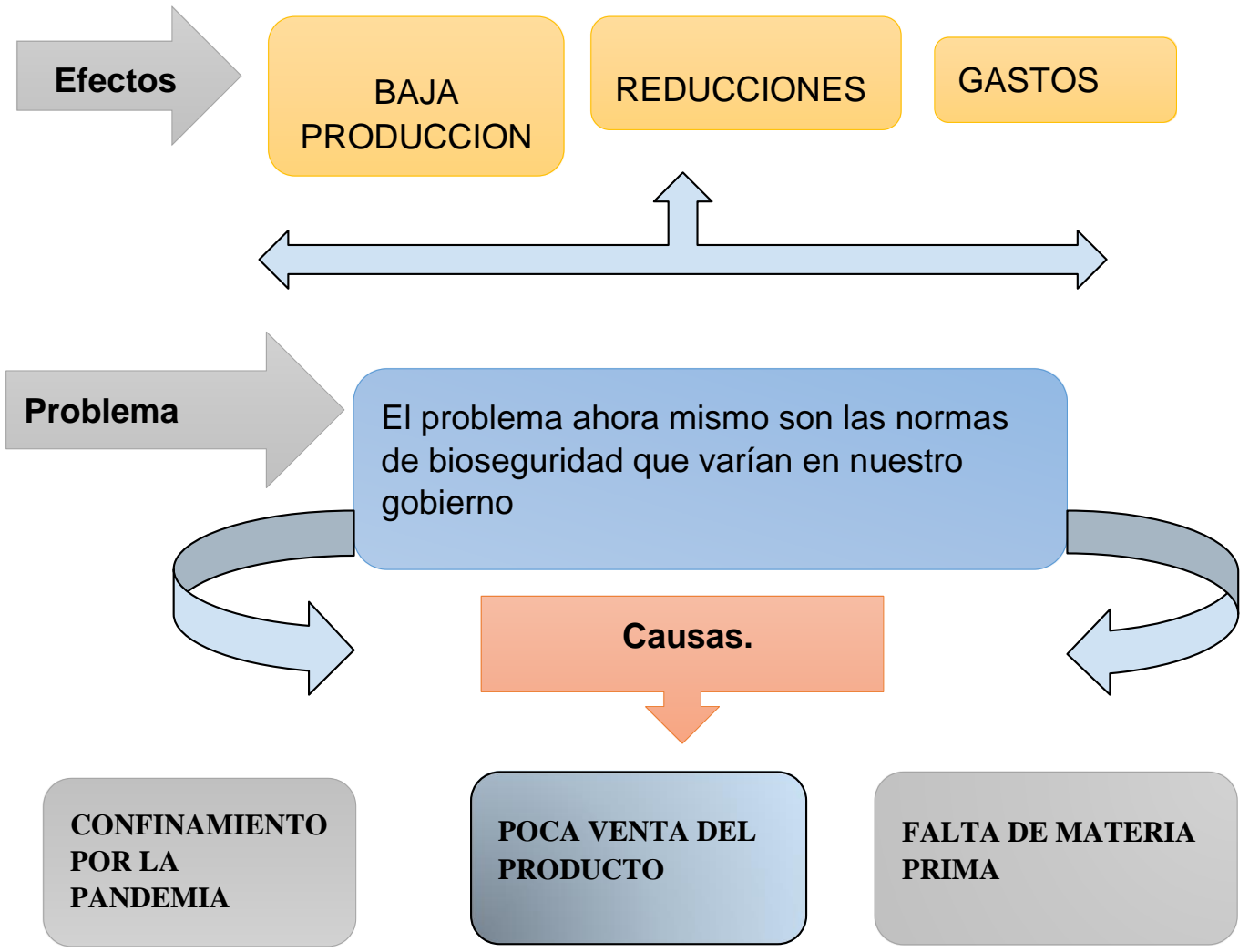
IDENTIFICACION DEL PROBLEMA

Hoy en día es sabida la circunstancia por las que estamos pasando en nuestro país, pero, todos llegamos a un punto en el que nos vemos afligidos, estresados y hasta molestos por vivir de la rutina. Es por esto que hemos decidido crear una de las empresas que ayude a sobrellevar este tipo de situaciones. Aquí manejaremos diferentes tipos de clientes y de diferentes edades, es por eso que un gran problema de nuestra empresa sería generar el alcoholismo en personas jóvenes y mayores. Ya que poco o mucho se sabe que este problema de adicción es muy difícil de tratar y eso asociado a la situación del mundo puede ser más efectiva.

PROBLEMA QUE AFECTA EL ENTORNO AL QUE PERTENECEMOS

El problema principal sería la falta de ventas de nuestros cocteles y es más que obvio el aclarar el por qué, ya que la gente preferirá gastar su dinero en los más necesario y básico para vivir.

CRITERIO	PROBLEMA 1	PROBLEMA 2	PROBLEMA3
Conocimiento o experiencia	Medidas de bioseguridad	Pocas ventas del producto	Falta de materia prima
Asesoramiento de un experto (si se requiere, ¿lo tenemos?)	4	4	4
Alcance (Técnico ¿Tenemos las herramientas? ¿Podemos desplazarnos para evaluar el problema? ¿Tenemos acceso a información/datos/cifras? ¿Puedo darle alguna solución?)	4	3	3
Tiempo (posible solución)	3	2	2
Costo (posible solución)	3	3	3
Impacto ¿Es trascendental? ¿Representa un desafío para ustedes?	3	3	3
¿Qué tanto les llama la atención el desarrollo del problema?	4	5	3
Total	21	20	18



¿Cuál es el producto o servicio?

¿Cuál es el cliente potencial?

Venta de Cocteles

Son aquellos que no les gusta vivir de la rutina, aquellos que desean pasar un rato agradable con sus amigos y ¿por qué no? Volverse clientes fieles. Estaremos ubicados en un área con alto comercio entre las universidades y empresas.

¿Cuál es la necesidad?

Brindarles a todos nuestros clientes un ambiente agradable y familiar. En donde entre semana se puede disfrutar de un lugar para hacer trabajos o reuniones empresariales y en la noche será un bar.

¿Cómo funciona el producto o servicio?

Comenzaremos con pequeños locales en lo que se termina las normas establecidas, después de esto y de ganar un gran porcentaje de clientes se trasladara todo a lugares más grandes y con varias sedes en las diferentes localidades de la ciudad. Así mismo

brindaremos un servicio con todo el protocolo establecido para que la gente esté segura de lo que está consumiendo

¿Por qué lo preferirían

A diferencia de nuestra competencia nosotros otorgaremos una ambiente familiar y también un ambiente muy social.

CUATRO ALTERNATIVAS DE IDEA DE NEGOCIO INICIAL

1. Crear un espacio que los estudiantes o empresarios puedan utilizar como alternativa al momento de realizar reuniones o bien simplemente sentarse a conversar.
2. Mientras nuestro producto adquiere reconocimiento en donde nos encontramos situados, haremos un 2x1 esto con el fin de que las personas puedan explorar todos los sabores y variedades exóticas que tenemos en nuestra empresa.
3. Después de que todo el tema de la pandemia termine, crearemos un outsourcing. Esto con el fin de que a sus fiestas familiares lleven lo mejor la experiencia de nuestros bartender
4. A muy largo plazo, se podría agregar a nuestro listado de servicios, el servicio de restaurante bar.

NUESTRAS COMPETENCIAS.

Una de nuestra competencia más grande ya que se asemeja más a el tipo de empresa que queremos manejar en “SHEPIA PUB”

ESTRATEGIAS DE INNOVACIÓN ENTRE LA COMPETENCIA Y NOSOTROS

Nuestra competencia anteriormente mencionada tiene un servicio muy similar al que nosotros queremos implementar, tenemos algo que nos diferencia y es nuestra ubicación. Shepia se encuentra ubicado simplemente en el sur, nosotros lo haremos en todas las localidades de la ciudad, esto con el fin de que nadie se quede sin la experiencia de ingresar a nuestro fantástico lugar. Adicional a esto, nuestros trabajadores serán tanto bantender profesionales como estudiantes de universidad que simplemente necesiten un empleo para ayudar en sus gastos, y este perfil nos ayudaría a atraer más clientela, porque teníamos lo que llamamos un publicista.

MANHATTAN CLUB

Es un sitio que ofrecerá la venta de licor y diversos cocteles, creando un ambiente familiar y también estudiantil.

Las personalidades de mis usuarios son aquellos jóvenes que les gustan divertirse, pero de una manera sana, que les gusta hacer sus trabajos en otro tipo de ambiente, algo más calmado, pero siempre disfrutando de un rico coctel.

Nombre del competidor	Producto	Precio	Servicio (ventaja competitiva)	Ubicación
BBC	Venta de licor	Entre 20 mil y 30 mil	Servicio a la mesa, venta de comida y licor	Zona ROSA
Otro lugar...	Venta de licor	Entre 7 mil y 10 mil el licor normar	So lo manejan la venta del licor tradicional	Zona ROSA

ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN

Según lo estudiado frente al lugar donde se espera realizar las dos sedes, la competencia directa, sería el resto de bares en donde ya tengan sus clientelas y la ser nuevos en el mercado tendríamos que buscar muy buenas estrategias para darnos a conocer. La competencia indirecta que tenemos serían las licorerías y dulcerías del sector, ya que algunas personas preferirán comprar algo para llevar a sus casas y así mismo estar en un ambiente más cómodo.

ANÁLISIS DE LOS PROVEEDORES.



	Licores Fausto Con 38 años de cálido servicio y ubicada en el exclusivo sector de la carrera 51 con calle 82, Licor BARRANQUILLA, ATLÁNTICO, COLOMBIA, CARRERA 51 #82 - 60, BARRANQUILLA		John Rodriguez Co. y Cia. S.A. Distribuímos y representamos productos y marcas innovadoras, penetrando de forma eficiente los merca ITAGUI, ANTIOQUIA, COLOMBIA, CARRERA 42 # 86-35, ITAGUI
	PREMIUM BEERS SAS Somos una compañía Colombiana dedicada a la importación, comercialización y distribución de cervezas importadas a nivel nacional. COLOMBIA, CRA 103 NO. 23D-52		Eurovino Importadores de bebidas Premium y ultra Premium para Colombia. Jagermeister, Midori, Bowmore y Crist BOGOTÁ D.C., COLOMBIA, CARRERA 10 # 23- 63 ED. HOTEL SAN FRANCISCO, BOGOTÁ
	Destilería Nacional S.A. :: Grupo Sterling GRUPO STERLING, es una asociación de empresas dedicadas a la Producción, Importación y Comercializac BOGOTÁ D.C., COLOMBIA, CALLE 25D NO.95-76		Argencol :: Vino Sin Palabras Somos una comercializadora de productos de Mendoza, Argentina para Colombia. Vino Sin Palabras BOGOTÁ D.C., COLOMBIA

Estás son algunos de los proveedores con los cuales podriamos trabajar todo dependiente de los precios y ofertas que nos puedan mantener. Claramente nos falta una de las principales que en este caso es Bavaria el cual sería uno de nuestros más grandes aliados. Tambien se incluiran macroempresas para la frutas que llevaran los cocteles.

15 BONDADES

- Servicio 100% al usuario final)
- Calidad (productos, y servicios) con los mejores niveles de calificación de calidad
- Comodidad (ubicación, lugar a nivel nacional con muy buen ambiente
- Capacitación (formación por parte de la empresa)
- Conocimiento (sabiduría del producto manejo del producto
- Servicio clientes y distribuidores (para todos nuestros clientes empresa, sociedades, grupos familiares)
- Precios (productos y servicios competitivos con los mejores precios
- Soporte (soporte 24/7) préstamo de soporte con muy buenas características y servicio
- surtido (diferentes sabores) variedad de productos para niños con bajo consumo de alcohol, jóvenes y adultos esto en base a nuestros clientes
- Distribución (nivel local)
- Competencia local (muy buena competencia con demás competidores)
- Domicilios del producto (mercancía puerta a puerta)
- Publicidad (en todos los contenidos mayas, folletos, botones y comerciales)
- Asesoría (presencial, telefónica y virtual)
- Naturales (cocteles 100% naturales) según las indicaciones de los clientes

EJERCICIO DE BUYER

<p>cliente grupo familiar (niños, jóvenes, adultos mayores)</p> 	<p>Describe los miedos, frustraciones y ansiedades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Inseguridad (ubicación, delincuencia) • Cuidado (delincuencia) • Salud (alcohol adulterado, consumo para niños y adultos mayores) • Económicos (precios y costos) • Políticas de contenido • Calidad de servicio al cliente 	<p>Desea, necesidad, anhela y sueña</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tomar y algo relajante • Pasar un buen rato con familiares un rato con una buena bebida • Conocer más sobre los cocteles que me ofrecen
<p>Demográficos y geográficos</p> <p>Ubicación estamos ubicados en la ciudad de Bogotá en el sector de</p>  <p>bosa en la parte de bares</p>	<p>¿Qué está tratando de hacer? y por qué es ¿importante para ellos?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tener conocimiento importante de lugares donde se comercializa estos productos e ingredientes 	<p>¿Cómo alcanza esas metas hoy? ¿Hay alguna barrera en su camino?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Poco reconocimiento • Falta de una ubicación para ingreso del cliente • Realizando mercadeo para llegar a más usuarios
<p>Frases que mejor describen sus experiencias</p>	<p>“un buen coctel alegra un buen momento”</p> <p>“los mejores detalles los encuentras en un coctel”</p>	
<p>¿Existen otros factores que deberíamos tener en cuenta?</p>	<p>Muy pocos la mayoría son por ubicación y otros por la parte económica</p>	

cliente grupo social



Describe los miedos, frustraciones y ansiedades

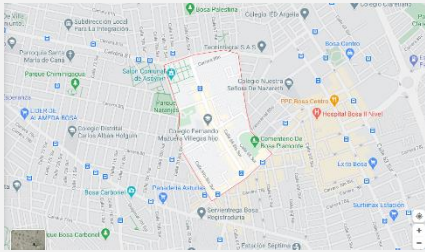
- Inseguridad (ubicación, delincuencia)
- Cuidado (delincuencia)
- Salud (alcohol adulterado, consumo para adultos mayores)
- Económicos (precios y costos)
- Políticas de contenido
- Calidad de servicio al cliente

Desea, necesidad, anhela y sueña

- Tomar y algo relajante
- Pasar un buen rato con mis amigos, colaboradores un rato con una buena bebida
- Conocer más cocteles que me ofrecen nuestros clientes

Demográficos y geográficos

Ubicación estamos ubicados en la ciudad de Bogotá en el sector de bosa en la



parte de bares

¿Qué está tratando de hacer y por qué es importante para ellos?

- Tener conocimiento importante de lugares donde se comercializa estos productos e ingredientes

¿Cómo alcanza esas metas hoy? ¿hay alguna barrera en su camino?

- Poco reconocimiento
- Falta de una ubicación para ingreso del cliente
- Realizando mercadeo para llegar a más usuarios

Frases que mejor describen sus experiencias

“un buen coctel alegra un buen momento”

“los mejores detalles los encuentras en un coctel”

¿Existen otros factores que deberíamos tener en cuenta?

Muy pocos la mayoría son por ubicación y otros por la parte económica

cliente grupo empresarial



Describe los miedos, frustraciones y ansiedades

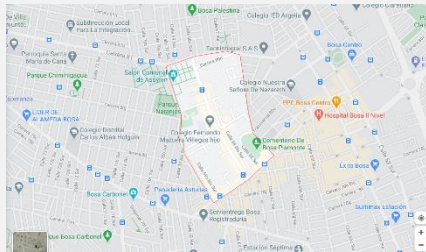
- Inseguridad (ubicación, delincuencia)
- Cuidado (delincuencia)
- Salud (alcohol adulterado, consumo para niños y adultos mayores)
- Económicos (precios y costos)
- Políticas de contenido
- Calidad de servicio al cliente

Desea, necesidad, anhela y sueña

- Tomar y algo relajante
- Pasar un buen rato con mis clientes un rato con una buena bebida
- Conocer más cocteles para ofrecerlos a nuestros clientes

Demográficos y geográficos

Ubicación estamos ubicados en la ciudad de Bogotá en el sector de



bosa en la parte de bares

¿Qué está tratando de hacer y por qué es importante para ellos?

- Tener conocimiento importante de lugares donde me comercializa estos productos

¿Cómo alcanza esas metas hoy?

¿hay alguna barrera en su camino?

- Poco reconocimiento
- Falta de una ubicación para ingreso del cliente
- Realizando mercadeo para llegar a más usuarios



Frases que mejor describen sus experiencias

“un buen coctel alegra un buen momento”

“los mejores detalles los encuentras en un coctel”

¿Existen otros factores que deberíamos tener en cuenta?

Muy pocos la mayoría son por ubicación y otros por la parte económica

<p>cliente grupo distribuidores</p> 	<p>Describe los miedos, frustraciones y ansiedades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Inseguridad (ubicación, delincuencia) • Cuidado (delincuencia) • Salud (alcohol adulterado, consumo para niños y adultos mayores) • Económicos (precios y costos) • Políticas de contenido • Calidad de servicio al cliente 	<p>Desea, necesidad, anhela y sueña</p> <ul style="list-style-type: none"> • Manejar y algo relajante • Pasar un buen rato con mis clientes un rato con una buena bebida • Conocer más cocteles para ofrecerlos a nuestros clientes
<p>Demográficos y geográficos</p> <p>Ubicación estamos ubicados en la ciudad de Bogotá en el sector de</p>  <p>bosa en la parte de bares</p>	<p>¿Qué está tratando de hacer y por qué es importante para ellos?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tener conocimiento importante de lugares donde me comercializa estos productos • Distribuir nuestros productos a esta empresa 	<p>¿Cómo alcanza esas metas hoy? ¿hay alguna barrera en su camino?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Poco reconocimiento • Falta de una ubicación para ingreso del cliente • Realizando mercadeo para llegar a más usuarios
<p>Frases que mejor describen sus experiencias</p>	<p>“un buen coctel alegra un buen momento”</p> <p>“los mejores detalles los encuentras en un coctel”</p>	
<p>¿Existen otros factores que deberíamos tener en cuenta?</p>	<p>Muy pocos la mayoría son por ubicación y otros por la parte económica</p>	

PREGUNTAS Y RESPUESTAS

✓ **Describe lo siguiente:**

a. ¿En dónde encuentra personas similares a su cliente ideal? ¿Si su negocio es B2B, donde se encuentran las compañías que son su cliente?

- Las personas similares con mis clientes ideales la mayor parte la encontramos en los entornos empresariales, sociales y de formación.
- El negocio ya sea B2B encontramos las compañías las encontramos con nuestros distribuidores.

b. ¿Qué valores destacan a su cliente ideal? Escriba mínimo 5

- Respeto
- Tolerancia
- Conocimiento
- Amabilidad
- Honestidad

c. ¿Qué encuentra en el entorno de su cliente durante la semana? Con entorno, nos referimos a cómo y con quienes se relaciona durante una semana normal.

- En el entorno laboral y social de mi cliente notamos y nos encontramos que dentro una semana de trabajo tenemos la parte de amistad y descanso por parte del cliente en un clima favorable para las dos partes. (negocio, cliente)

d. ¿Cuáles cree que sean las necesidades más urgentes que presenta su cliente ideal?

- Un cliente ideal presenta varias necesidades la más importante es encontrar un lugar para deleitar su coctel favorito y salir de la rutina

✓ **Tome las bondades descritas en el numeral 1 y explique cómo se ajustan a su cliente ideal descrito en el numeral dos, teniendo muy en cuenta sus anotaciones del numeral 3.**

- Servicio (préstamo de servicio a uno o más clientes)
- Calidad (prestar un buen producto, y servicios)
- Comodidad (tener muy buena ubicación y lugares para este servicio)
- Capacitación (formación por parte de la empresa a todos nuestros colaboradores)
- Conocimiento (manejo por parte de los colaboradores y sabiduría del producto)
- Servicio clientes y distribuidores (resolver dudas e inquietudes de nuestro cliente)
- Precios (manejo de muy buenos precios para productos y servicios)
- Soporte (siempre tener atención y soporte 24/7)
- surtido (mantener siempre surtido con diferentes sabores)
- Distribución (desarrollar una muy buena distribución a nivel local)
- Competencia local (muy buena competencia con demás competidores)
- Domicilios del producto (mercancía puerta a puerta para cliente potencial)
- Publicidad (en todos los contenidos mayas, folletos, botones y comerciales)

- Asesoría (presencial, telefónica y virtual)
- Naturales (cocteles 100% naturales con muy buenos protocolos de elaboración)

Ahora ya conoce a su cliente y sabe cómo su producto puede suplir la o las necesidades del mismo.

- ✓ **Tome nota de los otros actores del mercado que ofrecen cosas similares a su producto.**
 - Realizando un estudio de mercadeo sobre los demás actores que ofrecen productos similares al mío tomamos y tenemos en cuenta que son varios en los cuales se encontramos algunos bares y empresas que tiene su producto propio que también maneja otros tipos y suministros que haces que tengamos una baja producción y distribución de nuestro producto
- ✓ **Cuál es la población total de personas o negocios que potencialmente podrían comprar su producto o productos similares al suyo.**
 - La población total de personas o negocios están en dos partes usuario personal que sería el cliente de a pie, empresario trabajador y estudiante
 - Organización serian bares, empresas y organizaciones de distribución de cocteles a nivel nacional

✓ **Cuántas personas o negocios necesariamente deben suplir su necesidad con un producto igual, similar o sustituto al suyo.**

- La totalidad de las personas y negocios con la que se pueda suplir la necesidad de un producto igual o similar el mío sería entre colaboradores y distribuidores son más 10.000 posibilidades de millones para sobre salir de estos productos y así sería la posibilidad de tener la solución de un producto final y servicios.

✓ **Cuántas personas o negocios presentan alto potencial de adquirir su producto**

- El potencial de personas y negocios que puedan adquirir nuestros productos entre personas y negocios son bastantes el número se puede contar entre millones al dar a conocer nuestro producto.

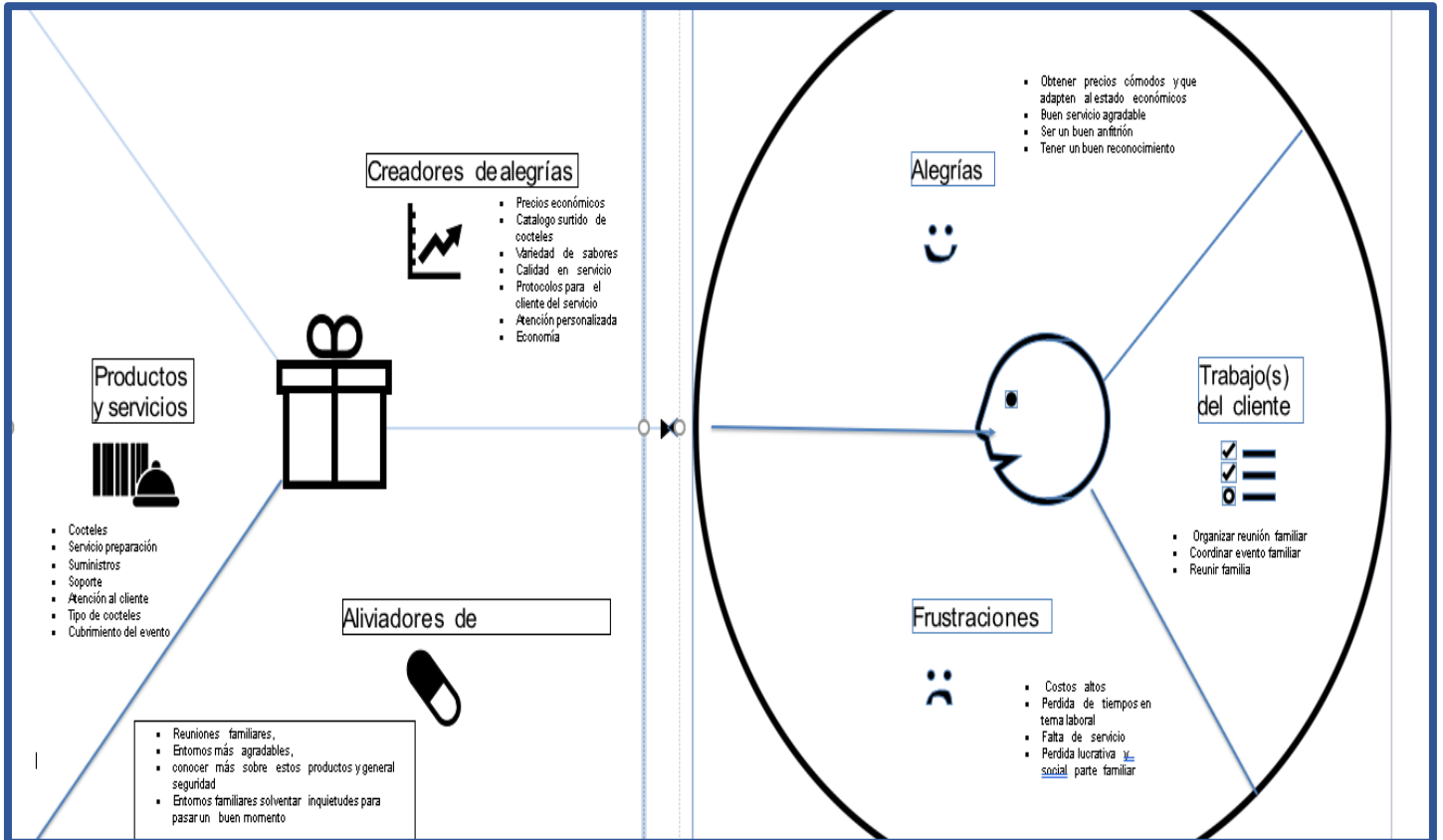
✓ **Cuántas personas o negocios definitivamente suplirían sus necesidades con su producto**

- en esta área las totalidades de personas y organizaciones que definitivamente suplirá su necesidad con nuestros productos son bastantes entre nuestros clientes para cualquier evento social o empresaria esto se estará contando desde millones de clientes.

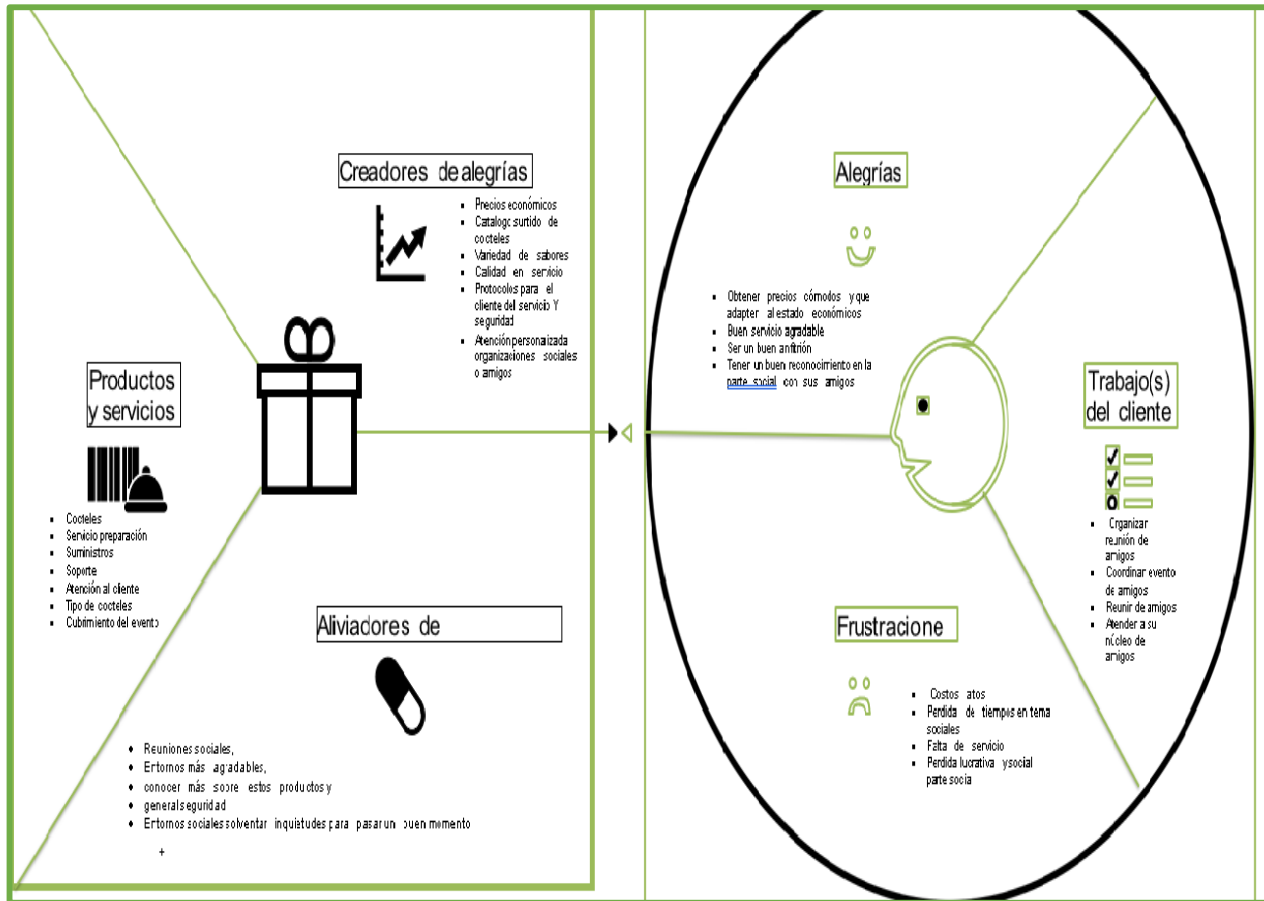
EL LIENZO DE LA PROPUESTA DE VALOR

Propuesta de valor: **COCTELES MANHATHAN**

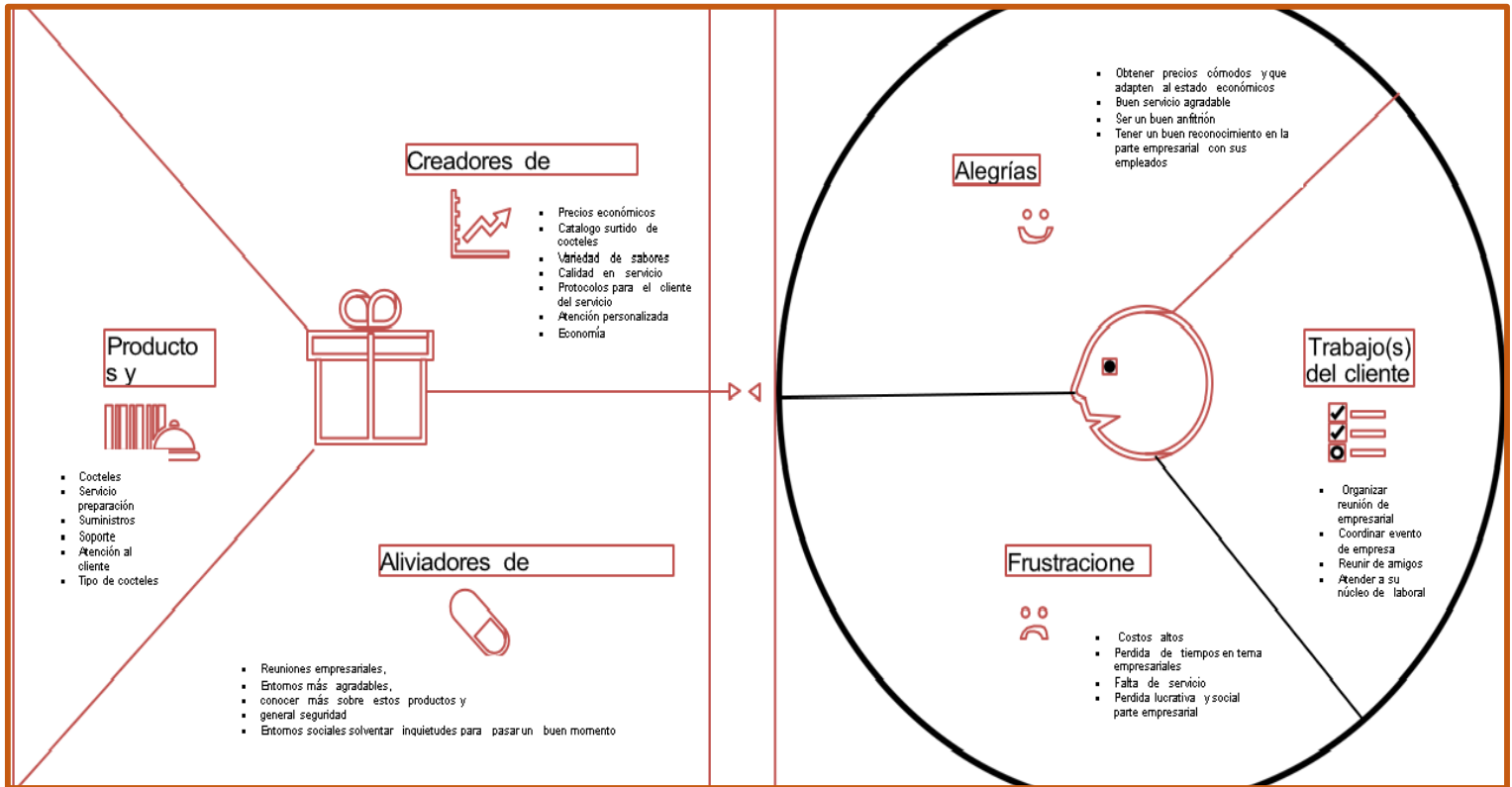
Segmento de mercado: **FAMILIAR**



SEGMENTO: SOCIAL



SEGMENTO: Empresarial



CONSTITUCION POLITICA

✧ **Artículo 150. Corresponde al Congreso hacer las leyes. Por medio de ellas ejerce las siguientes funciones:**

7. Determinar la estructura de la administración nacional y crear, suprimir o fusionar ministerios, departamentos administrativos, superintendencias, establecimientos públicos y otras entidades del orden nacional, señalando sus objetivos y estructura orgánica; reglamentar la creación y funcionamiento de las Corporaciones Autónomas Regionales dentro de un régimen de autonomía; así mismo, crear o autorizar la constitución de empresas industriales
8. Expedir las normas a las cuales debe sujetarse el Gobierno para el ejercicio de las funciones de inspección y vigilancia que le señala la Constitución.
11. Establecer las rentas nacionales y fijar los gastos de la administración.
12. Establecer contribuciones fiscales y, excepcionalmente, contribuciones parafiscales en los casos y bajo las condiciones que establezca la ley.

✧ **Artículo 157. Ningún proyecto será ley sin los requisitos siguientes:**

1. Haber sido publicado oficialmente por el Congreso, antes de darle curso en la comisión respectiva.
2. Haber sido aprobado en primer debate en la correspondiente comisión permanente de cada Cámara. El reglamento del Congreso determinará los casos en los cuales el primer debate se surtirá en sesión conjunta de las comisiones permanentes de ambas Cámaras.
3. Haber sido aprobado en cada Cámara en segundo debate.
4. Haber obtenido la sanción del Gobierno.

En Colombia todas las bebidas alcohólicas que se suministren directamente al público y las a granel con o sin marca, deben contar con registro sanitario expedido por el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos –Invima–, conforme a lo establecido en el Decreto 1686 de 2012.

Listado de materiales y maquinaria que necesitaremos para nuestro producto

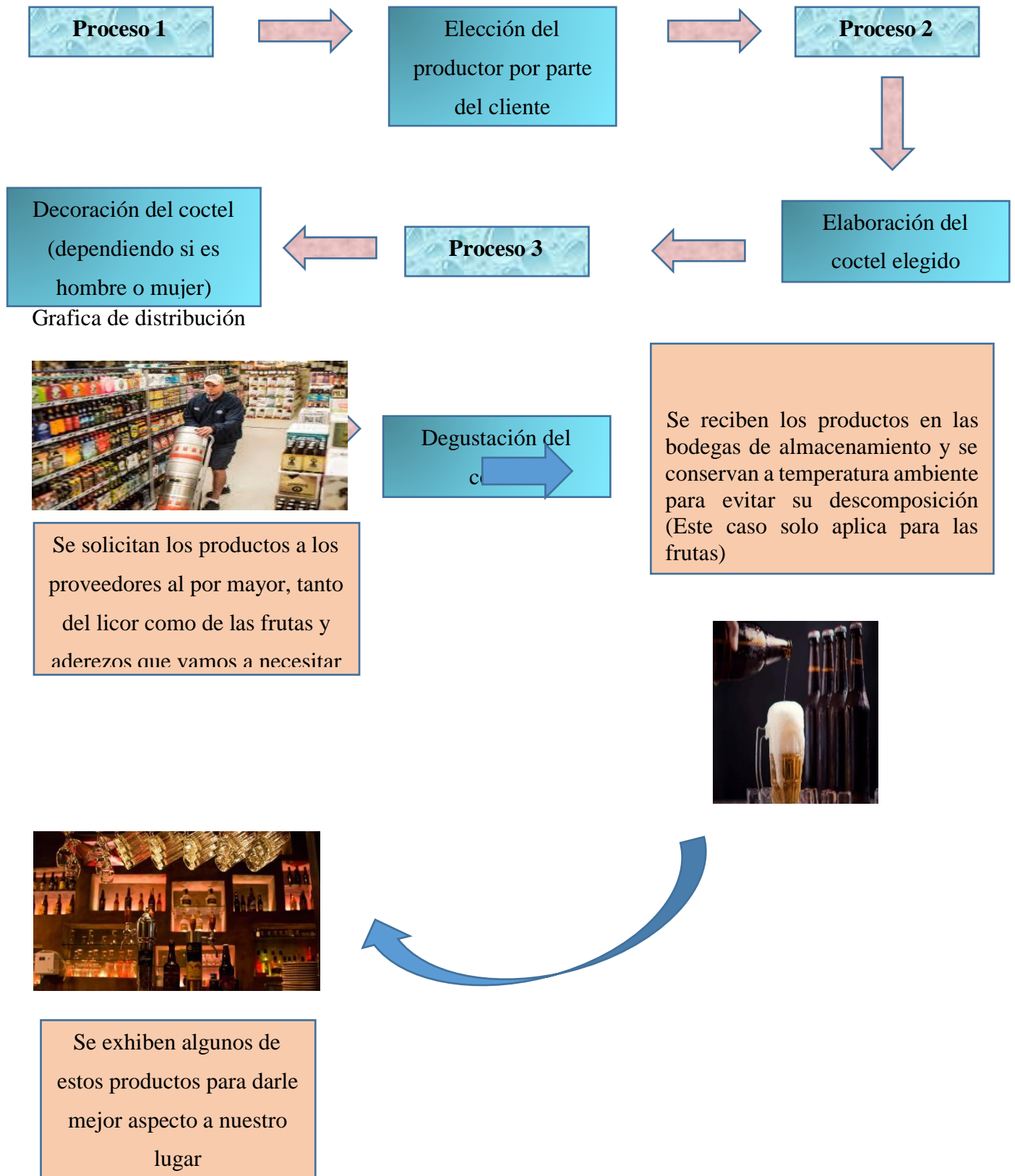
Materiales: Variedad de frutas (mango, fresas, moras, piñas)

Variedad de adicionales (uvas, pasas, maní, dulces, almendras, arándanos)

Maquinaria:

- Coctelera
- Variedad de vasos (tamaños y material)
- Batidor sxizzle
- Cuchara Luxury (diferentes tamaños)
- Pinzas para hielo
- Jigger (diferentes tamaños)
- Coladores
- Macerador

DIAGRAMA DE BLOQUES



COSTOS

COSTO DE PRODUCCION	COSTO DE VENTA
<p>Piña colada:</p> <ul style="list-style-type: none">• Piña: 1.000• Helado: 1.000• Ron: 2.000• Aderezos: 1.000	<p>La piña colada como se ve tiene varios ingredientes y es un poco compleja para realizar es por esto que tendrá un valor de 10.000</p> <p>Es válido aclarar que el tamaño es considerable para que el cliente dure con ella por lo menos 30 minutos.</p>
<p>Tom Collins</p> <ul style="list-style-type: none">• Ginebra: 1.500• Limón: 400• Gaseosa: 2.000• Azúcar: 100• Hielo: 200	<p>El Tom Collins tendrá un costo de 6.000</p>
<p>Clericot</p> <ul style="list-style-type: none">• Vino blanco: 2.000• 1 Melocotón: 500• 2 Ciruelas: 500• Limón: 400	<p>El coctel Clericot tiene un costo de 5.000</p>
<p>Blackberry Gin Fizz</p> <ul style="list-style-type: none">• Ginebra: 1.000• Mora: 1.000• Limón: 400• Azúcar: 200• Gaseosa: 1.000• Albahaca: 500	<p>El coctel Blackberry Gin Fizz tendrá un valor de 8.000</p>

INDICADORES DE CALIDAD

- Consumo promedio.
- Cantidad de visitantes en diferentes tiempos del día (Venta de café en las mañanas y licor en las noches)
- Índice de rotación por cocteles
- Facturación por día de la semana
- Horas extras
- Porcentaje de costos directos de materia prima
- Consumo de agua, electricidad
- Porcentaje de merma
- Cantidad de productos que vence
- Costo del personal mensual

DRINKS MENU

MOST POPULAR BEST ALCOHOLIC
BEVERAGES OF THE WORLD!



IDEA DE CÓMO SERÁ EL INICIO DE NUESTRA CARTA

Bloody Mary.....	10.000
Tom Collins.....	6.000
Clericot.....	5.000
Rebujito.....	6.000
Agua de Valencia.....	4.000

FICHA TÉCNICA

JHON COLLINS

Es una mezcla o combinación armónica de líquidos más o menos alcoholizados y más o menos aromatizados

Bebida de coctel a base de $\frac{3}{4}$ de Ginebra $\frac{1}{4}$ de Limón,
1 cucharada de azúcar

Según el ciclo de vida de nuestro producto, es la introducción ya que hasta el momento estamos dándoles algunos arreglos a nuestra idea y creándole una publicidad al producto

CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO O SERVICIO

- la característica principal de nuestro producto cocteles manhattan es novedoso en la ciudad de Bogotá, con el fin de posicionarlo a nivel nacional e internacional generando con el tiempo una rentabilidad, satisfacción y alegría a los clientes, además dando un buen impacto socio-económicos.

CARACTERÍSTICAS DEL PROTOTIPO

- En las características de prototipo en los cocteles manhattan están Preparados a base de una mezcla de diferentes bebidas con o sin alcohol, con una variedad de diferentes sabores y colores aportando vitaminas como la A, B, C en tu cuerpo aumentando tus defensas con un alto poder de carbohidratos y mucha fibra, los materiales usados y la técnica que realizaron para la elaboración de este. las características de estos prototipos encontramos que Además los cocteles con alcohol puedes disfrutar mejor de un momento y así podrás pasarla más a gusto con todo tipo de ocasión para poder comprender la profundidad del mismo. además, encontramos más características del producto o servicio implementemos en el prototipo mas satisfactorio será el resultado como lo es el surtido de sabores la variedad según el segmento del cliente ya que trabajamos desde lo familiar, social, y empresarial.

CÓMO VA A INTERACTUAR EL CLIENTE CON EL PROTOTIPO

Es muy importante la interacción con los potenciales clientes para conocer nuestros servicios y nuestros productos se han hecho campañas en centros comerciales y grandes plataformas dando degustaciones de nuestros productos de nuestros portafolios, también en eventos sociales y empresariales dando como resultados más clientes. esto se hace para llamar más clientes esto usando la voz a voz.

PLANEACION PROTOTIPO COCTELES MANHATAN

CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO O SERVICIO

- la característica principal de nuestro producto cocteles manhattan es *novedoso en la ciudad de Bogotá, con el fin de posicionarlo a nivel nacional e internacional generando con el tiempo una rentabilidad, satisfacción y alegría a los clientes, además dando un buen impacto socio-económicos.*

CARACTERÍSTICAS DEL PROTOTIPO

- En las características de prototipo en los cocteles manhattan están Preparados a base de una mezcla de diferentes bebidas con o sin alcohol, con una variedad de diferentes sabores y colores aportando vitaminas como la A, B, C en tu cuerpo aumentando tus defensas con un alto poder de carbohidratos y mucha fibra, los materiales usados y la técnica que realizaron para la elaboración de este. las características de estos prototipos encontramos que Además los cocteles con alcohol puedes disfrutar mejor de un momento y así podrás pasarla más a gusto con todo tipo de ocasión para poder comprender la profundidad del mismo. además, encontramos más características del producto o servicio implementemos en el prototipo más satisfactorio será el resultado como lo es el surtido de sabores la variedad según el segmento del cliente ya que trabajamos desde lo familiar, social, y empresarial.

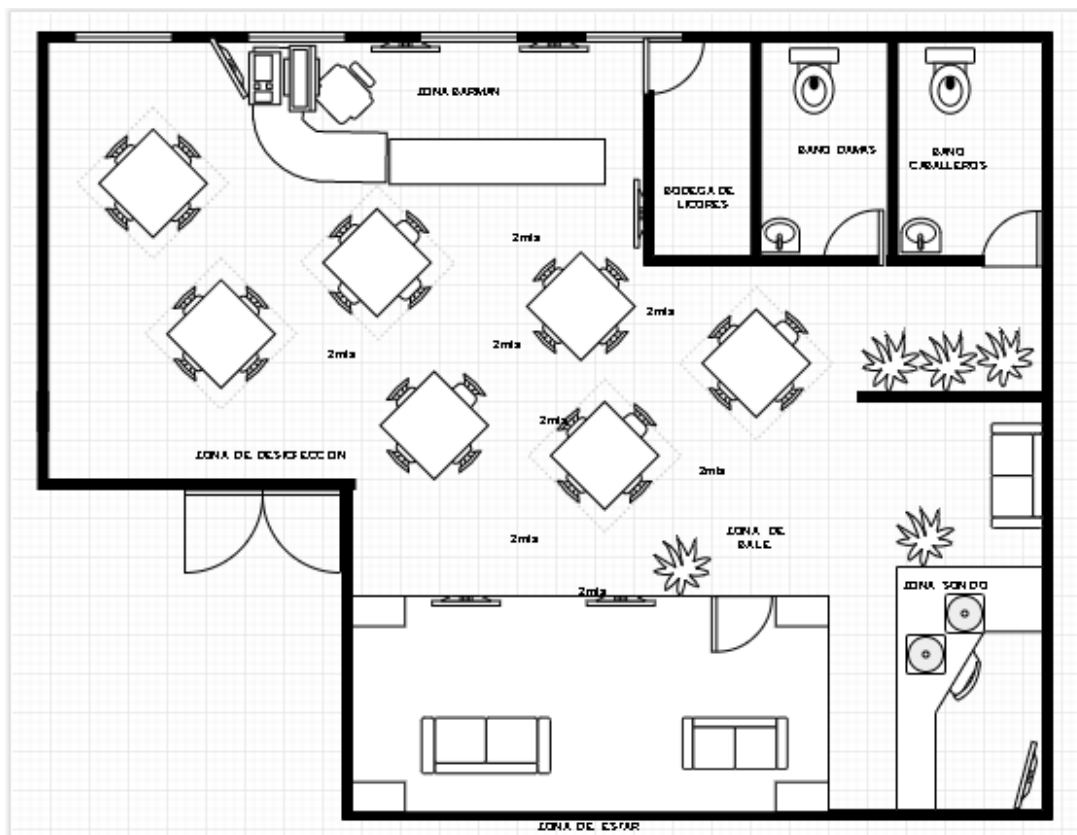
- **CÓMO VA A INTERACTUAR EL CLIENTE CON EL PROTOTIPO**

Es muy importante la interacción con los potenciales clientes para conocer nuestros servicios y nuestros productos se han hecho campañas en centros comerciales y grandes plataformas dando degustaciones de nuestros productos de nuestros portafolios, también en eventos sociales y empresariales dando

como resultados más clientes. esto se hace para llamar más clientes esto usando la voz a voz.

- **COMO SERA LA DISTRIBUCION POR PARTE DEL PRODUCTO EN BARES Y DEMAS SUPERFICIES O EVENTOS**

La distribución del producto de nuestra marca será de la siguiente manera para manejar una muy buena atención a nuestros cliente para ofrecerles un surtida oferta de cocteles y tener los protocolos de bioseguridad establecidos por las autoridades esto para dar al cliente un ambiente familiar y agradable esto se realizara en todos los espacio a los cuales trabajaremos según segmento de clientes con el siguiente plano se manejaría de la siguiente manera nosotros estaremos ubicado en la zona del barman en donde se va a preparar los cocteles y se realizarían los shows estos se podrán visualizar en todas la pantallas que se encuentran ubicadas en cada zona del sitio esto para llegar a llamar la atención de mas clientes y prestar un servicio excelente para nuestros clientes



EVIDENCIA DEL PROTOTIPO



- FOTOGRAFIAS DE ALGUNOS DE NUESTROS PRODUCTOS DE COCTELES MANHATAN EN BARES FLAIR **BARTENDERS O COCTELERIA DE EXHIBICION**



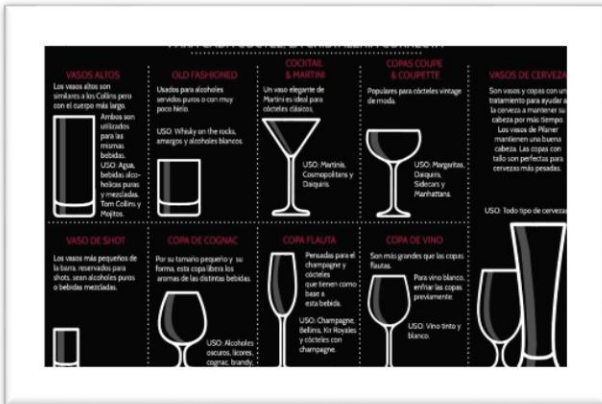
COCTELERÍA DE TIPO HAWAIIAN



COCTELERIA MOLECULAR



COCTELERIA CLASICA



VENTA DE CLISTALERIA SEGÚN SU REQUERIMIENTO SEGMENTO CLIENTES.



Video de prototipo : <https://youtu.be/om2P6DOXxsk>

<p>PROBLEMA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sobre costos de los cocteles • Calidad en el servicio • Seguridad, consumo de alcohol adulterado • Políticas de contenido • Tiempos de entrega • Distribución 	<p>SOLUCIÓN</p> <p>3 características producto /servicio:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Buen servicio al cliente • Registros de calidad de los servicios • Variedad para los diferentes integrantes de los clientes 	<p>PROPUESTA DE VALOR ÚNICA</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿QUÉ TE HACE DIFERENTE? • Variedad de sabores en los cocteles • Buenos servicio al cliente • Simplificar tiempos de atención <ul style="list-style-type: none"> ➤ PAQUETE DE PRODUCTOS O SERVICIOS POR CADA SEGMENTOS DE CLIENTES ➤ show de coctelería ➤ coctelería taki ➤ Coctelería Molecular 	<p>VENTAJA INJUSTA</p> <p>La frase será</p> <p>“un buen coctel alegra un buen momento”</p> <p>“los mejores detalles los encuentras en un coctel”</p>	<p>SEGMENTO DE CLIENTES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • CLIENTE GRUPO SOCIAL
<p>Se pretende solucionar de la siguiente manera</p> <ul style="list-style-type: none"> • Buenos servicio al cliente • Simplificar tiempos de atención • Control de calidad para el trago usado en los cocteles 	<p>MÉTRICAS CLAVES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Las actividades que se van a implementar son las siguientes: • Demostración y elaboración de cocteles para todo tipo de clientes 		<p>CANALES FISICOS</p> <p>Nuestras tiendas</p> <p>Asesores comerciales</p> <p>Distribuidores</p> <p>Salones de eventos</p> <p>Bares</p> <p>DIGITAL</p> <p>Redes sociales</p> <p>Herramientas virtuales</p> <p>Tiendas virtuales</p>	

<p>ESTRUCTURA DE COSTOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Costos fijos y variables • Costos fijos: costos mercancía, distribución, sueldos empleados, movilidad, logística, materia prima (frutas y licores). • Costos variables: costos imprevistos • Gasto adicional 	<p>FUENTES DE INGRESOS</p> <p>serian</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se generaría ingreso por servicio prestado basado al producto según segmento de clientes • Pagaran por servicio presentado según especificaciones de los clientes • Precios son fijos ya establecidos y competitivos con los demás negocios.
--	--

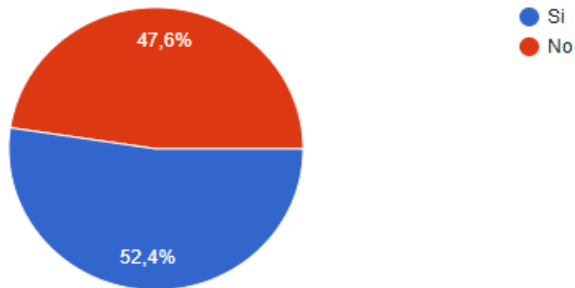
Según el público al que está dirigido nuestro proyecto de empresa, crearemos una encuesta a los estudiantes de las universidades más cercanas al punto donde queremos anclarnos y a los primeros clientes que ingresen a nuestro bar. Será realizada a través de un link que nos llevara a google en donde los clientes podrán responder nuestra pequeña encuesta desde sus celulares.

Objeto de estudio

Se realizará una encuesta a **21** clientes de nuestro bar Manhattan con el fin de conocer que piensan los clientes de nuestro servicio, que esperan de nosotros y si apoyan nuestras ideas a futuro.

1. ¿Eres fanático de los cocteles?

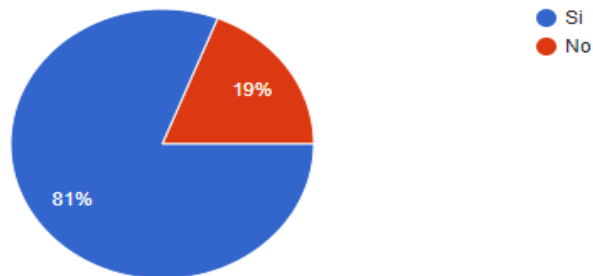
21 respuestas



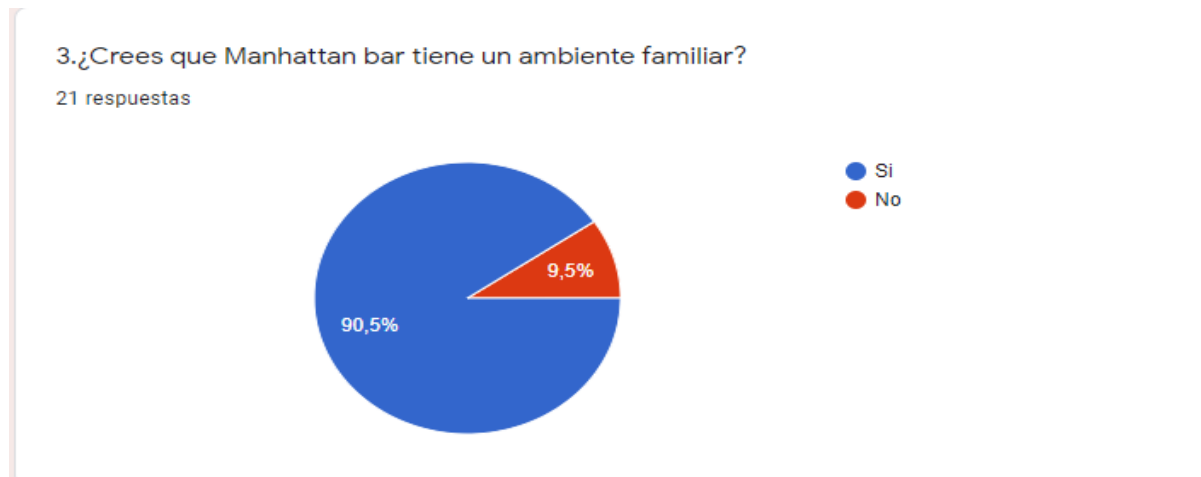
Con lo anterior podemos decir que: 10 personas no son fanáticos de los cocteles y 11 si lo son. Por lo que no solo se ofrecerán cocteles, sino cervezas tradicionales.

2. ¿Te gustaría crear tu propio coctel?

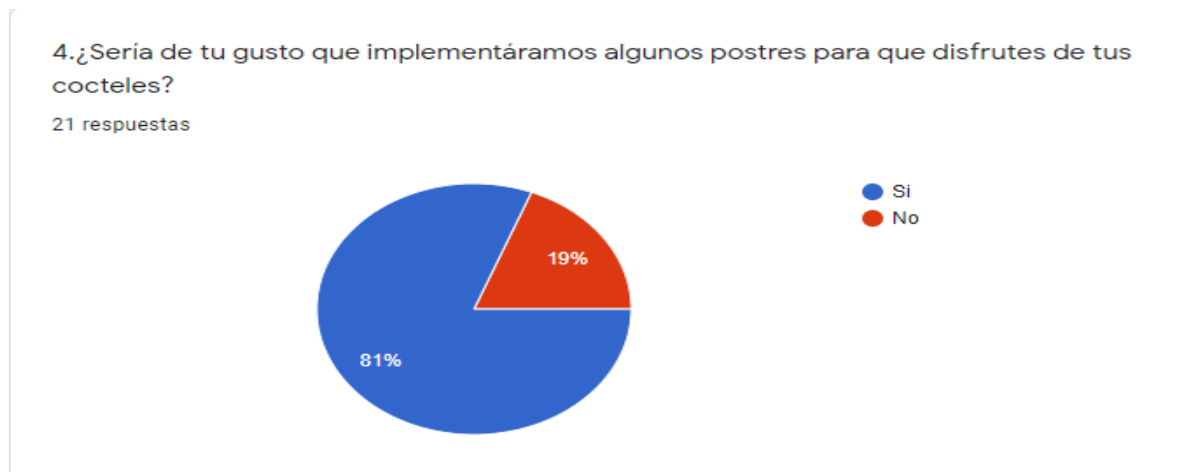
21 respuestas



Con lo anterior podemos decir que: 4 personas no quisieran crear su propio coctel y 15 personas si quieren crearlo. Por eso dejaremos todos los ingredientes que se pueda utilizar para la creación de los cocteles.



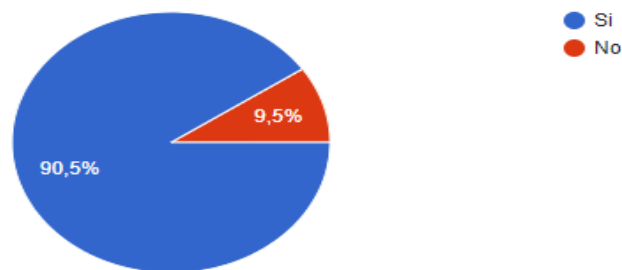
Con lo anterior podemos decir que: 2 personas opinan que Manhattan bar no tiene un ambiente familiar, y 19 personas opinan que sí. Es por eso que nuestro bar se esforzará para que esas dos personas cambien de opinión la próxima vez que sepan de nosotros.



Con lo anterior podemos decir que: 4 personas no quisieran crear su propio coctel y 15 personas si quieren crearlo. Es considerable que en un futuro Manhattan bar adicione postres a su menú.

5. Queremos que Manhattan bar tenga un ambiente familiar, es por eso que tendrás la opción de realizar tus trabajos en nuestro bar ¿Esto sería de tu agrado?

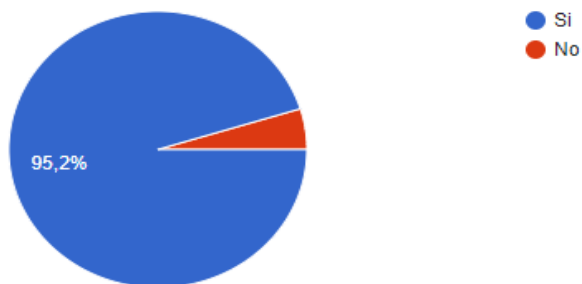
21 respuestas



Con lo anterior podemos decir que: 2 personas opinan que Manhattan bar no tiene un ambiente familiar, y 19 personas opinan que sí. Seguiremos manejando nuestro ambiente estudiantil para aquellos que lo requieran.

6. ¿Te gustaría que tengamos ofertas?

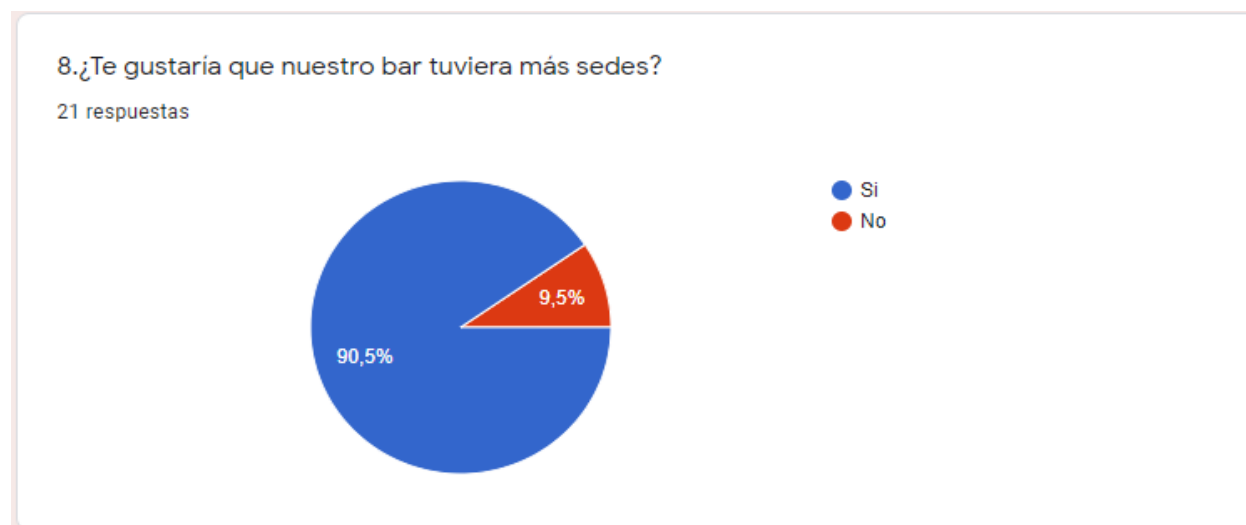
21 respuestas



Una persona opino que no le gustaría tener ofertas, lo cual es muy extraño. Pero de todas maneras Manhattan Bar creara ofertas para nuestros clientes.



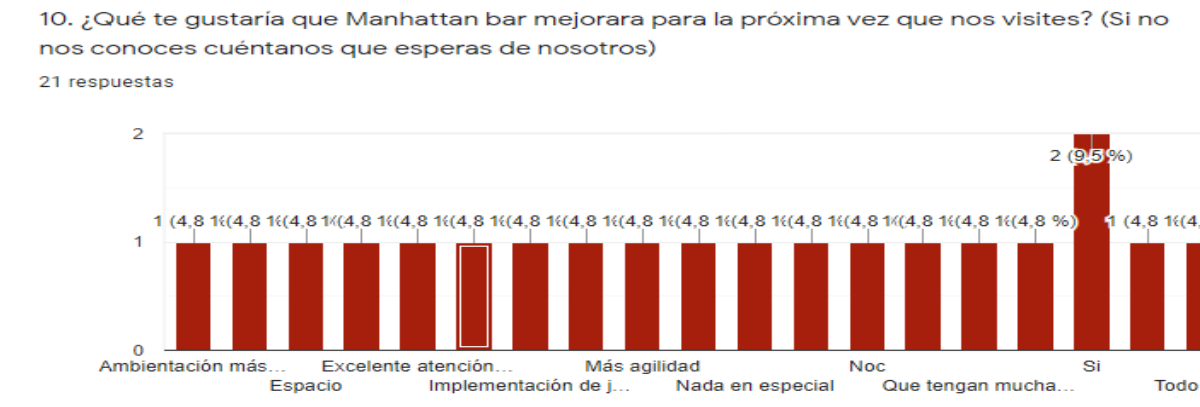
Tomaremos la respuesta de nuestros clientes para crear nuestra próxima idea de reservas.



Con lo anterior podemos decir que: 2 personas opinan que no sería buena idea tener otra sede, pero 19 personas opinan que sí. Es por esto que implementaremos nuevas sedes en algún lugar de Bogotá.



Manhattan bar trabajará fuertemente para que nuestros clientes sigan teniendo esa satisfacción de nuestro servicio.



Para ser un poco más específica en este punto, estás fueron las respuestas de nuestros encuestados.

“Más variedades en la carta”, “Evantos siempre”, “Ambientación moderna”, “Meseras sexys”, “tener buen espacio”, “Nada, todo lo están haciendo muy bien”, “Exelente atención”, “Todo gratis”.

Acontinuación nuestra tabla de respuestas.

Nombre de usuario	1. ¿Eres fanático de los cocteles?	2. ¿Te gustaría a crear tu propio coctel?	3. ¿Crees que Manhattan bar tiene un ambiente familiar?	4. ¿Sería de tu gusto que implementáramos algunos postres para que disfrutes de tus cocteles?	5. Queremos que Manhattan bar tenga un ambiente familiar, es por eso que tendrás la opción de realizar tus trabajos en nuestro bar ¿Esto sería de tu agrado?	6. ¿Te gustaría que tengamos ofertas?	7. ¿Te gustaría que hiciéramos reservas para eventos especiales?	8. ¿Te gustaría a que nuestro bar tuviera más sedes?	9. ¿Qué te pareció el servicio que te brindo nuestro bar?	10. ¿Qué te gustaría que Manhattan bar mejorara para la próxima vez que nos visites? (Si no nos conoces cuéntanos que esperas de nosotros)
catabarbo sa7311@ hotmail.c om	Si	Si	Si	No	Si	Si	Si	Si	BUENO	Más variedad en la carta
delia.esco rcia@cun .edu.co	No	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	MUY BUENO	Eventos siempre
Mescorci ac@dian. gov.co	No	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	BUENO	Más agilidad
danieljeru z766@g mail.com	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	MUY BUENO	Que tengan mucha variedad en cocteles y así poder tener varias opciones para q sea más agradable el rato
ladysanch ez50@g mail.com	Si	Si	No	Si	Si	Si	Si	Si	NUNCA HE IDO	Ladyju S

adrimore148@gmail.com	No	No	Si	Si	Si	Si	Si	Si	MUY BUENO	Ambientación más moderna
03duvanmr@gmail.com	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	BUENO	Un buen ambiente
frandelmar.fernandez@cun.edu.co	No	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	BUENO	Descuentos, meseras Sexys
kiki_2284@hotmail.com	No	Si	Si	Si	Si	Si	Si	No	BUENO	Espacio
albertuta0313@gmail.com	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	MUY BUENO	No nada lo están haciendo muy bien
yurani.sanchez@cun.edu.co	No	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	BUENO	Implementación de juegos y variedad de música
cgarciiah2009@hotmail.com	No	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	NUNCA HE IDO	Excelente atención al cliente, comida y postres
delecasti@yahoo.es	No	Si	Si	No	Si	Si	Si	Si	BUENO	Nada en especial
inti95@hotmail.com	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	NUNCA HE IDO	Servicio moderno
zhamor@hotmail.com	Si	No	Si	No	No	Si	Si	Si	BUENO	Si

millosnoexistelds51@gmail.com	No	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	MUY BUENO	Si
williamsana1988@gmail.com	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	BUENO	Excelente servicio y muy ordenado todo
Millosnoexistelds@hotmail.com	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	MUY BUENO	Q hay más ambiente familiar
esteban10j@hotmail.com	Si	No	Si	No	No	No	Si	No	MUY BUENO	No
merescor@gmail.com	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	MUY BUENO	Súper promociones
melomiller740@gmail.com	No	No	No	Si	Si	Si	Si	Si	NUNCA HE IDO	Todo gratis