



Llegamos a donde tú necesitas

“N O” significa:

Nueva

Oportunidad



@caféylectura



@caféylectura_2020



Café y lectura

Café y lectura

“Directo a tu puerta”

Astrid Torres Ramírez

Programa, Administración de Empresas

Creación de empresas I

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior

Bogotá

2020 B

Tabla de contenido	
COMPROMISO DEL AUTOR.....	7
INTRODUCCION.....	8
CAFÉ Y LECTURA	8
RESUMEN DEL PROYECTO.....	8
OBJETIVOS:.....	9
OBJETIVO PRINCIPAL	9
OBJETIVOS GENERALES	9
VISION.....	10
MISION	10
ESTRATEGIA SOSTENIBLE	10
OBJETIVO DE DESARROLLO SOSTENIBLE	11
TEORIA DEL VALOR COMPARTIDO.....	12
TECNOLOGIAS DISRUPTIVAS E INNOVACION	13
ANALISIS PESTEL.....	14
.....	14
Factores políticos y económicos.	14
Factores sociales y tecnológicos:	16
Factores ecológicos:	16
Factores legales:	17
Identificación del problema, necesidad, reto u oportunidad.....	18

ÁRBOL DE PROBLEMAS	19
ARBOL DE OBJETIVOS	21
AUTOEVALUACION DE LA IDEA DE NEGOCIO	22
IDEA DE NOGOCIO ESTRUCTURADA.....	24
.....	24
ESTRATEGIAS DE INNOVACIÓN	25
ANALISIS DE COMPETENCIA	25
CONCLUSIONES EN RELACION CON LAS ESTRATEGIAS DE IDEA DE NEGOCIO Y LA COMPETENCIA	26
CONTEXTUALIZACION DE LA EMPRESA.....	26
TAMAÑO DEL MERCADO.....	27
ANALISIS DE LA DEMANDA.....	28
Ficha técnica de la encuesta.	28
Encuesta Realizada.....	29
INFORME DE LA ENCUESTA.....	29
ANALISIS DE LA OFERTA.....	31
ANALISIS DE LA COMERCIALIZACION Y DE LOS PROVEEDORES	33
Proveedores que requerimos para la producción de café y lectura:	33
CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN	34
PROCESO DE SEGMENTACION	35

15 bondades de café y lectura	35
EJERCICIO BUYER PERSONA	37
PROPUESTA DE VALOR	41
PRODUCTOS Y SERVICIOS.....	42
DECLARACION DE LA PROPUESTA DE VALOR.....	43
DISEÑA TU PRODUCTO.....	43
DEFINICION ESTRATEGICA.....	43
DISEÑO DE CONCEPTO.....	46
DISEÑO EN DETALLE	49
VALIDACION Y VERIFICACION	50
COSTOS DE PRODUCCION.....	51
EMPAQUE Y ETIQUETA DEL PRODUCTO.....	52
FASE DEL CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO O SERVICIO.....	52
PROTOTIPO DE PRODUCTO Y SERVICIO	53
https://app.olaclick.com/es/cafe-y-lectura	53
.....	53
MODELO RUNNING LEAN DE LA EMPRESA CAFÉ Y LECTURA	60
VALIDACION DEL NEGOCIO	61
OBJETIVO PRINCIPAL DE LA VALIDACION DE NEGOCIO	61
OBJETIVOS ESPECIFICOS DE LA VALIDACION DE NEGOCIO.....	61

TECNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE INFORMACION	62
Tipo de investigación que aplicaremos:	62
DISEÑO DE LA ENCUESTA:.....	62
FICHA TECNICA DE LA ENCUESTA	64
INFORME DE LA ENCUESTA.....	65
CONCLUSIONES.....	72
REFERENCIAS	73

COMPROMISO DEL AUTOR

Yo; Astrid Yuderly Torres Ramírez, identificada con C.C 1019004664, estudiante del programa Administración de empresas, declaro 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, soy responsable 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.

En relación a lo anterior firma:

A photograph of a handwritten signature in dark ink on a light-colored surface. The signature is cursive and appears to read 'Astrid Yuderly Torres Ramírez'.

Astrid Yuderly Torres Ramírez

CC 1019004664

INTRODUCCION

CAFÉ Y LECTURA

Delicioso café aromático a tu puerta, para que disfrutes de grandes momentos que complementan el amor por un producto 100% natural nacional y la pasión de leer el libro de tu agrado en el lugar y momento que más disfrutes, adicional atendemos tus reuniones de trabajo en el sitio donde tú lo requieras.

RESUMEN DEL PROYECTO

Idea de negocio enfocada en ofrecer un excelente producto y una excelente atención, café y lectura nace de la necesidad que tenemos en el mundo de tomar amor por los libros, la idea es tener un producto enganchador como lo es el café, ese cafecito que todos deseamos en un momento de cansancio o de relajación y complementarlo con un buen libro.

Lo principal, es que nuestros clientes sepan que nace la idea de café con aroma de lectura pensando en la comodidad de sus espacios, les ofreceremos a domicilio diversidad de productos que en su mayoría están relacionados con el café. El valor agregado de esta Idea de negocio radica en que nuestros clientes hacen sus pedidos a domicilio y pueden solicitar el libro de su agrado para que lo disfruten por el lapso de una semana. Pasado este tiempo nuestro mensajero pasara a recogerlo. Si nuestros clientes no quieren un libro en físico, les daremos acceso digital para que puedan disfrutar del audio libro que elijan, este enlace se activara igualmente por el transcurso de una semana para que nuestros clientes tengan el tiempo de disfrutar de su lectura o audio libro con la tranquilidad que se necesita.

OBJETIVOS:

OBJETIVO PRINCIPAL

Ofrecer un producto de la mejor calidad, con calidez, en un ambiente de tranquilidad como lo es el calor de sus hogares, el espacio de sus trabajos o el lugar que ellos elijan.

Alegrar el momento de cada una de las personas que llegue a nuestra plataforma haciéndoles sentir muy bien atendidos, acompañados y sobre todo, cómodos con sus necesidades, las cuales son nuestra prioridad y trabajaremos para cumplir con ellas.

OBJETIVOS GENERALES

Llegar a cada una de las personas por medio de nuestras redes sociales las cuales compartiremos por información interna (publicidad en televisión, carteleras que estarán en centros comerciales, pendones, vallas)

Realizar eventos dinámicos y sorteos por redes sociales.

1 día por semana se realizará la actividad de audio libros, la cual consiste en que nuestros clientes por medio de las redes sociales participan.

Nuestro producto estrella será el Café, producto 100% nacional, el cual utilizaremos en el 90% de nuestros productos.

VISION

Café y lectura, quiere llegar a cada corazón de los colombianos, en un lapso de 5 años, estaremos en las ciudades principales de Colombia con nuestro producto 100% natural y nacional. Nos proyectaremos a mejorar día a día nuestro servicio cumpliendo con los estándares establecidos de calidad trabajando en equipo para lograr certificarnos en las normas que nos darán un valor agregado dentro del gremio.

MISION

Trabajar de la mano de nuestro equipo de colaboradores, la cual en un inicio no será muy grande, pero con el paso del tiempo formaremos un gran equipo de trabajo que cumpla con las normas de calidad, servicio al cliente y todo lo que nos exijan las normas regulatorias del comercio. Mantenernos vigentes en el mercado innovando cada día con nuestro producto estrella que será el café, hacer crecer nuestra carta ofreciendo gran variedad, mejorar nuestra App a medida que vamos creciendo, siempre incentivando la lectura.

ESTRATEGIA SOSTENIBLE

En café y lectura buscamos hacer de la cafetería virtual, en el corto, mediano y largo plazo, un negocio rentable, que contribuya al desarrollo económico y social de las familias cafeteras y nuestros empleados, siempre cuidando de los recursos naturales.

OBJETIVO DE DESARROLLO SOSTENIBLE

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible apuntan a estimular el crecimiento económico sostenible mediante el aumento de los niveles de productividad y la innovación tecnológica. Fomentar políticas que estimulen el espíritu empresarial y la creación de empleo es crucial para este fin, así como también las medidas eficaces para erradicar el trabajo forzoso, la esclavitud y el tráfico humano

El objetivo de desarrollo sostenible al cual aplica en cierta medida nuestro proyecto son el número 8 y 12;

8 Trabajo decente y crecimiento económico.

El objetivo es lograr empleo pleno y productivo y un trabajo decente para todos los hombres y mujeres.

Desde Café y lectura queremos un crecimiento económico inclusivo y sostenido que pueda impulsar el progreso, crear empleos decentes para todos y mejorar los estándares de vida de cada una de las personas que formen parte de nuestra familia de trabajo.

Durante los últimos 25 años, la cantidad de trabajadores que viven en condiciones de pobreza extrema ha disminuido drásticamente. En los países en desarrollo, la clase media representa hoy más del 34% del empleo total, una cifra que casi se triplicó entre 1991 y 2015. Sin embargo, mientras la economía mundial continúa recuperándose presenciamos un crecimiento más lento, un aumento de las desigualdades y un déficit de empleos para absorber la creciente fuerza laboral. Según la Organización Internacional del Trabajo, hay más de 204 millones de personas desempleadas. (OIT, 2015)

12 Producción y consumo responsable

El consumo y la producción mundial son fuerzas impulsoras de la economía, dependen del uso del medio ambiente natural y de los recursos de una manera que continúa.

Cada año, se estima que un tercio de toda la comida producida (el equivalente a 1300 millones de toneladas con un valor cercano al billón de dólares) acaba pudriéndose en los cubos de basura de los consumidores y minoristas, o estropeándose debido a un transporte y unas prácticas de recolección deficientes. (Undp, 2019)

Desde *Café y Lectura*, queremos hacer una producción responsable, llevando a nuestros clientes calidad de productos, adicional que podremos garantizar un consumo responsable sin generar desperdicios. También estamos comprometidos con el medio ambiente, por esta razón queremos reducir la huella ecológica mediante un cambio en los métodos de producción y consumo de bienes y recursos, la gestión eficiente de los recursos naturales compartidos y la forma en que se eliminan los desechos tóxicos y los contaminantes son vitales para lograr este objetivo. Debemos reciclar y reducir los desechos.

TEORIA DEL VALOR COMPARTIDO

Café y Lectura, desde la idea del valor compartido nos permite, posesionarnos como una empresa líder en el sector gastronómico a través de la representación de los diferentes productos a base de café, servicios de catering y domicilio, con el valor adicional de nuestros libros físicos y digitales para nuestros clientes, a su vez fomentando el desarrollo socioeconómico de las madres cabezas de hogar que trabajen en nuestra organización ya que nuestra empresa necesita una comunidad exitosa, no sólo para crear demanda por los productos, sino también para brindar activos públicos cruciales y un entorno que apoye al negocio, así mismo nuestra comunidad

necesita una empresa exitosa para garantizar el empleo y oportunidades de creación de ingresos para sus colaboradores.

TECNOLOGIAS DISRUPTIVAS E INNOVACION

Nuestro proyecto **Café y lectura** quiere desde las tecnologías disruptivas llegar al **Big Data** con el fin de recolectar y gestionar grandes volúmenes de datos para su análisis y posterior utilización en algún área concreta de la empresa. esto con el fin de llegar a más personas y empresas en el mercado.

Así podremos evaluar tendencias de comportamiento entre nuestros clientes potenciales, lanzando así campañas de marketing mucho más específicas con un porcentaje de éxito mayor.

En **Café y lectura**, también usaremos la tecnología **Cloud**, como emprendedores utilizar un servicio Cloud para almacenar los datos supone importantes ventajas, como la seguridad, la centralización de datos y software, escalabilidad, menor inversión, ciberseguridad

Para **Café y lectura** la protección de los datos de nuestros clientes constituye la base de la confianza digital corporativa. Por lo tanto estaremos atentos a acogernos a el nuevo Reglamento General de Protección de Datos (GDPR) pone especial relevancia en la figura del Data Protection Officer, que será obligatorio para las empresas que manejen datos de usuarios a gran escala, como nosotros en un mediano plazo.

ANALISIS PESTEL

FACTORES EXTERNOS	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
POLITICOS		Política fiscal / Cambio de gobierno: estabilidad o inestabilidad
ECONÓMICOS	Bonanza económica, tipo de interés bajo, fácil acceso a créditos financieros	crisis económica / Política económica del gobierno / Cambios en normativa fiscal / La inflación / Los tipos de interés altos
SOCIALES	Edad de la población / Estructura familiar / Patrones culturales. Movimientos geográficos de la población / Nivel formativo.	Cambios rápidos en los hábitos de consumo
TECNOLÓGICOS	Nuevas formas de producción. Nuevas formas de distribución	Fuerte inversión tecnológica
ECOLÓGICOS	Conciencia social ecológica	Cambio climático afecta las cosechas
LEGALES		Regulación sobre consumo de energía.

Nuestra propuesta se desarrolla en seis ejes fundamentales, cada uno con un objetivo estratégico específico:

Factores políticos y económicos.

1. Según el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo desde el despacho negociador internacional, el acuerdo comercial con Corea del Sur abre más oportunidades de exportación para el café colombiano, además del verde en grano. El tratado fija la desgravación inmediata para el café tostado o molido, y de tres años para los extractos, esencias y concentrados, lo que aportará al crecimiento de las ventas de este producto en dicho mercado.

2. La población mayor de 30 años ha sido el principal grupo consumidor de café instantáneo en Corea del Sur. Sin embargo, a medida que el mercado ha madurado se ha visto que en otros grupos demográficos el interés y conocimiento sobre este producto ha ido creciendo favorablemente, por lo tanto, nuestro mercado objetivo está dirigido a todas las edades (min comercio, 2018)

Algunas de las cosas que tenemos en contra son:

1. Todos y cada uno de los bienes y servicios vendidos al exterior son súper vigilados en todos los mercados y eso implica costos de salida y costos de entrada a nuevos mercados, estos valores varían.
2. La variación de la TRM que, por nuevos mercados tiende a variar de manera favorable o desfavorable ya que la tasa de cambio esta relacionada directamente con el aumento o disminución general de los productos y servicios con los que podemos competir. Esta TRM no se puede definir para dar en este momento un valor final ya que dada su variación es algo que se debe revisar a diario.
3. los impuestos para producir en Colombia son los bastante elevados, en nuestra empresa café y lectura debemos pagar el impuesto

Declaración de renta para el año 2020: 32%

IVA: 19%

Impuesto financiero del 4 x 1000

(Portafolio.com y Gestionlegal.com, 2019)

Factores sociales y tecnológicos:

En el mundo de los negocios se han implementados diferentes tipos de eventos que le permiten a las empresas conocer un poco más entre ellas y llegar a realizar negocios interesantes en el mercado, favoreciendo así la economía de la sociedad, podemos hablar de los tan nombrados Networking; (se usa en el mundo de los negocios para hacer referencia a una actividad socioeconómica en la que profesionales y emprendedores se reúnen para formar relaciones empresariales, crear y desarrollar oportunidades de negocio, compartir información y buscar clientes.

Adicional, la participación de las familias de los caficultores en el desarrollo de este producto esencial para nuestro proyecto.

Para el año 2019, se calculó el índice de desarrollo en tecnología para 31 de los 32 departamentos de Colombia, con excepción de Vaupés para el que no hay suficiente información. Esta medición del IDIC representa su quinta versión, en la cual se introduce una metodología de medición más robusta la cual indica que el desarrollo tecnológico ha llegado a un 90% de las familias y este aporte nos ayuda a que socialmente y tecnológicamente ingresemos a sus hogares y familias de trabajo. (IDIC, 2019)

Factores ecológicos:

Estamos apoyando la producción de nuestras tierras cafeteras, incentivando desde nuestra empresa la clasificación de las basuras de la manera adecuada.

Café y lectura quiere aportar al manejo de los métodos de recolección de basuras segura, el reciclaje y el uso de elementos reciclables, tales como nuestros envases y empaques fabricados con materiales naturales, 100% vegetales.



Durante muchos años la agricultura ha enfrentado como uno de sus principales retos la adaptación a las diferentes condiciones del clima.

En el caso del cultivo del café, los efectos del cambio climático ponen en riesgo la producción mundial, afectando los rendimientos y calidad de las cosechas de los pequeños y grandes productores, lo cual conlleva a el incremento de los costos de la producción y distribución del producto.

Factores legales:

Permisos, licencia y condiciones de uso:

- Inscripción en el registro mercantil
- Solicitud de permiso sanitario en secretaria de salud
- Concepto técnico entregado por los bomberos
- Realizar registro único tributario RUT
- Inscripción en el registro de información tributaria
- Registro del nombre del negocio
- Entrega de certificado de manipulación de alimentos

- Hacer pública la lista de precios de los productos y servicios.

Factores que debemos tener en cuenta para evitar multas

La recogida de información del usuario debe ser la indispensable para el funcionamiento de la App y éste debe tener la posibilidad de configurar la privacidad. Además, si nuestra aplicación dispone de geolocalización, se tiene que contar con la aceptación del usuario para poder acceder a ella.

Es fundamental informar al usuario de los aspectos regulados en la ley y mostrar los datos sobre los creadores y sobre quienes se encuentra tras la App. También es necesario que el usuario acepte las cookies, mediante un aviso informativo con la información básica y precisa sobre las mismas, y los aspectos exigidos por la ley.

Si se monetiza una aplicación a través de publicidad, ésta debe identificarse siempre como tal.

Identificación del problema, necesidad, reto u oportunidad.

¿Qué problema afecta a la comunidad, clientes y entorno al que pertenecen?

Problema #1. La falta de cultura por el cuidado del medio ambiente, la falta de reciclaje, el uso de envases y empaques no reciclables, el no cuidar de nuestros parcos y bienes naturales.

Problema #2. Baja producción de café o la pérdida de cosechas por el cambio climático, hacen que los costos del producto incrementen ya que los caficultores deben elevar los costos de venta para poder recuperar en algo la inversión de producción.

Problema #3. La falta de conocimiento y manejo de herramientas tecnológicas, las cuales no aumentan la posibilidad de abrirnos a el mundo digital, el cual estamos viviendo en este momento y nos proyecta a nuevas oportunidades.

CRITERIO	PROBLEMA 1	PROBLEMA 2	PROBLEMA 3
	Falta de cuidado al medio ambiente	Perdida de cosechas de café	Falta de manejo de herramientas tecnologicas
Conocimiento o experiencia	5	3	3
Asesoramiento de un experto (si se requiere o lo tenemos)	2	5	4
Alcance (tecnico, tenemos las herramientas? Podemos desplazarnos para evaluar el problema? Tenemos acceso a informacion, datos, cifras, puedo darel alguna solucion?	4	5	4
Tiempo (posible solucion)	3	5	3
costos (posible solucion)	4	4	5
Impacto, es trascendental? Representa un desafio para usted?	2	3	2
Que tanto les llama la atencion el desarrollo del problema?	5	5	5
TOTAL	25	30	26

ÁRBOL DE PROBLEMAS

Actualmente los medios electrónicos envuelven a los adolescentes en cualquier actividad menos en la lectura que es importante para mejorar su aprendizaje y sostener una comunicación con cualquier persona.

Cuando se les pregunta a los adolescentes cuantos libros han leído, algunos contestan que 10 en 16 años, otros que solo 2, no son los suficientes para mejorar su lectura, así mismo algunos estudiantes muestran desinterés en la lectura indicando que no tienen tiempo o que solo leen para acreditar una asignatura.

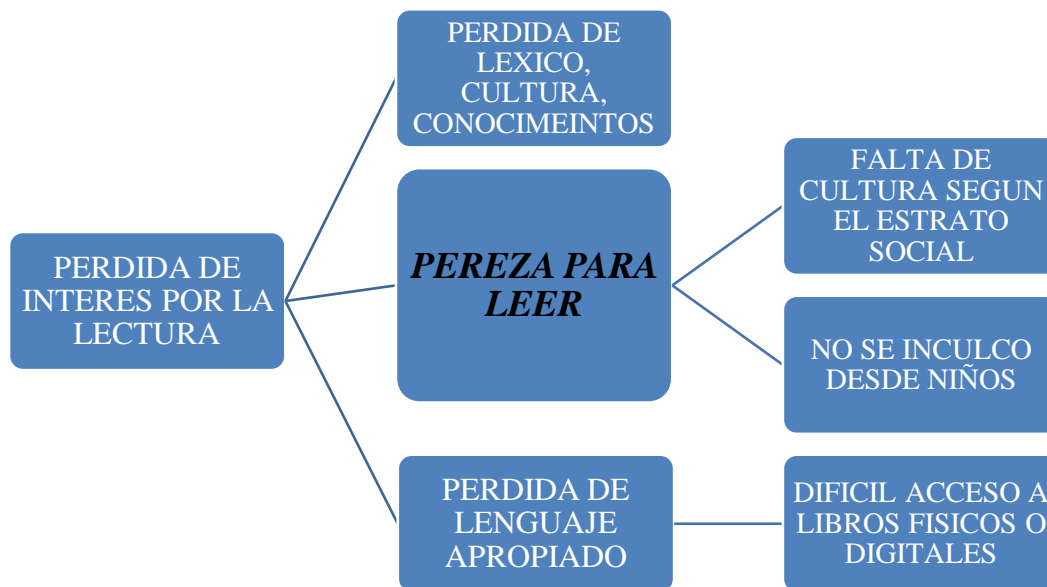
La falta de interés en los jóvenes por la lectura en ocasiones tiene que ver en el entorno en que se desenvuelven, porque no conocen el valor que tienen las letras en un libro y que este conjunto de letras, frases y conceptos le pueden ayudar a mejorar las actividades que diariamente realizan. Al no saber leer existe consecuencia en el aprendizaje como es una mala ortografía, la falta de cultura y la pérdida de habilidades comunicativa. (Sole,1997)

¿Cómo cambiar positivamente la pereza y falta de interés que despierta la lectura?

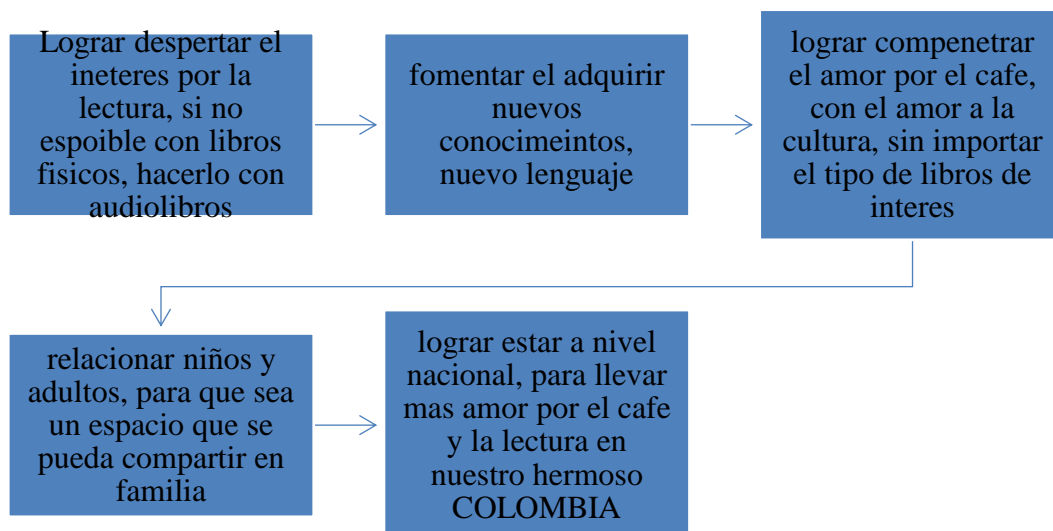
Reto1: establecer una biblioteca virtual dentro del menú de productos con diferentes temas que sean del interés de diversos grupos sociales, donde podrán degustar un delicioso café y diferentes productos al mejor estilo de Café y lectura.

Reto 2: Motivar a las personas para que quieran escuchar la lectura de libros, en su tiempo libre, acompañados de su familia, compañeros de trabajo o solos, como se sientan más cómodos.

Reto 3: lograr vincular personas de diferentes edades y pensamientos ideológicos.



ARBOL DE OBJETIVOS



Lograr que los adolescentes lean un libro por lo menos una vez al mes ya que esta actividad les permite estimular fácilmente su imaginación y su función cerebral, así mismo ayuda a los adolescentes obtener mejor vocabulario, desarrollan su cerebro para poder comprender mejor los argumentos de varias líneas y personajes.

Lograr que los jóvenes se sientan atraídos por un libro para que se tomen su tiempo para leer y así disminuir los niveles de estrés y ansiedad, debido que hoy en día se dice que los niños y jóvenes padecen de estas enfermedades.

Mejorar en el bajo rendimiento escolar debido a la falta de interés en las investigaciones escolares, el poco vocabulario que tiene, la dificultad para comprender y analizar textos y sobre todo el no entender cuando alguien le explica de un determinado tema.

Mejorar la baja autoestima y el aprendizaje sea bajo

Dentro del salón de clases debemos de poner a leer a los alumnos y enseñarles a comprender lo que están leyendo, solicitando que explique con sus propias palabras que fue lo que se entendió de esta lectura. Si hacemos esto diariamente tendremos alumnos que aprenderán con facilidad dejando atrás la memorización. (Colomer, 1997).

La lectura es un hábito que puede mejorar las condiciones sociales y humanas de cualquier lector, el leer permite pensar con reflexión y desarrollar los aspectos cognitivos del cerebro lo que ayuda a ejercitar todas las células y estar siempre activos para cualquier actividad que se realice en la vida cotidiana. (Gómez Palacio Muñoz, 1992).

AUTOEVALUACION DE LA IDEA DE NEGOCIO

INTERES/ DISPOCISION AFIRMACIONES	ESCALA DE VALORACION				
	F				V
la idea de negocio que tengo se ajusta a lo que yo siempre he querido hacer				4	
No me incomodaria decirle a otros que me dedico a esta actividad					5
Estoy dispuesto a dedicar el tiempo que sea necesario para desarrollar el negocio					5
considero que en 6 meses puedo tener el negocio funcionando					5
NUMERO TOTAL DE AFIRMACIONES VALORADAS EN:	0	0	0	1	3

	A		B		C
Total de afirmaciones valoradas en 1	0	*	1		0
Total de afirmaciones valoradas en 2	0	*	2		0
Total de afirmaciones valoradas en 3	0	*	3		0
Total de afirmaciones valoradas en 4	1	*	4		4
Total de afirmaciones valoradas en 5	3	*	5		15
	PUNTAJE TOTAL				19

Estructura de la idea de negocio	
¿Cual es el producto o servicio?	Productos a base de café y libros a domicilio
¿Quién es el cliente potencial?	Personas de todas las edades, con buen gusto por los productos de cafe y una buena lectura
¿Cuál es la necesidad?	Suplir la necesidad de tener un espacio consigo mismo, con la familia, amigos, en la y tranquilidad de una lectura y un buen producto a base de café
¿Cómo funciona el producto o servicio?	Cobertura estrategica a domicilio, con proyeccion de ampliacion, atencion por medios digitales
¿Por qué lo preferirian?	Por que estaremos en la comidad de nuestros espacios favoritos y podremos disfrutar de productos de nuestro agrado e incentivar la lectura

IDEA DE NOGOCIO ESTRUCTURADA

VERBO

CRECER

TEMA U

OBJETIVO

**CAFÉ CON
AROMA DE
LECTURA**

CARACTERISTICAS

RENTABLE**FAMILIAR****INNOVADOR****USUARIOS
TODAS LAS
EDADES Y
GENEROS****VERBO
INSPIRADOR
ELEGIR
VIVIR****PROPOSITO
INSPIRADOR
INCENTIVAR EL
PODER DE LA
LECTURA, EL
CONOCIMIENTO LA
CULTURA, INTEGRAR
LA FAMILIA Y
AMIGOS**

ESTRATEGIAS DE INNOVACIÓN

1. Crear nuestra propia carta digital con todos los productos a base de café (empanadas de café, rollitos rellenos con crema de café, tostadas con chips de café, té de café, galletas con adición de crema de café, en diferentes sabores café intenso, café suave, café concentrado, café frio y caliente, café con sabor a licor, cocteles de café, diferentes presentaciones en su tamaño.
2. Crear nuestra propia App para que los clientes pueden programar sus pedidos, productos a base de café y servicios de lectura, utilizando diversos medios de pago.
3. Realizar actividades por nuestra App y redes sociales para que los clientes puedan ganar premios que los incentiven a conocernos más día tras día.
4. Descuentos especiales 1 día a la semana, este día será elegido por votación de nuestros clientes.

ANALISIS DE COMPETENCIA

Juan Valdez Café, es una cadena multinacional de cafeterías con sede en Colombia que se especializa en la venta minorista de café. Su propósito es convertirse en miembro del negocio mundial de cafeterías y promover el café colombiano.

Juan Valdez, mantiene su mercado innovando con productos de edición especial, enseña rituales de preparación para el café, vende sus productos envasados para la preparación en casa con nuevos sabores.

Tostao café y pan; lugares diseñados para todo tipo de personas, uno de los atractivos de Tostao es el precio bajo de algunos de sus productos, tienen una línea de producción, donde

sacan producto cada 4 horas para ofrecer a sus clientes café y pan fresco. Su café es delicioso, aunque no presenta ninguna variedad en el producto.

CONCLUSIONES EN RELACION CON LAS ESTRATEGIAS DE IDEA DE NEGOCIO Y LA COMPETENCIA

Nuestra mayor competencia es Juan Valdez, ya que se encuentra posicionada a nivel internacional con la calidad de su producto, pero teniendo en cuenta nuestro valor agregado de espacios e inclusión de la lectura podemos ser muy competitivos a nivel local y nacional.

Adicional a esto sabemos que Juan Valdez y Tostao manejan una de productos de panadería, pero estos no tienen un enfoque en el café, que es otro de los valores que presentamos y vamos a llevar al plano real.

En cuanto a los valores, estaremos en un plano medio entre Juan Valdez que tiene unos valores que no son asequibles a todos los estratos sociales y por el contrario Tostao presenta una línea económica de café asequible a todos los bolsillos. Nosotros presentaremos diferentes líneas de productos y servicios para que sea del alcance de todos los bolsillos.

CONTEXTUALIZACION DE LA EMPRESA:

Nombre de la empresa: Café y Lectura

Actividad económica:

CIU 561 actividades de restaurantes, cafeterías y servicio móvil de comidas (La actividad de los establecimientos dedicados a la preparación y el expendio de comidas para el

consumo inmediato, tales como: restaurantes, cafeterías, asaderos, merenderos, salones de onces, puestos de refrigerios, el servicio de expendio móvil de comidas)

Actividad económica Catering para eventos y código CIU 5621 (El catering para eventos, es decir, la provisión de servicios de comida, con base en acuerdos contractuales con el cliente, que se realiza en el lugar por él señalado y para un evento específico)

Tamaño: Micro empresa

Lugar de ubicación: Principal de producción; Carrera 124ª # 18ª-98

Ubicación de servicios: virtual (servicio a domicilio)

TAMAÑO DEL MERCADO

De acuerdo a lo indicado por el DANE y el DNP para el año 2019 la ciudad Bogotá cuenta con una población total de 8.181.047 habitantes de los cuales el 49.17% se encuentra entre los rangos de 20 a 59 años de edad, la cual es la población a la cual va dirigido nuestros productos.

En la localidad de Fontibón, sector donde se establecerá el punto de distribución de nuestros productos encontraremos un foco de mercado directo de 82.300 habitantes directos los cuales pertenecen a empresas y hogares, adicional a ello contaremos con una población flotante en el sector de aproximadamente 550.000 habitantes.

Por lo anterior se puede proyectar un grado de partición en la población de Bogotá del 7.72%.

ANALISIS DE LA DEMANDA

Se realiza encuesta como apoyo de investigación de la demanda

En esta etapa de análisis, la demanda del producto por parte de los consumidores se realizó a través de 120 encuestas con el fin de principal de conocer el comportamiento de las personas que cumplen con las características de nuestro mercado objetivo.

Ficha técnica de la encuesta.

Nombre de la encuesta de investigación:	Análisis de la demanda, Café y lectura
Firma encuestadora:	Torres Ltda., Profesionales en investigación de mercados.
Fecha de realización de campo:	01 septiembre a 8 septiembre de 2020
Fuente de financiación:	Recursos propios
Grupo objetivo:	Hombres y mujeres de todas las edades, empresas de todos los niveles socioeconómicos, de la ciudad de Bogotá
Marco muestra:	Encuestas enviadas vía email.
Tamaño de la muestra:	120 personas
Técnica de recolección:	Encuesta vía email.
Cobertura geográfica:	Ciudad de Bogotá

Encuesta Realizada.

Preguntas de la encuesta

1. ¿Sabe manejar usted plataformas digitales para hacer pedidos a domicilio?

Si

No

Muy poco

2. ¿Estaría dispuesto a usar un servicio a domicilio que le permita solicitar productos a base de café?

Si

No

Talvez

4. ¿Le gustaría una aplicación de servicio a domicilio que le brinde la posibilidad de acceder de a sus libros favoritos en línea o en físico?

Si

No

Talvez

4. ¿pagaría usted un servicio de catering para sus reuniones donde le ofrezcan a sus invitados productos a base de café y la posibilidad de acceder a libros digitales?
(pregunta para empresas o personas que organicen reuniones de más de 50 personas)

Si

No

Talvez

INFORME DE LA ENCUESTA

1. De la anterior encuesta se preguntó:

¿Sabe manejar usted plataformas digitales para hacer pedidos a domicilio?

De esta pregunta se obtuvo que 104 personas de las cuales corresponde al 87% contestaran de manera positiva, 7 personas que corresponde al el 5,8% contestaron a la pregunta de manera negativa, 9 personas dijeron que muy poco, que corresponde al 7,2%

Confirmando así el conocimiento y manejo de plataformas digitales.

¿Estaría dispuesto a usar un servicio a domicilio que le permita solicitar productos a base de café?

Respuestas positivas que un 82.8%, un 13,3% respondió negativo pesos y un 3,9 % dijo que tal vez

Demostrando de esta manera el gusto de las personas por los productos que queremos ofrecer a base de café.

¿Le gustaría una aplicación de servicio a domicilio que le brinde la posibilidad de acceder de a sus libros favoritos en línea o en físico?

Las respuestas positivas fueron del 89.4% y solo un 10.6% de manera negativa.

Mostrando así el interés por el producto que tendremos como valor agregado.

¿pagaría usted un servicio de catering para sus reuniones donde le ofrezcan a sus invitados productos a base de café y la posibilidad de acceder a libros digitales? (pregunta para empresas o personas que organicen reuniones de más de 50 personas)

Respondieron de la siguiente manera, 81.3% indico que sí, el 15,7% Respondió que no y el 3% indico que talvez. Demostrando así que nuestro servicio de catering puede llegar a ser un plus apetecido en el mercado

Con esta encuesta, podemos deducir que el desarrollo de este tipo de productos y servicios son comerciales y les gustan a nuestros potenciales clientes.

ANALISIS DE LA OFERTA

Los Competidores directos de café y lectura son Juan Valdez y Tostao

Juan Valdez es una empresa multinacional, cuenta con cuatro líneas de negocio:

Tiendas especializadas, Grandes Superficies, Canal Institucional y el portal e-commerce. Por su gran reconocimiento Juan Valdez maneja unos precios que no son asequibles a todo tipo de clientes. (Juan Valdez.com,2020)

Tostao, nace en 2015 con una línea de productos: panes, son de masa madre, 100% homemade, Mix de quesos en hebras (parmesano, gruyere y mozzarella) para el Tostado de la Casa, y los sándwiches en el momento con productos frescos del día. (Tostao.com, 2020)

Esta empresa se encuentra a nivel nacional, con una gran diferencia a comparación de Juan Valdez en el tema de precios en productos.

Estas empresas ya se encuentran vinculadas en el mundo digital, cuentan con ventas a domicilio, la desventaja de estos es que son parte de aplicaciones de terceros. Que toman el pedido de los consumidores y van a las tiendas a recoger el producto, lo cual puede generar inconvenientes en los costos y la calidad del producto. Adicional a esto encontramos que ninguna de estas empresas tiene un servicio de catering para las empresas en sus eventos importantes. Es importante mantenernos vigentes en el mercado mirando la evolución de nuestros competidores directos, ya que, al ingresar en el mercado con un tema innovador, se pueden sentir amenazados y aplicar nuevas estrategias, por esta razón mantendremos actualizada nuestra carta de servicios y nuestra aplicación contara con una actualización gratuita que no consumirá espacio de los teléfonos móviles para que los clientes puedan estar al día con lo que pretendemos mejorar día tras día. De la misma manera tendremos atención

telefónica para resolver cualquier inquietud o inconveniente, mantendremos nuestro chat virtual para cualquier pregunta o sugerencia que pueda surgir y nuestros clientes conocerán la ubicación de nuestro centro de operación por si quieren acercarse a conocer un poco más de nuestra empresa.

Nombre del competidor	Producto	Precio	Servicio (ventaja competitiva)	Ubicación
Juan Valdez	-Bebidas calientes (latte, espressos, moca, filtrados, cappuccinos, infusiones herbales, pods, espresso doble)	Desde \$2.500 hasta \$15.000	Puntos con servicios a la mesa, servicio a domicilio, servicio en barra, atención virtual	Nacional e internacional
	-Bebidas frías (Nevados, embotellados, granizados, malteadas, helados, fruppés, jugos naturales)	Desde \$ 8000 hasta \$15.000		
	-fresquizimos (wrao cesar con pavo, broche de jamon y queso derretido, arepa de chocolate, mini bocata, bagette doble queso y jamon, burrata de queso mozzarella y jamon serrano)	Desde \$7000 hasta \$35000		
	-Para acompañar (pastel dulce, pastel de sal)	Desde \$5000 hasta \$18000		
Tostado	-Bebidas Listas (jugos envasados)	Desde \$2000 hasta \$3000	Servicio en barra, atención en puntos, domicilios, atención virtual.	Nacional
	-Bebidas preparadas batido, café, tinto)	Desde \$800 hasta \$5000		
	-Café (granulado)	Desde \$4700		
	-Panadería (panes, cruasanes, galletas, palitos de queso, pasabocas)	Desde \$1200 hasta \$3500		
	-Saludable (jugos verdes y ensaladas)	Desde \$8500 hasta \$12000		

ANALISIS DE LA COMERCIALIZACION Y DE LOS PROVEEDORES

Proveedores que requerimos para la producción de café y lectura:

1. Artegel Italia sas, equipos y accesorios para café

Ubicado en la Carrera 45 #13-80 Bogotá, teléfono; 2686080

2. Café Tassa sas, marca de café verde para tostadores locales, café tostado en grano o molido. Realizan envíos nacionales

Ubicado en la Cra 23 # 62-16 Manizales, teléfono 8814428

3. Mesa de los santos, café orgánico de Colombia

Ubicado en la Diagonal 40ª #14-82 Bogotá, teléfono 7475090

4. Café mulato, café Gourmet 100% orgánico

Ubicado en la Cra 37 #10-197 Urbanización Parque industrial Arroyohondo Acopi-Yumbo, con envíos nacionales, teléfono 5246760 / 2854646 / 3474997

5. Café Montaña Roja, sofisticada variedad de café, en diferentes presentaciones y sabores.

Ubicado en la Calle 63 No.18-26 Bogotá, teléfono 3455836 / 3463961

6. Empaques y cartones sas, empaques amigables con el medio ambiente.

Ubicado en la Cra. 96i #15C-73, teléfono 7469803

7. Darnel, línea biodegradable Darnel naturals

Ubicado en la Tv. 93 # 63-65, Bogotá, Cl 65 Bis 91-82 Bogotá, teléfono, 4344379 /

8. Akamai, proveedor líder de servicios en la nube para proveedores de servicios de aplicaciones que deseen ofrecer experiencias de usuario seguras y de alto rendimiento.

Chat +1-877-425-2624, Ubicación internacional

9. Proveedor de internet, claro

Bogotá 7500500

Línea a Nivel Nacional 018003200200

CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Nuestro fuerte será el servicio a domicilio y el servicio de catering para las empresas que ofrecen grandes reuniones.

Tendremos nuestra central de producción ubicada en la carrera 124 a # 18 a – 98 Fontibón, Bogotá.

La recepción de pedidos estará disponible por Línea telefónica 5485068 o en nuestra app donde podrán hacer pago por PSE.

Para comercializar nuestro producto utilizaremos las redes sociales, daremos a conocer nuestra aplicación a los clientes por medio de videos cortos y publicidad en:

YouTube

Instagram

Facebook

Spotify

PROCESO DE SEGMENTACION

15 bondades de café y lectura

1. El café contiene nutrientes esenciales.

Una taza contiene vitaminas B2 y B5, magnesio, potasio y niacina y además, es la mayor fuente de antioxidantes, más que la fruta o los vegetales.

2. El café mejora aspectos de la función cerebral.


La cafeína es el psicoactivo más consumido del mundo y el activo más importante de esta bebida. Al consumirlo actúa en el cerebro, aumentando sustancias como la dopamina o la norepinefrina, que aceleran la actividad cerebral.


1. Puedes pedirlo desde la comodidad de tu hogar o tu lugar de trabajo, con tan solo ingresar a nuestra app.
2. La costumbre continuada de leer, retarda la aparición de los síntomas de demencia.
3. La lectura y el café estimulan la concentración.
4. Estimula el intercambio de información y conocimiento.
5. El café reduce el riesgo de padecer enfermedades como:
 - Diabetes
 - Cirrosis
 - Depresión
 - Enfermedades neurodegenerativas
 - Infartos
6. La lectura reduce el riesgo de padecer enfermedades como:
 - enfermedades neurodegenerativas

- Estrés y ansiedad
- Enfermedad de Alzheimer

7. La lectura y el café, Agudiza la astucia
8. Durante la lectura se activan regiones cerebrales que propician procesos de imaginación a partir de los acontecimientos de la narración y vienen a la mente recuerdos y confrontaciones con experiencias personales.
9. El consumir café combate el envejecimiento prematuro
10. El café y la lectura ayudan a disminuir los dolores de cabeza.
11. El café es un exfoliante natural para la piel.
12. Leer estimula la percepción de la vida.
13. La lectura y el café, nos ayudan a encontrarnos en un espacio con nosotros mismos, lleno de paz y silencio.

EJERCICIO BUYER PERSONA

	<p>miedos: no llevar a cabo sus proyectos, se siente frustrado cuando no encuentra la solución a sus problemas generando mejores ideas, su ansiedad es llegar a la cima del éxito empresarial.</p>	<p>Desea, alcanzar todas sus metas, anhela ser mejor cada día, necesita motivarse día tras día para no bajar la guardia y sueña con alcanzar el éxito empresarial y financiero.</p>
<p>Fernando tiene 27 años, es de género masculino, de nacionalidad colombiano, vive en Bogotá en el barrio Hayuelos, de estrato social 4</p>	<p>están tratando de hacer crecer su empresa, con mejores servicios, más convenios de concesiones. Es importante para ellos porque el sustento de muchas familias depende de esta empresa y el crecimiento financiero de los socios.</p>	<p>esas metas se alcanzan con trabajo en equipo, inversión monetaria y talento humano. Los tropiezos en su camino son la competencia desleal.</p>
<p>Frases que mejor describen sus experiencias:</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Si buscas resultados distintos, no hagas siempre lo mismo (Albert Einstein) 2. Después de escalar una montaña muy alta, descubrimos que hay muchas otras montañas por escalar (Nelson Mandela) 3. Estar preparado es importante, saber esperar es aún más, pero aprovechar el momento adecuado es la clave de la vida (Arthur Schnitzler) 	
<p>¿Existen otros factores que deberíamos tener en cuenta?</p>	<p>los gustos de nuestros clientes, en este caso Fernando es un apasionado de la lectura y el café</p>	

	<p>MIEDOS, FRUSTACIONES Y ANSIEDADES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Falta de visión empresarial 2. Miedo a la internacionalización 3. Falta de recursos económicos 4. Falta de personal comprometido 	<p>DESEA, NECESITA, ANHELA Y SUEÑA</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Metodología de costo 2. Fuentes de financiamiento 3. Planeación estratégica para impulsar el producto o servicio 4. Invertir en marketing
<p>DEMOGRAFICOS Y GEOGRAFICOS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ubicación en las ciudades principales de Colombia 2. Micro, pequeñas, medianas y macro empresas 	<p>QUE ESTAN TRATANDO DE HACER Y PORQUE ES IMPORTANTE PARA ELLOS?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Diseñar estrategias de marketing 2. Crear una identidad propia 3. Diseñar estrategias de servicio al cliente 	<p>COMO ALCANZAN ESAS METAS HOY? HAY ALGUNA BARRERA EN SU CAMINO?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Con el marketing digital 2. La barrera es el temor a avanzar
<p>Frases que mejor describen sus experiencias:</p>	<p>"El que no está dispuesto a arriesgarlo todo, no está preparado para ganar nada" (Facundo Cabral)</p>	

*imágenes tomadas de Google *Graficas propias

3. Describa lo siguiente:

a. ¿En dónde encuentra personas o empresas similares a su cliente ideal?

Las personas prospecto para ser clientes de Café y lectura se encuentran en las empresas que realizan reuniones de integración para sus empleados, reuniones y comités directivos, aquellas que se vinculan a los Networking o estrategias de marketing donde podemos prestar nuestros servicios, tales como compensar, Cafam, Colsubsidio, que se ubican a nivel nacional y organiza grandes reuniones para generar nuevos mercados. Podemos hablar de entidades financieras que también se encuentran a nivel nacional, o aquellas empresas que gustan de celebrar con sus empleados las fechas especiales.

Encontramos personas que comparten en familia y están en sus casas esperando un tiempo para estar en la tranquilidad de su hogar, empleados de todos los sectores que esperan poder disfrutar de un café en sus oficinas o lugares de trabajo.

b. valores que destacan a mi cliente ideal:

Empatía

Respeto

Confianza

Fidelidad – lealtad

Satisfacción

c. El entorno de mi cliente durante la semana

mis clientes se relacionan con las personas que se encuentran afiliadas a sus servicios, se relacionan con mas empresas para vender sus servicios y socializar marketing, se relacionan con sus familias, amigos y compañeros de trabajo

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

4. Bondades descritas en el numeral 1, ajustadas a mi cliente ideal descrito en el numeral dos, teniendo muy en cuenta las anotaciones del numeral 3.

Las bondades de Café y lectura se ajustan a las necesidades de nuestros clientes, que desean consumir un delicioso café en sus reuniones de marketing o en compañía de su familia o grupo de trabajo.

Nuestros clientes tienen como enfoque crecer en sus empresas por lo tanto el relacionarse con más empresas es su mejor opción, generar grandes reuniones como Networking para socializar el mercado, buscando que los integrantes de sus reuniones se sientan bien atendidos.

La idea es fidelizar cada una de las personas que se relacionan en estas reuniones, para que nos conozcan en su ámbito personal, familiar y laboral. Por lo tanto, adquieran nuestros servicios para sus momentos más íntimos y sus reuniones sociales.

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

1. Tome nota de los otros actores del mercado que ofrecen cosas similares a su producto. (Juan Valdez, Oma, Tostao)

2. Cuál es la población total de personas o negocios que potencialmente podrían comprar su producto o productos similares al suyo: Se puede decir que el 70% de las empresas que se tienen en mente pueden comprar nuestro producto y servicio, el 30% restante tendría más en cuenta el tema de los costos y no la calidad del producto y el servicio.

3. Cuántas personas o negocios necesariamente deben suplir su necesidad con un producto igual, similar o sustituto al suyo: se requieren atender 2 eventos mínimo en la semana de empresas que tengan más de 200 personas en evento. En cuanto a personas naturales la idea es vender más de 500 servicios en la semana.

4. Cuántas personas o negocios presentan alto potencial de adquirir su producto

Alrededor de 10.000 personas y 10 empresas inicialmente.

5. Cuántas personas o negocios definitivamente suplirían sus necesidades con su producto: 7000 personas y 5 empresas fijas.

Con lo anterior, acabo de definir el mercado potencial, disponible, meta y objetivo, siendo este último al que finalmente vale la pena realizar todos los esfuerzos para alcanzarlo (logística, mercadeo u otros esfuerzos promocionales)

Siempre teniendo presente que segmentar conlleva a optimizar recursos y maximizar ingresos, pues sin dejar de ofrecer/vender productos a otros, ese segmento de clientes es el que representará la porción más alta de ingresos o rentabilidad por cliente a nuestra compañía.

PROPUESTA DE VALOR

FRUSTACIONES DEL CLIENTE

¿Cómo manifiesta las preocupaciones el cliente, costosos, mucho dinero o requiere esfuerzo sostenido?

- El tiempo de entrega no es el esperado
- Que por ser un producto nacional el costo es mayor
- Por ser una empresa nueva no cumpla con la calidad esperada

¿Qué hace que mis clientes se sientan mal?

- No recibir sus pedidos en buen estado
- Que no se le entregue en el tiempo oportuno
- Que el producto que le sea entregado, no sea el que haya solicitado o este incompleto

¿Cuáles son las principales dificultades y desafíos que tienen mis clientes para elegirnos?

- Que los medios de pago no sean confiables
- Que se cuente con cobertura de entrega en la dirección en la cual desea que le sea entregada su compra

TRABAJOS DEL CLIENTE:

¿Qué tareas intentan realizar mis clientes en su vida laboral y personal?

- Buscar de manera digital productos innovadores que le permitan brindar comodidad y estilo de vida.

¿Qué problema creo que tiene mi cliente del que tal vez ni siquiera está al tanto?

- Desplazamiento en esta pandemia
- Generar una compra confiable bajo la modalidad Online

¿Qué necesidades emocionales está tratando de satisfacer mis clientes?

- Compartir tiempo en familia y con amigos
- Satisfacción personal
- Comodidad, en los espacios que más lo llenan, hogar, trabajo, reuniones sociales

ALEGRÍAS DEL CLIENTE

¿Qué ahorro haría felices a mis clientes?

- Tiempo de entrega
- Costos en Calidad del producto
- Minimizar los desplazamientos

¿Qué niveles de calidad esperan?

- Productos saludables
- Fabricados con materia prima confiable
- Excelente presentación y sabor

¿Qué les facilitaría la vida más a mis clientes?

- Que las entregas se realicen en la puerta de su domicilio
- Sorprender a las personas que quieren por medio de un producto
- Que nos encarguemos de atender sus eventos sociales

PRODUCTOS Y SERVICIOS

PRODUCTOS O SERVICIOS

Alimentos a base de café a domicilio

Servicio de catering para atender reuniones empresariales o familiares

App para la reserva o solicitud de servicios

Libros digitales y físicos del interés de nuestros clientes.

CREADORES DE ALEGRÍAS

El ahorro de tiempo en desplazamientos.

Brindar descuentos por consumo de fidelización

Entregar satisfacción en nuestro producto y servicios

Llegar a donde nuestros clientes nos necesitan, cuando nos necesitan.

Atención cálida, amable y respetuosa.

Cumplir y superar las expectativas de nuestros clientes.

ALIVIADORES DE FRUSTACIONES

Generar confianza a mis clientes en cuanto al cumplimiento

Garantizar diferentes medios de pago

Garantizar calidad en todo nuestros productos y servicios, desde la elaboración hasta el consumo de los productos.

Brindar un proveedor fijo, estable, bueno y económico para nuestra App,

Atender las sugerencias de nuestros clientes,

Tener personal comprometido con la productividad

DECLARACION DE LA PROPUESTA DE VALOR

“Café y lectura, llegamos a donde tú necesitas”

DISEÑA TU PRODUCTO

DEFINICION ESTRATEGICA

1. LEY 905 DE 2004

Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo del micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones.

ARTÍCULO 1o. El literal b) del artículo 1o de la Ley 590 de 2000 quedará así:

b) Estimular la promoción y formación de mercados altamente competitivos mediante el fomento a la permanente creación y funcionamiento de la mayor cantidad de micro, pequeñas y medianas empresas, MiPymes.

ARTÍCULO 2o. El artículo 2o de la Ley 590 de 2000 quedará así:

Artículo 2o. Definiciones. Para todos los efectos, se entiende por micro incluidas las Famiempresas pequeña y mediana empresa, toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios, rural o urbana, que responda a dos (2) de los siguientes parámetros:

1. Mediana empresa:

a) Planta de personal entre cincuenta y uno (51) y doscientos (200) trabajadores, o

b) <Ajuste de salarios mínimos en términos de UVT por el artículo 51 de la Ley 1111 de 2006. El texto con el nuevo término es el siguiente:> Activos totales por valor entre 100.000 a 610.000 UVT.

2. Pequeña empresa:

a) Planta de personal entre once (11) y cincuenta (50) trabajadores, o

b) Activos totales por valor entre quinientos uno (501) y menos de cinco mil (5.000) salarios mínimos mensuales legales vigentes o,

3. Microempresa:

a) Planta de personal no superior a los diez (10) trabajadores o,

b) Activos totales excluida la vivienda por valor inferior a quinientos (500) salarios mínimos mensuales legales vigentes o,

PARÁGRAFO. Los estímulos beneficios, planes y programas consagrados en la presente ley, se aplicarán igualmente a los artesanos colombianos, y favorecerán el cumplimiento de los preceptos del plan nacional de igualdad de oportunidades para la mujer.

Normas Internacionales de Información Financiera

Se trata del conjunto de Estándares Internacionales de Contabilidad. Su objetivo es que las empresas conviertan los estados financieros a normas internacionales, los cuales establecen los requisitos de reconocimiento, medición, presentación e información a revelar sobre las transacciones y hechos económicos que pueden llegar a afectar a una empresa.

Estas normas aplican para todas las compañías y son reguladas por el Congreso, la Superintendencia de Sociedades y la DIAN. El último plazo para su implementación fue el 31 de diciembre de 2016.

2. SG-SST

Su función es garantizar para toda entidad el diseño y la implementación de un Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo. Aplica para todas las empresas y es regulada por el Ministerio de Trabajo. Las fechas para su correcta implementación son:

30 de septiembre de 2017: diagnóstico inicial.

31 de diciembre de 2017: diseño.

1 enero 2018 – 31 diciembre 2018: implementación.

1 enero 2019 – 31 diciembre 2019: mejora continua.

3. Resolución 2674 de 2013,

Establece los requisitos sanitarios que se deben cumplir para las actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos y materias primas de alimentos y los requisitos para la notificación, permiso o registro sanitario de los alimentos, según el riesgo en salud pública, con el fin de proteger la vida y la salud de las personas.

La Resolución 719 de 2015 establece la clasificación de alimentos para consumo humano de acuerdo al riesgo para la salud pública que estos pueden presentar.

DISEÑO DE CONCEPTO

Materiales y maquinaria que se requiere para la elaboración del producto y servicio
Café y Lectura.

1. Se requiere materia prima para la elaboración de los productos a base de café,

- Variedad de café
- harina
- endulzantes
- saborizantes
- avenas
- Colorantes naturales



2. Máquinas para elaborar los productos.

- Maquinas procesadoras de café
- Hornos
- Máquina para tapar los envases
- Instrumentos de amasado
- Mesones en acero inoxidable
- Estufas
- Congeladores
- Neveras
- Máquina de lavado de loza

*imágenes de Google



3. Elementos de protección personal

- Guantes
- Tapabocas
- Cofias
- Uniforme antifuído
- Zapatos antideslizantes
- Limpiones para cada proceso
- Delantales



4. Equipos de tecnología

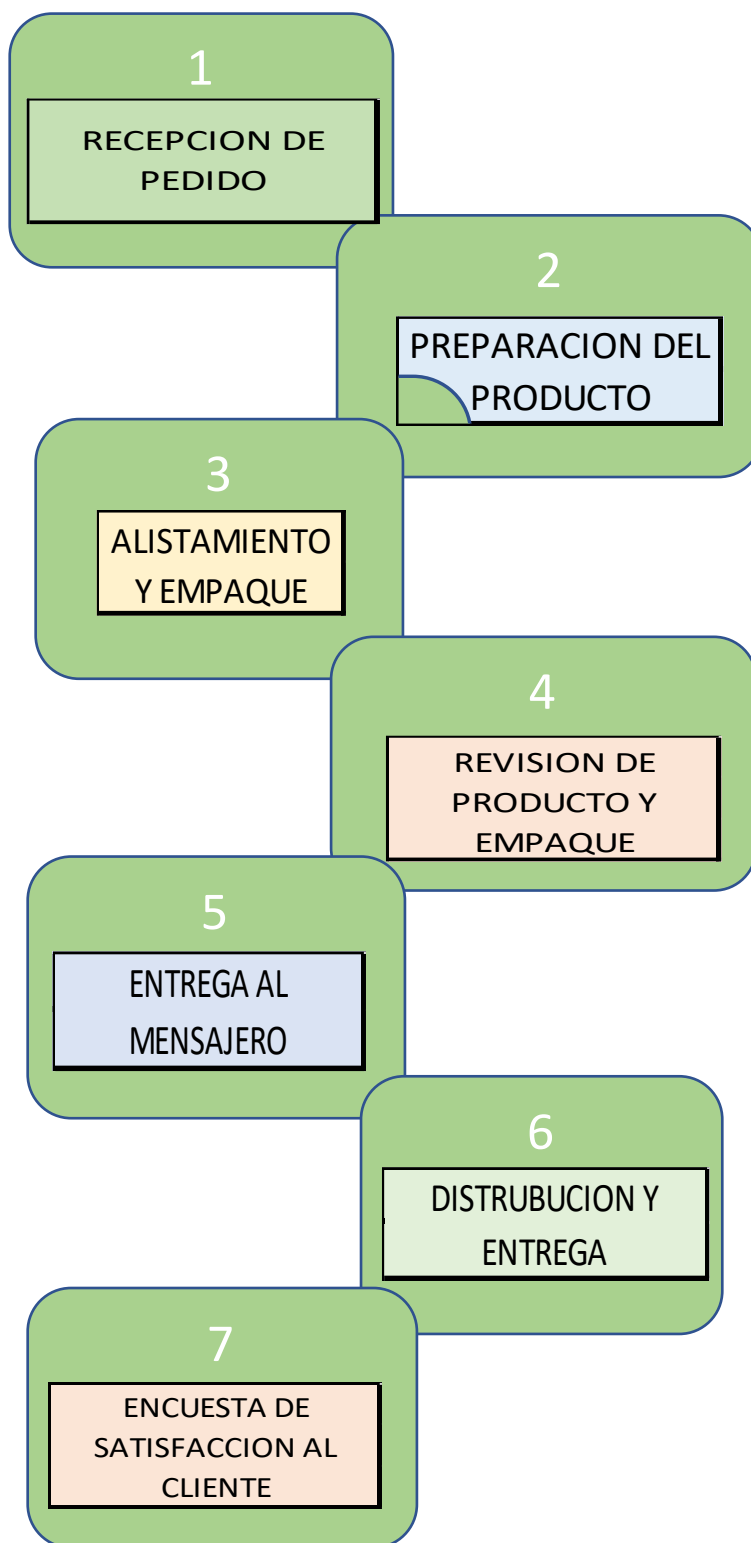
- Computadores
- Cajas registradoras
- Servicio de internet
- Teléfonos
- Aspiradoras
- Ventilación

5. Vehículos para transportar los domicilios

- Motocicletas
- Bicicletas eléctricas
- Vans



*imágenes de Google

DISEÑO EN DETALLE

VALIDACION Y VERIFICACION

Indicadores de calidad que evalúan el producto antes de salir al mercado:



*Graficas propias

COSTOS DE PRODUCCION

Producto	Costo en Insumos.	Costos materiales de empaque o envase	Costo mano de obra	Costo total
Café, tinto	\$ 400	\$ 300	\$ 300	\$1.000
Pasabocas	\$ 1.400	\$ 300	\$ 300	\$2.000
Panes de café	\$ 600	\$ 300	\$ 300	\$1.200
Malteadas de café	\$ 1.600	\$ 500	\$ 400	\$2.500
Aromática de café	\$ 400	\$ 300	\$ 300	\$1.000
Te de café	\$ 800	\$ 400	\$ 400	\$1.600
Servicio de montaje en catering de 0 a 50 personas	\$ 400.000	\$ 300.000	\$ 600.000	\$1.300.000
Servicio de montaje en catering de 50 a 150 personas	\$ 900.000	\$550.000	\$ 900.000	\$2.350.000
Libros a domicilio físico	\$ 4.500	\$ 600	\$ 500	\$ 5.600
Libros virtuales, envío enlace	\$ 3000			\$ 3000

*Graficas propias

EMPAQUE Y ETIQUETA DEL PRODUCTO



*imagen de Google



*Imagen Diseño propio

FASE DEL CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO O SERVICIO

Café y lectura, se encuentra en fase de introducción, ya que se está realizando el primer acercamiento al mercado, donde dependemos de los compradores más innovadores y arriesgados generando así mayor expectativa.

PROTOTIPO DE PRODUCTO Y SERVICIO

<https://app.olaclick.com/es/cafe-y-lectura>



*Diseño propio

A continuación, adjunto imágenes de nuestra aplicación, el paso a paso para realizar el pedido y el mensaje de respuesta que le llega a nuestro cliente para confirmar el pedido

11:45 73%

app.olaclick.com/e

Café y lectura

Promociones Productos Servicio empresari

Abierto

Café y lectura

Promociones Productos Servicio empresari

Abierto

Café de la casa
Tu eliges la intensidad
\$ 1500

Café xpress
\$ 3000

Café helado
\$ 3500

Café organico
\$ 3800

Café con crema de vainilla

Malteada de Café
\$ 5000

Aromática de café
\$ 1800

Té de Café
\$ 2600

Torta de café suave
Torta de café fuerte
\$ 3000

Palitos rellenos de crema de café,
suave o fuerte
pack de 2 unidades

11:45 73%

app.olaclick.com/e

Café y lectura

Promociones Productos Servicio empresarial

Pan con trozos de café
pack de 5 unidades
\$ 6000

Tostadas de café con queso crema
pack de 5 unidades
\$ 6000

Torta de café con frutos rojos
\$ 3000

Enlace para libro digital
sábados y domingos
\$ 1
~~\$ 4000~~

Enlace para libro digital
compras superiores a 30mil lunes a viernes
\$ 2000
~~\$ 4000~~

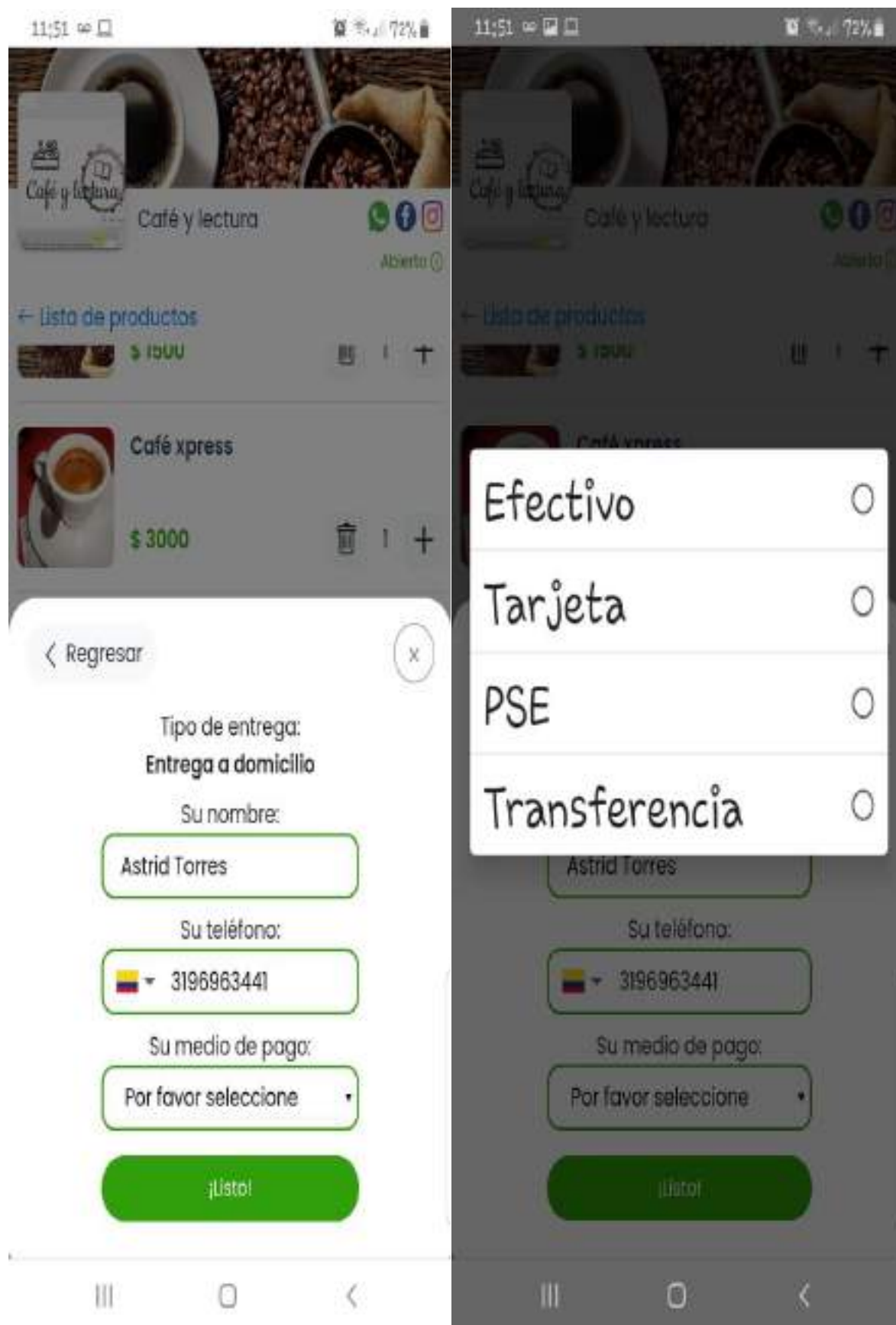
Café y lectura

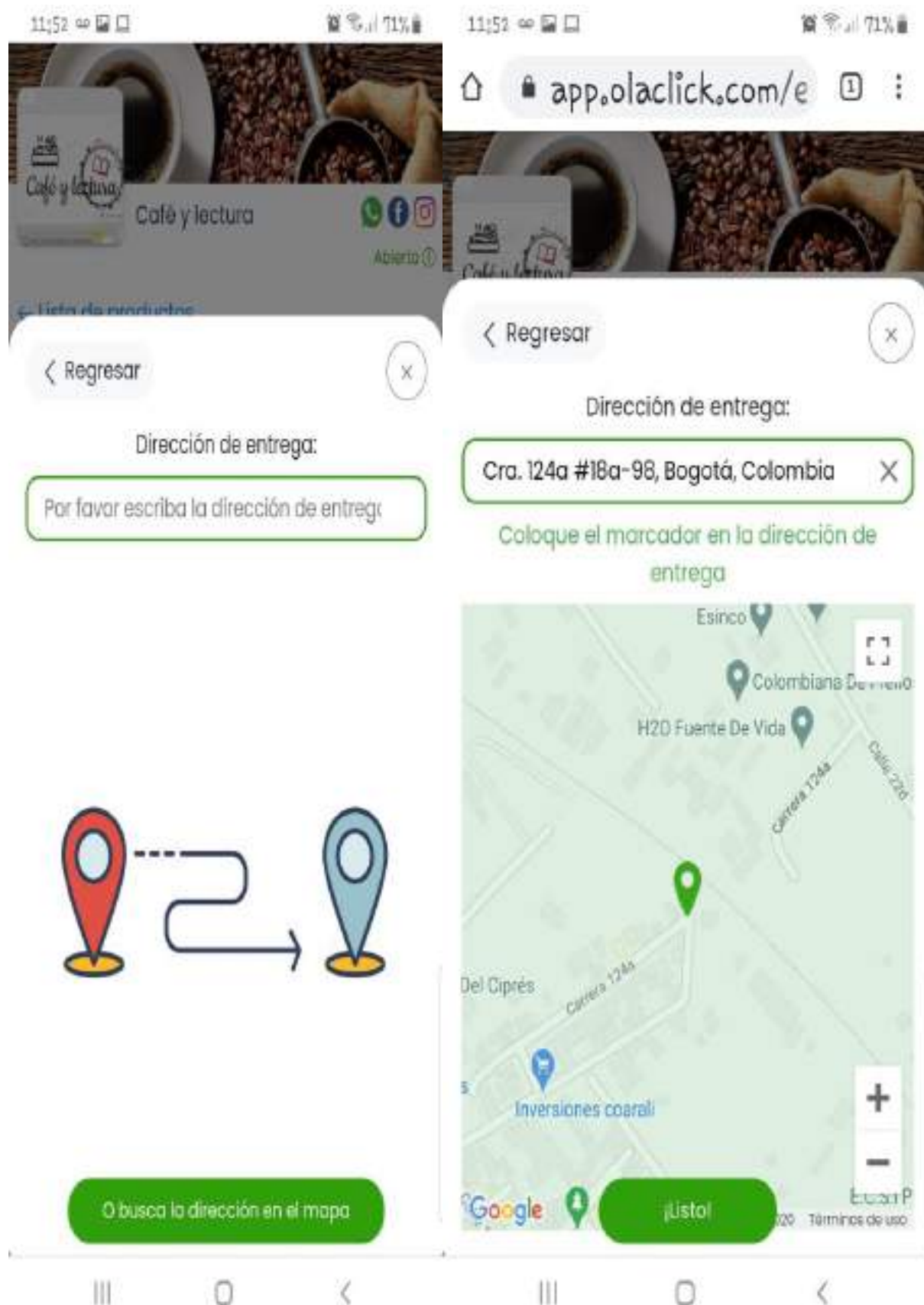
Promociones Productos Servicio empresarial

Atención de evento
desde 50 hasta 100 personas
\$ 460000

Atención de evento
desde 100 hasta 200 personas
\$ 730000

atención de evento mas de 200 personas
en todas incluye mensaje
\$ 1200





11:52 71%

app.olaclick.com/e



Café y lectura

Regresar

Dirección de entrega:

Cra. 124a #18a-98, Bogotá, Colombi

Referencias para la entrega:

(Opcional)

Resumen del pedido

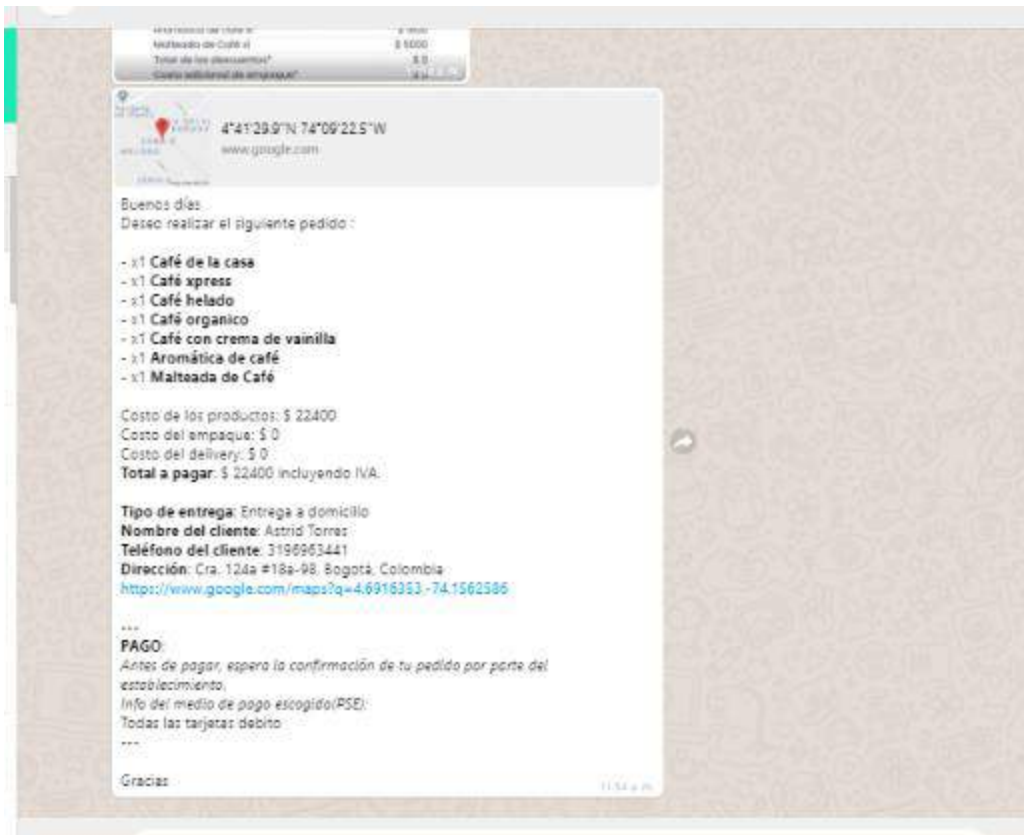
Café de la casa xl	\$ 1500
Café xpress xl	\$ 3000
Café helado xl	\$ 3500
Café organico xl	\$ 3800
Café con crema de vainilla xl	\$ 3800
Aromática de café xl	\$ 1800
Malteada de Café xl	\$ 5000
Total de los descuentos*	\$ 0
Costo adicional de empaque*	\$ 0
Costo adicional de delivery*	\$ 0
Costo total	\$ 22400

(Impuestos incluidos)

Al dar click a "Confirmar el pedido" declaro haber leído y acepto los [Términos y Condiciones](#) y [Política de confidencialidad](#) de olaclick.

Confirmar el pedido **\$ 22400**





*Las imágenes que se encuentran en nuestra App son tomadas de Google

*Las imágenes adjuntas son propias (capturas de pantalla)

MODELO RUNNING LEAN DE LA EMPRESA CAFÉ Y LECTURA

<u>Problema</u>	<u>Solución</u>	<u>Propuesta de Valor única</u>	<u>Ventaja especial</u>	<u>Segmento de clientes</u>
La frustración de no compartir tiempo con sus familias y amigos.	Realizar sus compras sin tener que desplazarse	Café y lectura, llega a donde tu nos necesitas	Producto nacional	Personas que buscan nuevas experiencias con productos 100% nacionales
Ansiedad por la situación económica	Poder adquirir productos y servicios a un precio cómodo	Apoyamos nuestros proveedores nacionales	El domicilio no tiene costo adicional	Hoteles 4 y 5 estrellas para eventos sociales
	<u>Métricas Clave</u> Sugerencias de los clientes Nivel de satisfacción Calidad del producto Costos de los productos		<u>Canales</u> Atención al cliente y venta de productos por línea telefónica, WhatsApp, Instagram, Facebook. Canal de sugerencias, email, encuesta de Google Servicio a domicilio.	Servicio de catering especializado para empresas Personas que quieren sorprender a esa persona especial
<u>Estructura de costos</u> Costos fijos: Gastos operativos y de servicio: \$5,500,000 Gastos de publicidad: \$800.000 Costos variables: Materia prima: \$3.739.900		<u>Fuentes de ingresos</u> Modelo tradicional de ingresos consecutivos a través de la venta de nuestros productos de manera directa a nuestros clientes.		

*Imagen tomada de la plataforma Cun virtual

VALIDACION DEL NEGOCIO

La hipótesis más importante para poner en marcha nuestra idea de negocio es el estudio de nuestros clientes objetivos por esta razón tomamos la parte de segmentación de clientes de nuestro LeanCanva.

OBJETIVO PRINCIPAL DE LA VALIDACION DE NEGOCIO

Conocer ampliamente nuestro mercado objetivo en la ciudad de Bogotá inicialmente y en 12 meses llegar a las ciudades principales de Colombia, teniendo en cuenta que abordaremos nuestro proyecto desde dos brechas que son, personas naturales y personas jurídicas (empresas).

OBJETIVOS ESPECIFICOS DE LA VALIDACION DE NEGOCIO

1. Realizar investigación en el entorno más cercano de nuestra empresa, iniciaremos por realizar encuesta a familiares y amigos para saber que opinan de nuestra idea de negocio.
2. Realizaremos una investigación más amplia, donde abordaremos las empresas del sector de Fontibón donde estará ubicada nuestra central de procesos, por lo tanto, nos interesa conocer sus opiniones.

Enviaremos nuestra encuesta por email a personas y empresas ubicadas en la ciudad de Bogotá en diferentes localidades, con el fin de conocer su opinión.

3. Queremos conocer que cobertura podemos dar inicialmente, cual es el sector que más podemos abordar y por donde dar inicio con más fuerza a nuestra difusión de publicidad.

4. Buscaremos conocer nuestro mercado objetivo y estable, para afianzar nuestra idea de negocio, con el fin de establecer finalmente las necesidades de nuestros clientes y así ajustar nuestro producto y servicio.

TECNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE INFORMACION

Tipo de investigación que aplicaremos:

Para llevar a cabo la validación de negocio realizaremos una investigación cuantitativa, por lo cual nos apoyaremos en una encuesta que diseñaremos por formulario de Google.

DISEÑO DE LA ENCUESTA:

Elaboraremos una encuesta por formulario de Google que tendrá 12 preguntas enfocadas a conocer nuestros clientes en cuanto a su ubicación, gustos por nuestros productos, costos que estarían dispuestos a pagar y opiniones sobre nuestra idea de negocio, las preguntas que plasmaremos en el formulario serán las siguientes.

1. ¿rango de edad?
 - Entre 18 y 25 años
 - Entre 26 y 30 años
 - Entre 30 y 40 años
 - Entre 40 y 50 años
 - Mas de 50 años
2. ¿Localidad en la que está ubicado y localidad en la que trabaja?
3. ¿Tiene usted gusto por los productos de café?
4. ¿Qué opina de las reuniones sociales donde le ofrecen café y productos a base de café para la atención del evento?

5. ¿Le gustaría tener una App en su teléfono que le permita pedir productos de Café a domicilio en su hogar o sitio de trabajo?
6. ¿Si pide un café a domicilio le gustaría que le ofrecieran un buen libro para acompañarlo en la tranquilidad de sus espacios?
7. ¿Estaría dispuesto a pedir un servicio a domicilio que le lleve productos a base de café para usted, su familia y amigos?
8. Cuál sería el costo que está dispuesto a pagar por productos a base de café a domicilio como:

Café de la casa

Pan de café

Malteadas de café

Café frío

Pasteles de café

Palitos con crema de café

Tostadas de café con queso crema

Aromática de café

Te de café

Café xpress

Café helado o caliente con crema de vainilla

Café orgánico

Café con frutos rojos

- Entre \$ 2.500 hasta \$ 10.000
- Entre \$ 2.500 hasta \$15.000

- Entre \$ 2.500 hasta \$ 20.000
9. ¿De los productos mencionados anteriormente cual le llama más la atención y cual es el que menos le agrada?
 10. ¿Qué producto nos sugeriría que sea de su agrado y que tenga que ver con nuestra idea de negocio?
 11. ¿Responda solo si es empresa: ¿Cual sería el costo que está dispuesto a pagar por un servicio de catering que le ofrece productos a base de café con atención personalizada?
 12. Finalmente, en una escala de 1 a 10, ¿cómo evaluaría nuestra idea de negocio de productos a base de café a domicilio acompañados de un buen libro?
 - Mala de 0 a 2
 - Regular de 3 a 5
 - Buena de 6 a 8
 - Excelente de 9 a 10

FICHA TECNICA DE LA ENCUESTA

Nombre de la encuesta de investigación: Análisis de validación de negocio

Firma encuestadora: Torres Ltda., Profesionales en investigación
de mercados.

Fecha de realización de campo: 13 de noviembre de 2020

Fuente de financiación: Recursos propios

Grupo objetivo: Hombres y mujeres de todas las edades,
empresas de todos los niveles socioeconómicos, de la ciudad de Bogotá

Marco muestra: Encuestas enviadas vía email y WhatsApp

Tamaño de la muestra: 200 personas

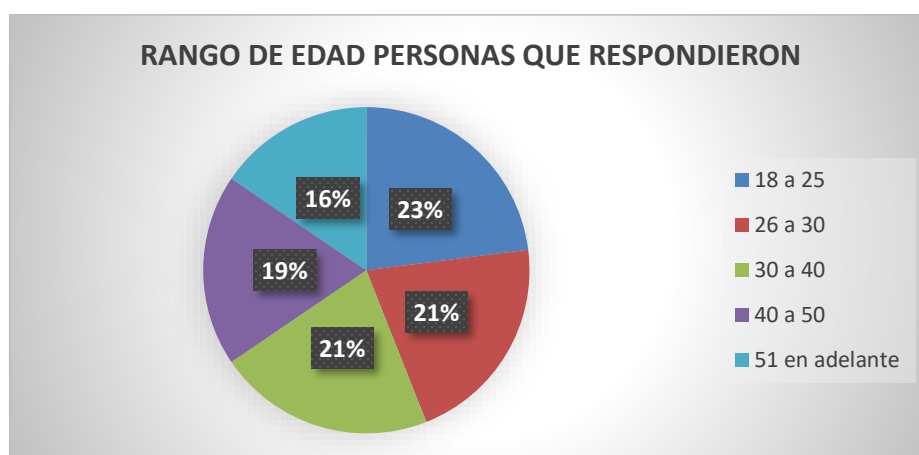
Técnica de recolección: Formulario de Google

Cobertura geográfica: Ciudad de Bogotá

INFORME DE LA ENCUESTA

De la encuesta realizada se obtuvieron los siguientes datos:

1- ¿rango de edad? De 200 encuestados estos son los resultados:

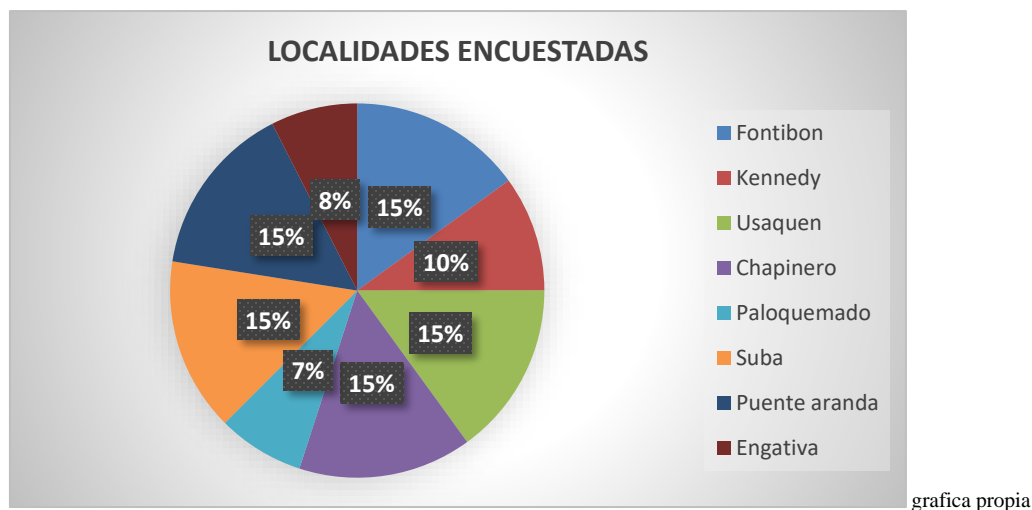


grafica propia

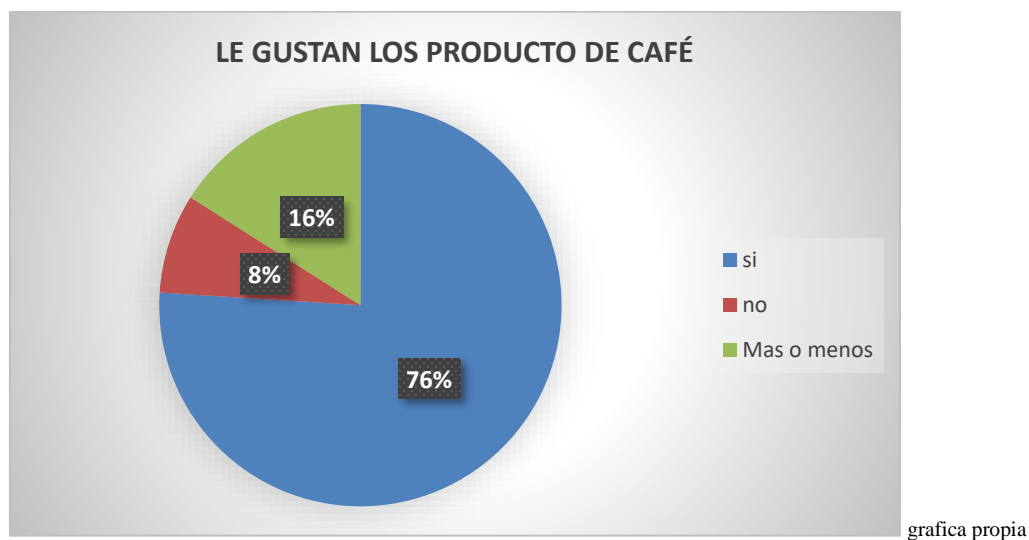
Según el análisis de la encuesta el 23% de la población encuestada esta entre los 18 a 25 años, el 21% esta entre los 26 a 30 años, el 21% esta entre los 30 a 40 años, el 19% esta entre 40 a 50 años y el 16% es mayor de 51 años.

2- ¿Localidad en la que está ubicado y localidad en la que trabaja?

De 200 encuestados estos son los resultados:



3- ¿Tiene usted gusto por los productos de café? De 200 encuestados estos son los resultados:



- 4- ¿Qué opina de las reuniones sociales donde le ofrecen café y productos a base de café para la atención del evento? De 200 encuestados estos son los resultados:



- 5- ¿Le gustaría tener una App en su teléfono que le permita pedir productos de Café a domicilio en su hogar o sitio de trabajo?

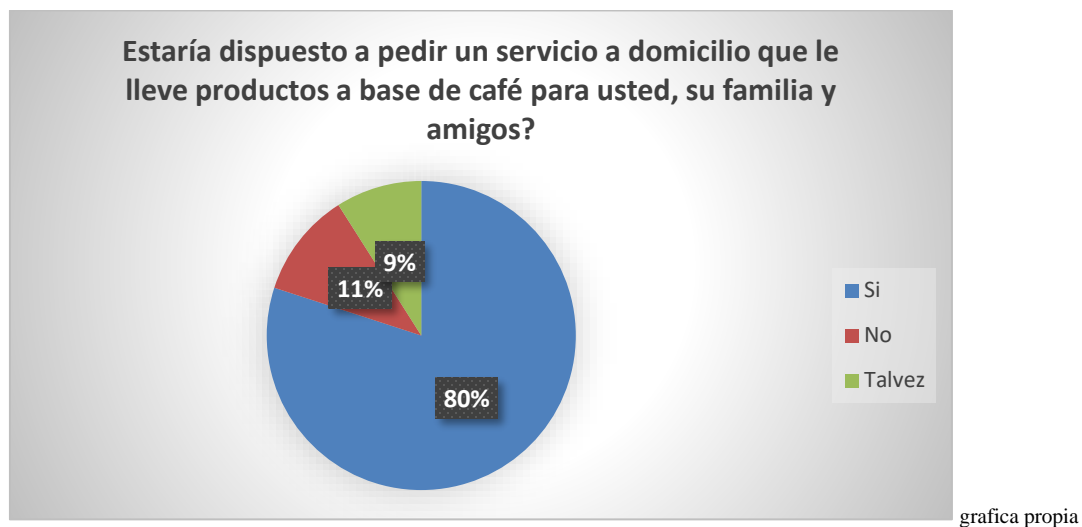
De 200 encuestados estos son los resultados:



- 6- ¿Si pide un café a domicilio le gustaría que le ofrecieran un buen libro para acompañarlo en la tranquilidad de sus espacios? De 200 encuestados respondieron los siguiente;



- 7- ¿Estaría dispuesto a pedir un servicio a domicilio que le lleve productos a base de café para usted, su familia y amigos? De 200 encuestados estos son los resultados:



- 8- Cuál sería el costo que está dispuesto a pagar por productos a base de café a domicilio como:
- Café de la casa

Pan de café

Malteadas de café

Café frío

Pasteles de café

Palitos con crema de café

Tostadas de café con queso crema

Aromática de café

Te de café

Café xpress

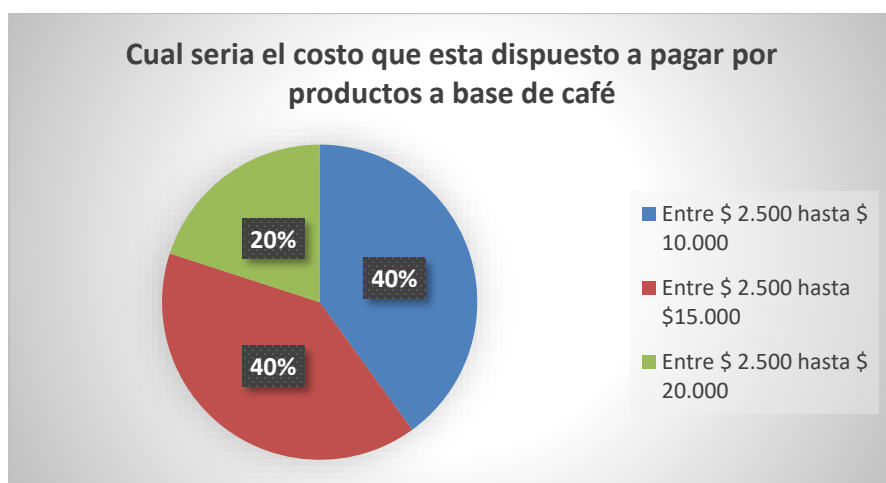
Café helado o caliente con crema de vainilla

Café orgánico

Café con frutos rojos

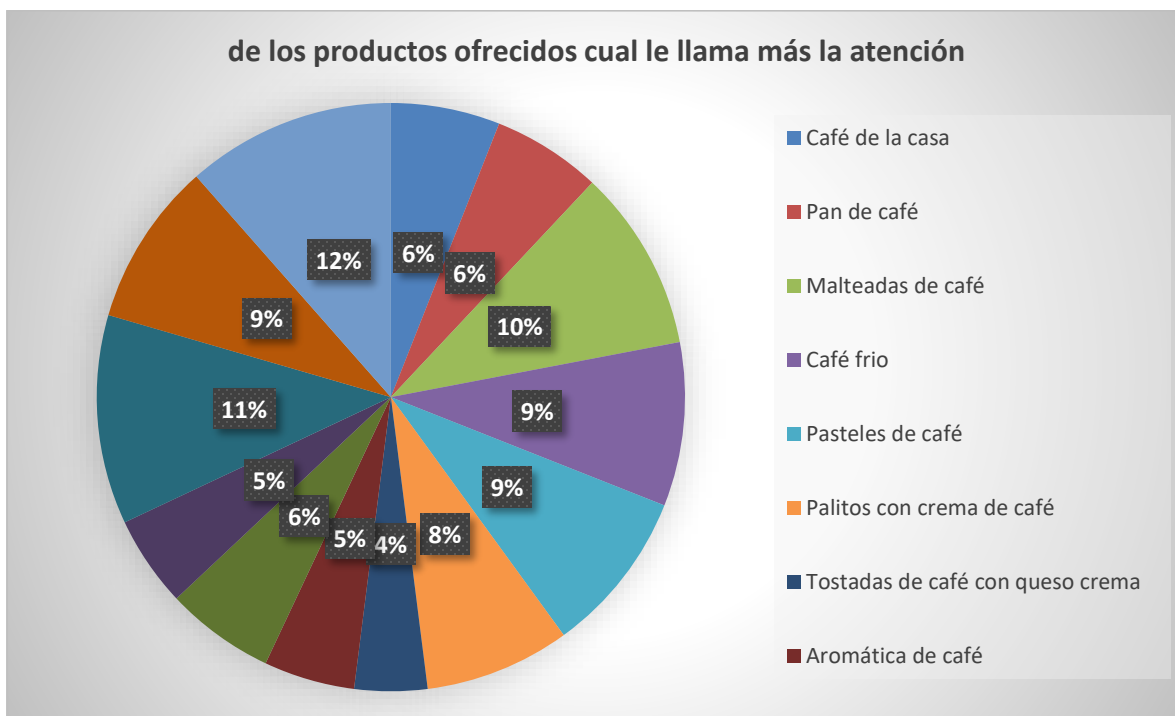
- Entre \$ 2.500 hasta \$ 10.000
- Entre \$ 2.500 hasta \$15.000
- Entre \$ 2.500 hasta \$ 20.000

De 200 encuestados estos son los resultados:



grafica propia

9- ¿De los productos mencionados anteriormente cual le llama más la atención? De 200 encuestados estos son los resultados:



grafica propia

10- ¿Qué producto nos sugeriría que sea de su agrado y que tenga que ver con nuestra idea de negocio? De 200 encuestados estos son los resultados:



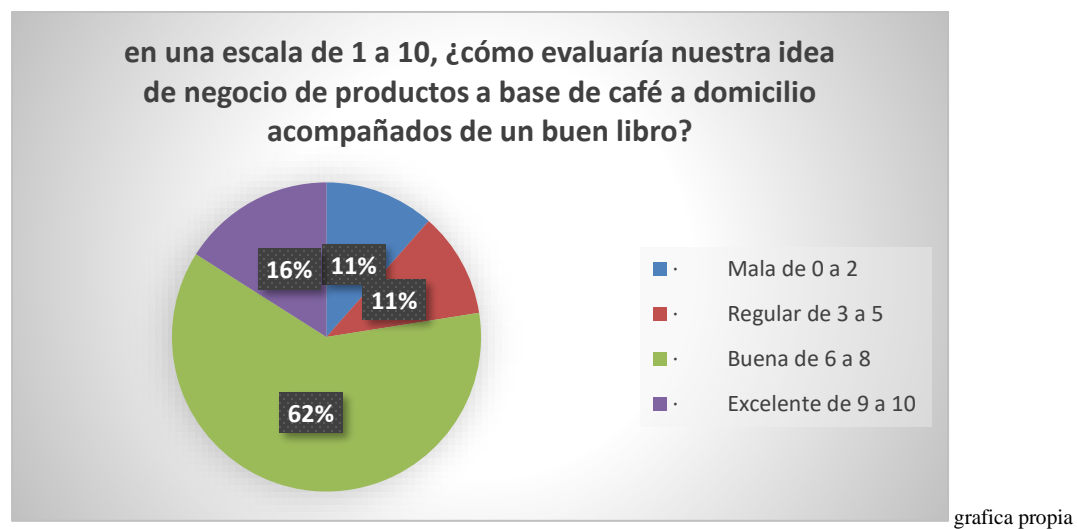
grafica propia

11- ¿Responda solo si es empresa: ¿Cuál sería el costo que está dispuesto a pagar por un servicio de catering que le ofrece productos a base de café con atención personalizada? De 55 encuestados estos son los resultados:



12- Finalmente, en una escala de 1 a 10, ¿cómo evaluaría nuestra idea de negocio de productos a base de café a domicilio acompañados de un buen libro? De 200 encuestados estos son los resultados:

Mala de 0 a 2 - Regular de 3 a 5 - Buena de 6 a 8 - Excelente de 9 a 10



CONCLUSIONES

podemos deducir que el desarrollo de este tipo de productos y servicios son comerciales y le gustan a nuestros potenciales clientes, debemos realizar varios ajustes en cuanto a los productos y el manejo del servicios para poder cumplir con la necesidad de nuestros clientes, teniendo en cuenta que la encuesta realizada nos ayuda a tener una perspectiva más clara de cual será nuestro mercado objetivo, cuáles son los gustos, necesidades de nuestros clientes y que estarían dispuestos a pedir, comprar y hasta cuando pagarían por productos como los de nuestro proyecto.

Esta también nos ayuda a mejorar el contenido de nuestra carta, el modelo de distribución, los canales que vamos a tener a disposición del cliente. Siempre en pro de mejorar para nuestros clientes y el beneficio propio.

En conclusión, analizamos que tenemos un mercado objetivo bastante amplio, a nuestro prospecto de clientes le llama la atención lo que queremos ofrecer y mejorando algunos puntos de nuestro proyecto podremos ampliar nuestros prospectos de clientes.

REFERENCIAS

<https://www.undp.org/>

<https://conectasoftware.com/glosario/pest/>

www.vertice.org

<http://infocafes.com>

<https://www.emprendedores.es>

<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema>

<https://www.tiendajuanvaldez.com/>

<https://tostao.com/>

www.secretariadelsenado.gov.co

https://www2.deloitte.com/co/es/pages/ifrs_niif/normas-internacionales-de-informacion-financiera-niif

<https://gestion.pensemos.com/normatividad-sgsst>

<http://cun.sgsst-global.com.zproxy.cun.edu.co/>

<https://www.google.com/search?q=MODELO+RUNNING+LEAN>

<https://app.olaclick.com/es/>

[Guías de apoyo cun](#)