

CREACIÓN DE EMPRESA 1 - MODELOS DE INNOVACIÓN 54418

PROYECTO: DRINKING TIME SAS



PRESENTADO POR:

OSCAR VARGAS ROJAS

CC: 1030668813

CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACION SUPERIOR

PROGRAMA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Bogotá, D.C.

TABLA DE CONTENIDO

COMPROMISO DEL AUTOR	3
RESUMEN EJECUTIVO	4
INTRODUCCIÓN.....	5
OBJETIVOS	6
CLAVES PARA EL ÉXITO	7
1. ANALISIS DEL ENTORNO Y CONTEXTO DE LA IDEA DE NEGOCIO	8
1.1 Objetivos de desarrollo Sostenible.....	8
1.2 Teoría del valor compartido	9
2. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA, NECESIDAD, RETO U OPORTUNIDAD	9
3. DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO	13
4. INNOVACIÓN	16
5. FUERZAS DE LA INDUSTRIA.....	16
5.1 Contextualización de la empresa	17
5.2 Análisis de la demanda	17
5.3 Análisis de la oferta	17
5.4 Análisis de la comercialización	18
6. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO	18
6.1 Bondades	18
6.2 Buyer Persona	19
7. PROPUESTA DE VALOR	20
7.1 Perfil del cliente	20
7.2 Mapa de valor	21
8. DISEÑO DEL PRODUCTO	21
8.1 Ciclo de vida	21
9. PROTOTIPO	24
10. MODELO RUNNING LEAN.....	25
11. VALIDACIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO	26
12. TABULACIÓN	27
BIBLIOGRAFIA	29

COMPROMISO DEL AUTOR:

Yo Oscar Vargas Rojas identificado con C.C # 1.030.668.813 estudiante del programa técnico profesional en procesos administrativos 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.



RESUMEN EJECUTIVO

La empresa DRINKING TIME SAS., se establecerá inicialmente en la ciudad de Bogotá, esta empresa tendrá como objetivo prestar un servicio agradable y productos de calidad por medio de pub. Buscará proveer a todos nuestros clientes un servicio y un espacio ameno donde cada persona se sienta a gusto y poder crear por medio de nuestra actividad una conciencia ambiental. Esto lo realizaremos por medio de campañas internas de medio ambiente y por medio de ofrecerles la oportunidad a nuestros clientes de tener recipientes no plásticos y amigables con el medio ambiente, adicional con la llegada de esta pandemia ofrecerles seguridad a las personas por medio de recipientes personalizados para que puedan llevarlos y usarlos cada vez que nos visiten.

Como es de conocimiento mundial, la pandemia no ha dejado un camino fácil para este tipo de mercado, pero sabemos lo prospero que siempre ha sido y que luego de que se supere esta situación llegaremos con más fuerza. Para esto llegaremos con formatos diferentes a los normales de estos negocios. Incluiremos bebidas no solo embriagantes sino también bebidas para aquellos amigos que cuidan a diario su alimentación y su estado físico. Sera un ambiente bastante acogedor para todo tipo de personas.

También le vamos a apostar a los jóvenes sin experiencia. Por experiencia propia he sabido que es que se cierran puertas por no tener la experiencia necesaria, para ellos buscaremos acuerdos con el SENA, que permitan ayudar a los jóvenes a adquirir nuevos conocimientos.

INTRODUCCION

Por medio de este proyecto se busca dar a conocer y presentar la creación de la empresa llamada “Drinking Time SAS”. Empresa dedicada al sector de servicios por medio de un Pub donde su razón de ser es la de Proveer un ambiente exclusivo donde nuestros visitantes encuentren en nosotros uno de sus lugares preferidos para pasar un rato de esparcimiento y donde nuestros clientes y colaboradores se sientan identificados como integrantes de nuestra marca ayudando que cada día seamos mejores en la atención y servicio brindado.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Desarrollar un proyecto para la creación de empresa “DRINKING TIME”, la cual es una empresa prestadora de servicios y comercializadora de bebidas y snacks por medio de un pub.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Evaluar la viabilidad de la idea de negocio por medio de este proyecto.
- Ayudar en el cuidado del medio ambiente por medio de la prestación de nuestro servicio y comercialización de productos, así mismo creando una conciencia ambiental en nuestros clientes.
- Generar oportunidades laborales a jóvenes sin experiencia y oportunidades.
- Identificar el mercado donde vamos a desarrollar nuestra actividad.

CLAVES PARA EL EXITO

Los factores diferenciales para nuestro pub con respecto a nuestros competidores serán:

- Cuidado ambiental por medio de recipientes amigables con el ambiente y campañas ambientales.
- Recipientes personalizados para reusar en cada visita y sin peligro de contagio de virus
- Variedad de bebidas embriagantes y no embriagantes para que asistan todas las personas sin importar sus gustos.
- Variedad de snacks
- Apoyo a la juventud en cuanto a experiencia y educación

1. ANÁLISIS DEL ENTORNO Y CONTEXTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

Problemas, retos, oportunidades, o necesidades que percibe en el entorno en el que se desenvuelve.

- Jóvenes sin educación.
- Daño ambiental.
- Falta de oportunidades por personas sin experiencia laboral.
- Corrupción

Como empresa se podría solucionar en parte la falta de oportunidades y educación generando empleo a personas que no cuente con las posibilidades de contar con una educación o experiencia laboral pero que con sus capacidades sean de gran ayuda al crecimiento de la compañía, adicional se crearía un ambiente donde se incentive al crecimiento profesional de los empleados brindando espacios y ayudas para que realicen sus estudios.

Adicional esta empresa se enfocaría en crear una conciencia ambiental en los empleados donde se promueva el reciclaje, disminución de uso de papel, compra de productos con material biodegradables, eliminar en lo posible el uso de plástico.

1.1. Objetivos de desarrollo sostenible

Los objetivos de desarrollo sostenible que se relacionan con los problemas planteados en el presente proyecto son los ayudar al fin de la pobreza y de las desigualdades al emplear personas

sin experiencia y sin las mismas condiciones que otros brindándoles una estabilidad económica para ellos y sus familias.

También se ayudaría al objetivo de acción por el clima al incentivar el reciclaje, disminución de uso de papel, compra de productos con material biodegradables, eliminar en lo posible el uso de plástico.

1.2. Teoría de valor compartido

La teoría del Valor compartido para este negocio es realizar Convenios con universidades o el SENA para que jóvenes capacitados puedan trabajar en esta empresa sin necesidad de contar con una experiencia laboral, puesto que considero que en la educación está la mejora de una sociedad. Hay demasiados jóvenes que solo piden oportunidades y que mejor que brindarles un estudio para que puedan desempeñarse ya sea en este negocio o en otras empresas.

2. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA, NECESIDAD, RETO U OPORTUNIDAD

Análisis Pestel

Factor Político: En condiciones distintas a la de la actual pandemia, se encuentran las normas que limitan el horario de cierre de establecimientos, al igual que otras normas que salen en diferentes eventos nacionales que prohíben el consumo de alcohol como las llamadas “Ley seca”.

En cuanto a Impuestos se encuentra el impuesto al consumo.

Factor Económico: Por la actual pandemia el desempleo y cierre de muchos bares y pub se ha aumentado de una forma considerable. Adicional luego de varios meses de cuarentena no se ha podido reabrir ningún establecimiento.

En condiciones normales, Colombia tiene un alto consumo de Bebidas con y sin alcohol, lo cual genera ingresos para esta actividad y genera más empleos. De acuerdo con un informe

emitido por Bancolombia (2019), llamado “Sección de conocimiento sectorial” para Bares, Restaurantes y discotecas; evidencia que en el año 2019 este sector empleó más de 1.500.000 personas lo que corresponde a un 6,8% del total de personas que estaban empleadas en ese año.

Factor Social: Nuestros establecimientos generan espacios que favorecen el esparcimiento y el poder compartir buenos momentos con amigos o familiares, se aumenta el círculo social. Son lugares que permiten salir de la cotidianidad. A las personas que se llegan por medio de esta actividad, son personas mayores de 18 años y de cualquier género.

También se debe tener en cuenta que se puede ver como los cambios de estilos de vida de algunas personas que prefieren no asistir a establecimientos como el nuestro.

Factor Tecnológico: El uso de redes sociales y aplicaciones permite poder llegar a más clientes y el uso de sistemas de audio y tecnología avanzados permite mejorar la experiencia del cliente en nuestros sitios.

Factor Ecológico: En este sector se maneja demasiado plástico por lo que es necesario buscar productos que ayuden al medio ambiente.

El ruido es un factor importante para no afectar a la comunidad. Es necesario realizar las pruebas de ruido necesarias.

Factor Legal: Restricción del uso del suelo. Restricciones en la venta de bebidas embriagantes.

Identificación del problema, necesidad, reto u oportunidad:

Luego del análisis PESTEL se evidencia que se encuentran varios aspectos positivos al ser una actividad que genera alegría y esparcimiento en muchas personas. Es necesario que se cumplan con todas las reglamentaciones establecidas en el sector. A pesar de que exista infinidad de normas es necesario cumplir con todo ya que se hace parte de una sociedad.

Para la empresa es una necesidad poder contribuir con el medio ambiente por medio de insumos más sostenibles; es por esto, que una de las ideas es incentivar por medio de campañas publicitarias y prestar el servicio por medio de recipientes que puedan reutilizar. Para lograr una sociedad sostenible es necesario que por medio de pequeños actos se contribuyan a tener un planeta mejor.

Es un reto poder llegar a las personas que han cambiado su estilo de vida y que en nuestros lugares puedan encontrar opciones que permitan hacerlos sentir como en casa. Es ahí donde podemos ofrecer variedad de bebidas que suplan las necesidades y deseos de nuestros clientes.

Algunos de los grandes problemas que observo en la comunidad y creo que queda en evidencia por ejemplo luego de los disturbios ocasionados en manifestaciones anteriores es la educación y oportunidades en jóvenes.

Siempre he considerado que el pilar o la base de una sociedad es la educación, si un joven no cuenta con una educación que le ayude a formarse como un buen ciudadano, como una persona que pueda saber diferenciar lo que es correcto e incorrecto para ella sin pasar por encima de otros, es difícil crecer como sociedad.

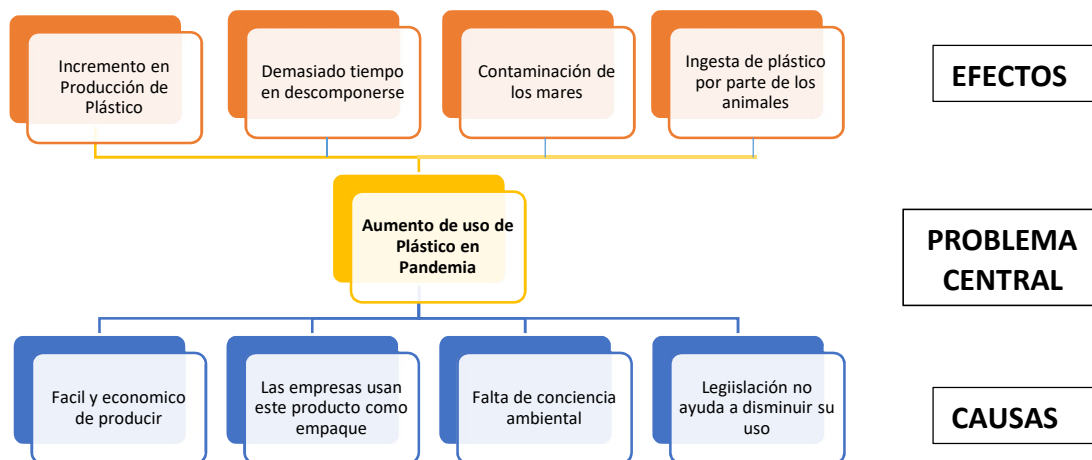
Adicional que la falta de oportunidades para los jóvenes es un factor clave puesto que se ha podido evidenciar y también hablo por experiencia propia como en muchos puestos de trabajo por no decir en todos, que si no se cuenta con la experiencia necesaria no es posible acceder a un cargo.

Otro problema o necesidad que se ha incrementado luego de la pandemia es el uso de materiales hechos de plástico. Entonces encontramos que mientras dejamos de generar contaminación por medio de uso de carros o actividades diarias no colaboramos al planeta ya que por miedo a contaminación preferimos usar objetos desechables.

Criterio	Problema 1	Problema 2	Problema 3
	Aumento de uso de plástico en pandemia	Educación en los jóvenes	Acceso a jóvenes sin experiencia
Conocimiento o experiencia	3	3	3
Asesoramiento de un experto (si se requiere, ¿lo tenemos?)	3	2	2
Alcance (técnico ¿tenemos las herramientas? ¿Podemos desplazarnos para evaluar el problema?, ¿tenemos acceso a información /datos/cifras, ¿puedo darle alguna solución?)	4	4	4
Tiempo (posible solución)	4	3	3
Costos (posible solución)	4	3	3
Impacto ¿es trascendental? ¿Representa un desafío para ustedes?	5	4	4
¿Qué tanto les llama la atención el desarrollo del problema?	5	5	5
TOTAL	28	24	24

Fuente: Elaboración propia con base en la tabla de la guía metodológica de creación de empresas I

Árbol de problemas



Problema Central: Aumento de uso de plástico en Pandemia

Pregunta Problema: ¿Cómo desde un Pub contribuir con la disminución del uso de plástico?

3. DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

Autoevaluación de la idea de negocio con el siguiente cuadro:

INTERÉS / DISPOSICIÓN AFIRMACIONES	ESCALA DE VALORACIÓN				
	(F)				(V)
La idea de negocio que tengo se ajusta a lo que yo siempre he querido hacer	1	2	3	4	5X
No me incomoda decir a otros que me dedico a esta actividad	1	2	3	4	5X
Estoy dispuesto a dedicar el tiempo que sea necesario para desarrollar este negocio.	1	2	3	4	5X
Considero que en 6 meses puedo tener el negocio funcionando.	1	2	3	4	5X
No. TOTAL DE AFIRMACIONES VALORADAS EN:	0	0	0	0	4

Fuente: Elaboración propia con base en la tabla de la guía metodológica de creación de empresas I

	A		B		C
Total de afirmaciones valoradas en 1:	0	x	1	=	0
Total de afirmaciones valoradas en 2:	0	x	2	=	0
Total de afirmaciones valoradas en 3:	0	x	3	=	0
Total de afirmaciones valoradas en 4:	0	x	4	=	0
Total de afirmaciones valoradas en 5:	4	x	5	=	20

PUNTAJE TOTAL

20

Interpretación del Puntaje Total

De 20 15 Ptos = Tiene UD. una idea de negocio que le interesa realmente. Continúe analizándola.

- Estructura de la idea

¿Cuál es el producto o servicio?	Prestar un servicio de Pub en donde el cliente contribuya al no uso de plástico
¿Quién es el cliente potencial?	Son cualquier tipo de persona que desee encontrar un lugar para pasar un buen rato y contribuir al medio ambiente
¿Cuál es la necesidad?	Necesidad de disminuir la cantidad de uso de plástico en Pubs y asegurar la tranquilidad de los clientes en cuanto a la limpieza de los vasos que utilizan luego de esta pandemia.
¿Cómo funciona el producto o servicio?	Se trata de ofrecer vasos de materiales distintos al plástico, que sean personalizados y fáciles de cargar para que cada vez que asistan a nuestro establecimiento lo lleven para su consumo e incentivar esta acción por medio de descuentos o puntos de fidelización.

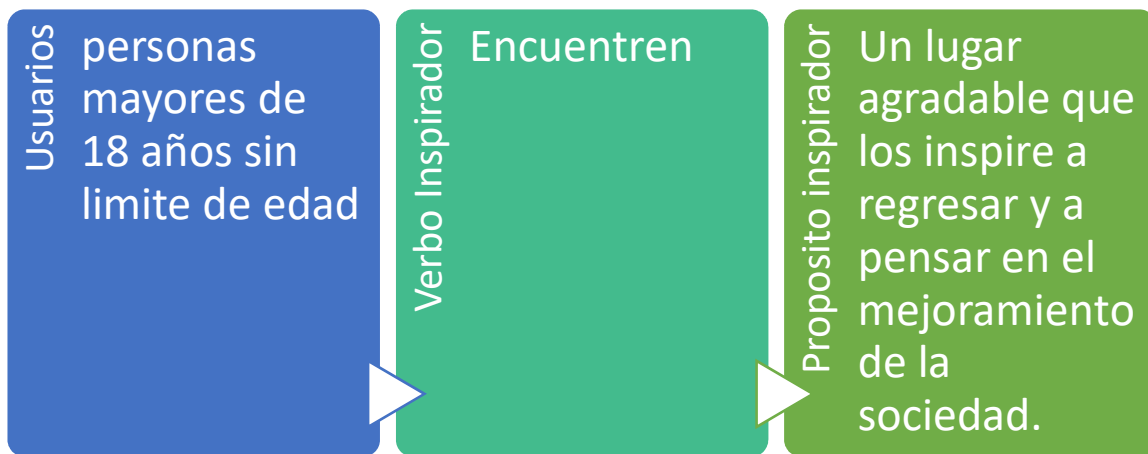
¿Por qué lo preferirían?	Porque aparte de crear una conciencia ambiental estarán en un lugar bastante agradable.
---------------------------------	---

Fuente: Elaboración propia con base en la tabla de la guía metodológica de creación de empresas I

¿Cómo podemos.....



Para que.....



4. INNOVACIÓN

Estrategias de negocio.

- Entregar recipientes diferentes al plástico y que no afecten al medio ambiente por medio de vasos personalizados, y vamos a incentivar por medio de campañas de fidelización o de descuentos para que cada vez que asistan a “Drinking Time” traigan este recipiente. Adicional después de esta pandemia, esto generará una mayor confianza en los objetos que se usan para sus bebidas.
- En la actual sociedad hay más personas que cuidan de su estado Físico y alimentación. Estas personas no consumen todo tipo de bebidas y menos alcohólicas por lo que la asistencia de personas Fitness a los Pub no es tan recurrente. Es por esta razón que en nuestro Pub ofreceremos productos Zero, como bebidas que contribuyan al cumplimiento de sus rutinas y alimentación.
- Crear una zona de mascotas en nuestros Pub en ciertos horarios, para que nuestros clientes amantes de las mascotas tengan más lugares pet friendly.

- Nuestro Pub “Drinking Time” incentivaré y ampliaré el conocimiento técnico de sus colaboradores por medio de convenios con el Sena. Adicional que emplearemos personas sin importar su experiencia, ya que para esto serán debidamente capacitados desde el inicio.

5. FUERZAS DE LA INDUSTRIA

5.1 Contextualización de la empresa

“Drinking Time SAS”. Es una empresa dedicada al sector de servicios por medio de un Pub con actividades económica principal 5630-Expendio de bebidas alcohólicas para el consumo dentro del establecimiento y 5611- Expendio a la mesa de comidas preparadas.

Es una empresa pequeña que busca un crecimiento y expansión anual a nivel nacional.

5.2 Análisis de la Demanda

Mis usuarios serán personas mayores de 18 años sin distinción de género que quieran pasar un rato agradable y compartir con familia y amigos de buena y gran variedad de bebidas con y sin alcohol. Personas con un gusto musical como el pop, Rock, baladas y similares. Adicional buscamos generar una conciencia ambiental en nuestros usuarios que permita disminuir el uso de plástico por medio de los recipientes que ofrecemos en nuestro servicio a la mesa.

5.3 Análisis de la oferta

Actualmente existen gran variedad de establecimientos similares a Drinking Time SAS, como los son BBC o Beer. Son compañías bastante reconocidas por la mayoría de los jóvenes. En el caso de BBC tienen una ventaja y es que también son una Cervecería por lo que crean sus propias cervezas y son reconocidas. Considero que, aunque BBC es una cervecería

bastante reconocida, no es totalmente accesible a todo el publico que busca encontrar más variedad de bebidas y marcas ya conocidas por mas personas.

Existen muchas mas Pub similares, pero es un sector que, a pesar de haber sido bastante golpeado por la pandemia mundial, es una actividad que aun tiene espacio en el mercado para uno más.

Las empresas que nombre pueden ser un aliado comercial, ya que podría vender dentro de este establecimiento sus bebidas adicionales a las demás conocidas, y esto podrá ampliar la variedad que tanto busco tener.

Una novedad de nuestro servicio es los recipientes que ofrecemos para evitar el uso de plástico y generar confianza en los vasos que usan luego de esta pandemia.

También ofrecemos bebidas para gente Fit y comidas saludables. Para tiempos cortos y en horarios específicos una zona para Mascotas.

5.4 Análisis de la comercialización

Proveedores:

- Bavaria, Bogota Beer Company
- Tenemos opciones de proveedores para los vasos como son el Grupo Empresarial Malibú y El mercadito saludable que ofrece vasos plegables lo que sería aún más practico para los clientes


6. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

6.1 Bondades del PUB Drinking Time

- Lugar de entretenimiento
- Pet Friendly
- Variedad de comida y bebidas

- Contribuye el medio ambiente
- Apoyo educativo para sus colaboradores
- Precios accesibles
- Incentiva el cuidado ambiental

6.2 Buyer Persona

FOTO DEL CLIENTE 	MIEDOS, FRUSTACIONES Y ANSIEDADES Solo trabajar para vivir. Pasar poco tiempo con sus amigos y familia. Atravesar problemas economicos.	DESEA, NECESITA ANHELA Y SUEÑA Tener una mayor estabilidad economica. Tener mas tiempo para disfrutar la vida. Generar cambios aunque sean pequeños en las demas personas y en el medio ambiente.
DEMOGRAFICOS Y GEOGRAFICOS Stella Vargas, Contadora de 32 años. Vive en un Apartamento en Bogotá D.C.	¿QUÉ ESTÁ TRATANDO DE HACER Y PORQUE ES IMPORTANTE PARA ELLOS? Buscar independiencia economica y aunque en pandemia no hemos podido salir a distintos planes, ahorrar para poder tener esos espacios mas adelante. Hacer pequeñas acciones que mejoren el medio ambiente como menos plasticos	¿CÓMO ALCANZAN ESAS METAS HOY? ¿HAY ALGUNA BARRERA EN SU CAMINO? Las metas se alcanzan ahorrando para lograr una independiencia economica y de esta manera tener mas tiempo para disfrutar. Por el lado del medio ambiente es haciendo cambios desde mi casa. Un obstaculo actual es la pandemia, que no se permite salir, tambien encontrar lugares mas economicos y tambien que no hay políticas mas radicales para mejorar el medio ambiente
FRASES QUE MEJOR DESCRIBEN SUS EXPERIENCIAS Tiempo con amigos, Mejoramiento del medio ambiente, Lugares diferentes que incentiven a volver		
EXISTEN OTROS FACTORES QUE DEBERÍAMOS TENER EN CUENTA? Que ofrezcan gran variedad de productos a mejores precios y para todo tipo de personas. Que las empresas tengan		

Fuente: Elaboración propia con base en la tabla de la guía metodológica de creación de empresas I

Personas como la anterior que es el cliente ideal en este caso, se pueden encontrar en cercanías a oficinas, en centros comerciales, o cerca de Universidades.

Esta persona tiene como valores Alegría, Amor, Empatía con los problemas sociales, responsabilidad y Solidaridad.

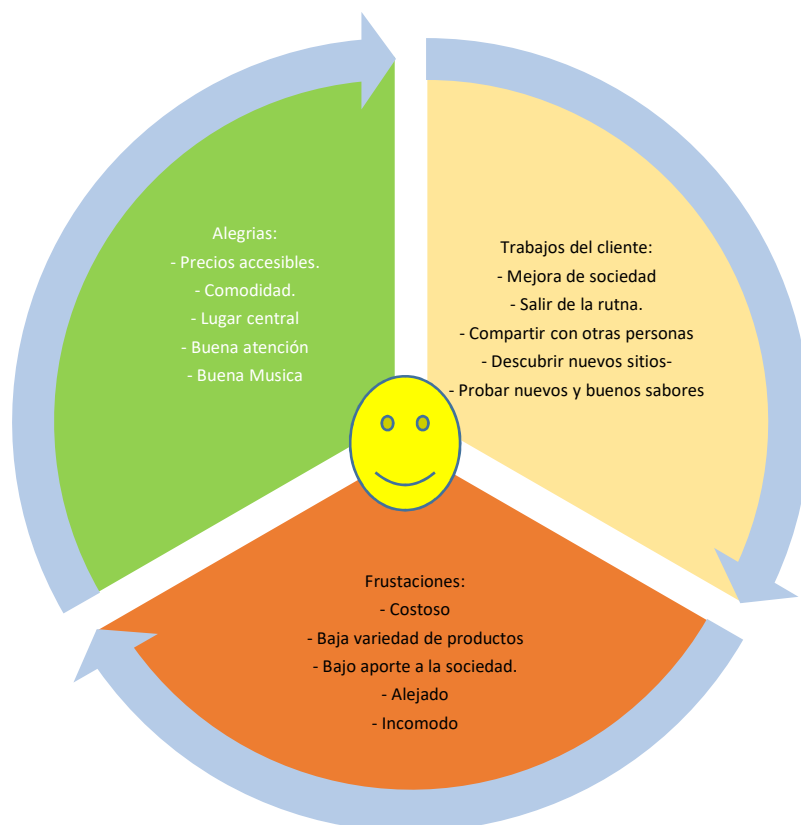
El Buyer persona se relaciona normalmente con personas de oficina en su lugar de trabajo o con amigos en salidas casuales cada cierto tiempo. Su mayor tiempo lo pasa en familia.

Las necesidades más urgentes que el cliente ideal presenta son tiempo para compartir y distraerse con el ánimo de salir de la rutina.

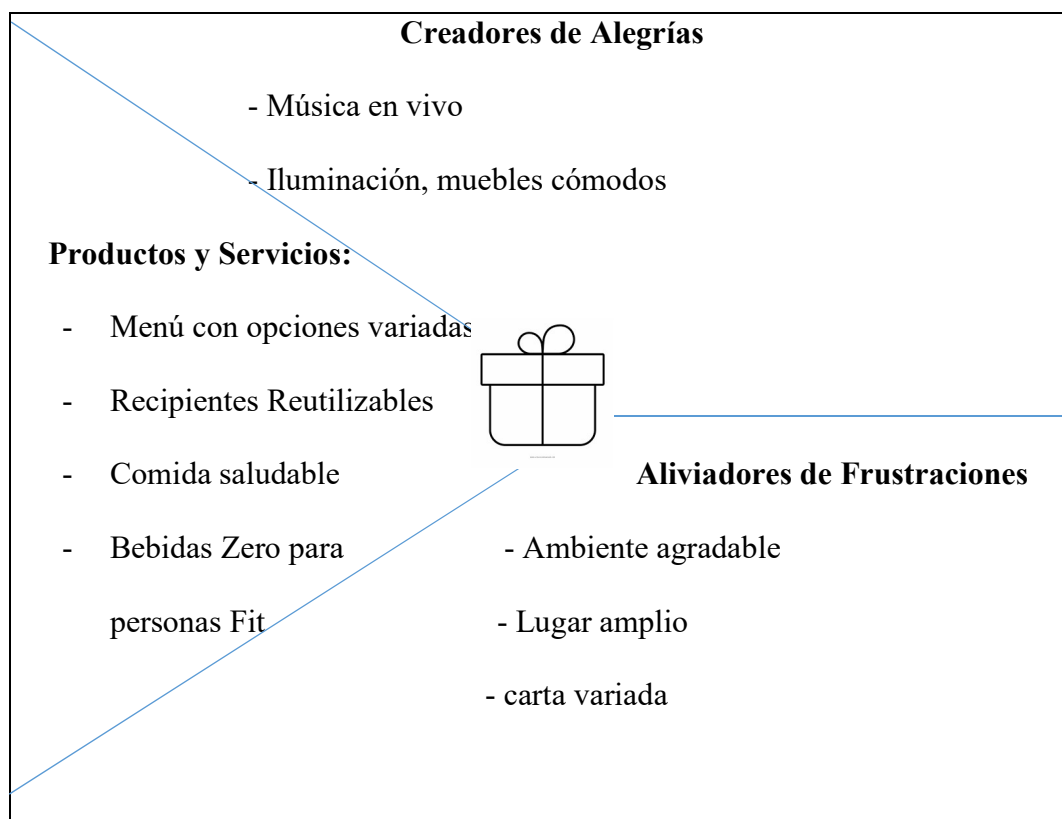
Teniendo en cuenta las bondades de este Pub y ajustándolas al cliente ideal, puedo decir que lo primordial tanto para esta empresa como para el cliente es lograr que nuestras acciones generen mejoras en la sociedad.

7. PROPUESTA DE VALOR

7.1 Perfil del cliente



7.2 Mapa de Valor



8 DISEÑO DEL PRODUCTO

8.1 Ciclo de vida

Definición Estratégica:

Para poder colocar un PUB en Bogotá D.C. Colombia es necesario cumplir con las siguientes normas:

- Decreto 1879 de 2008. El cual enuncia los requisitos necesarios para abrir un establecimiento al público.
- Resolución 2674 de 2013. establece los requisitos sanitarios que se deben cumplir para las relacionadas con alimentos.

- Código de Policía, Ley 1801 de 2016. El artículo 87 de esta Ley establece una serie de requisitos que se deben cumplir para la apertura de un establecimiento de comercio, como son el uso del suelo.
- Ley 9 de 1979. Establece las normas para recibir el concepto sanitario.

Diseño de concepto:

Para abrir el Pub, es necesario:

- Local comercial
- Mesas para 2 y 4 personas.
- Barra
- Sillas de Barra
- Bebidas
- Alimentos
- Recipientes para servir alimentos y bebidas no desechables y amigables con el medio ambiente.
- Equipos de TV y sonido
- Lámparas
- Elementos de Bioseguridad, como geles y alcohol y demás protocolos Para covid-19
- Elementos para baños
- Puntos ecológicos

Diseño en detalles

Para abrir el Pub es necesario cumplir con cada uno de los trámites y requisitos que son exigidos tanto por el gobierno Nacional como Distrital. Se debe contratar personal para poder distribuir funciones y adecuar el local comercial.

Crear página Web y redes sociales para promocionar el lugar. Crear el menú de alimentos y cocteles.

Antes de abrir realizar pruebas de sonido, de comida, verificar calidad de alimentos, etc.

Validación y verificación

Para verificar calidad del negocio estas los siguientes indicadores

- Nivel de Ruido.
- Control de Fechas de vencimiento
- Calidad de comida
- Costo vs calidad
- Seguridad del personal
- Seguridad del sitio
- Cumplimiento de requisitos
- Funcionamiento de equipos
- Indicadores de salud y seguridad en trabajo

Producción

El logo de la empresa



13. PROTOTIPO

Características del producto o servicio

Las principales características del servicio a prestar en el pub son:

- Atención amigable
- Amigable con el medio ambiente
- Ambiente para todos

Características del prototipo

Para el primer establecimiento se necesita un local de 70 Mts², En el cual estará una gran puerta de vidrio con el logo de la empresa y al ingresar estará una persona muy amable que dirigirá a las personas al mejor lugar disponible en el momento. Habrá una barra a un lado en donde en la pared se encontrará un estante con diversidad de licores y diversidad de los recipientes que se personalizaran para los clientes que deseen adquirirlos y llevarlos cada vez que visiten el pub. Habrá varias mesas y sillas y en cada una encontrara una carta con nuestra variedad de bebidas y snacks. La decoración tendrá un ambiente de rock pop y bohemio pero incluyendo frases que concienticen el cuidado ambiental por lo que habrá también espacios para plantas naturales.

Interacción con el cliente

Habrá interacción directa con el cliente, también por medio de redes sociales donde leeremos cada felicitación y/o sugerencia. Se realizaran domicilios por medio de las app disponibles para este medio.

14. MODELO RUNNING LEAN

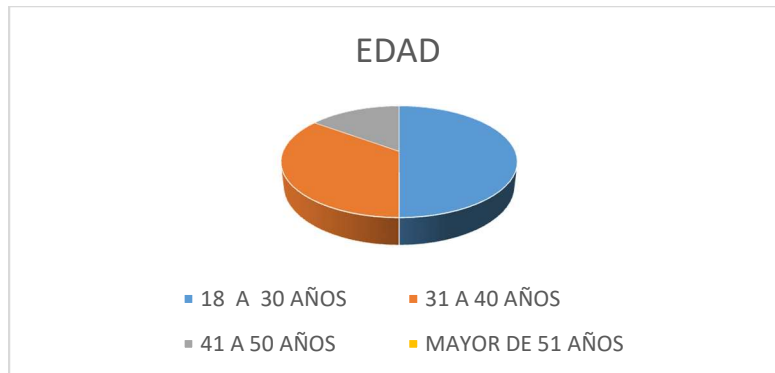
PROBLEMA	SOLUCIÓN	PROPUESTA DE VALOR ÚNICA	VENTAJA INJUSTA	SEGMENTO DE CLIENTES
<p>Uso de recipientes desechables poco amigables con el medio ambiente</p> <p>Seguridad en los recipientes que se usan para tomar bebidas luego de esta pandemia.</p> <p>Tener un lugar donde no solo se encuentren bebidas alcoholicas sino tambien no alcoholicas o saludables para todo tipo de persona</p>	<p>- Variedad de bebidas .</p> <p>- Envases reutilizables</p> <p>-Ambiente agradable</p>	<p>Compartir momentos agradables con amigos y familia donde encuentre productos para todos los gustos y se contribuya tambien al medio ambiente</p>	<p>Cuidado de medio ambiente y apoyo a jovenes sin experiencia y educación</p>	<p>Todo tipo de personas mayores de 18 que quieran compartir momentos agradables y quieran cuidar el medio ambiente</p>
	METRICAS CLAVE <p>- Número de personas que ingresan .</p> <p>- numero de recipientes vendidos</p>		CANALES <p>- Presencial en el Pub.</p>	
ESTRUCTURA DE COSTOS <p>- Salarios</p> <p>- Costos de recipientes reutilizables</p> <p>- Diseño web</p> <p>- Publicidad</p> <p>- Inventario</p> <p>- Mesas sillas y decoración</p>		FUENTES DE INGRESOS <p>- Ventas directas en el establecimiento</p>		

15. VALIDACION DE LA IDEA DE NEGOCIO

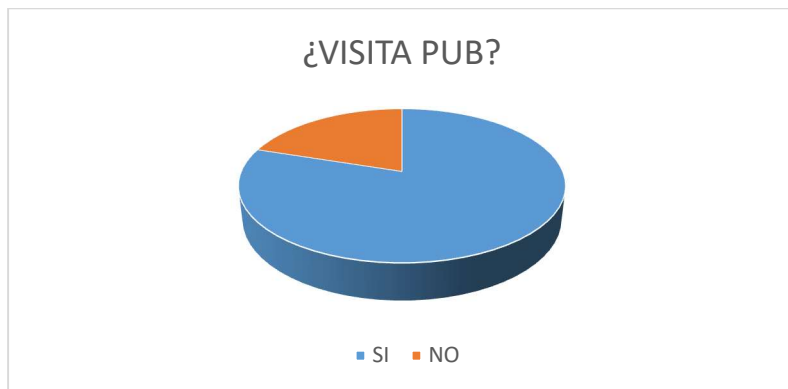
Para Validar la idea de negocio se recurrió a la siguiente encuesta a 20 personas:

ENCUESTA PUB DRINKING TIME	
FECHA	
EDAD	
18 A 30 AÑOS	10
31 A 40 AÑOS	7
41 A 50 AÑOS	3
MAYOR DE 51 AÑOS	0
¿VISITA PUB'S ?	
SI	16
NO	4
¿QUÉ TIPO DE BEBIDAS PREFIERE CONSUMIR?	
CON ALCOHOL	
SIN ALCOHOL	
DE LOS SIGUIENTES ITEMS ¿CUÁL DE ELLOS LE GUSTARÍA ENCONTRAR EN UN PUB?	
CONCIENCIA AMBIENTAL	
VARIEDAD DE BEBIDAS SIN ALCOHOL	
CALIDAD	
PRECIOS ECONOMICOS	
SI TIENE LA POSIBILIDAD DE ADQUIRIR UNA BEBIDA CON UN VASO PERSONALIZADO Y REUTILIZARLO LLEVANDOLO EN CADA VISITA AL PUB ¿LO COMPRARÍA Y LLEVARÍA SIEMPRE?	
SI	
NO	
¿DE ACUERDO A LAS CARACTERISTICAS MENCIONADAS QUE TENDRÁ ESTA EMPRESA, CONSIDERA QUE ES LLAMATIVO PARA USTED Y ASISTIRÍA?	
SI	
NO	

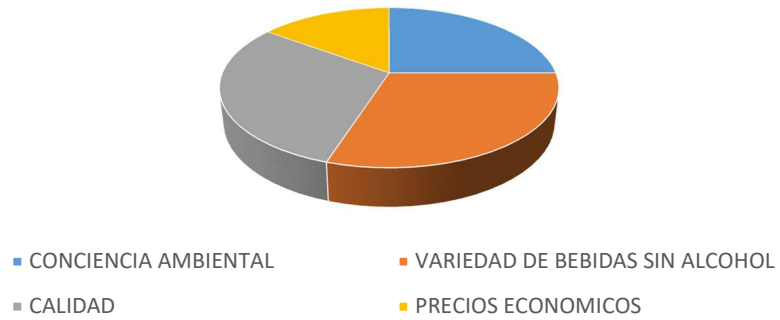
16. TABULACIÓN Y ANALISIS DE LA INFORMACIÓN



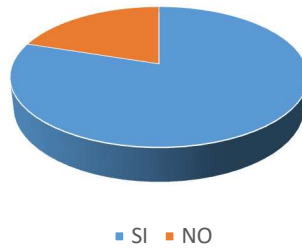
Se evidencia un mayor número de encuestados jóvenes de 18 a 30 años pero de igual manera se logró contar con la opinión de otras personas de diferentes edades,



CARACTERISTICA DE PREFERENCIA



RECIPIENTE REUTILIZABLE



¿ASISTIRÍA A ESTE PUB?



BIBLIOGRAFIA

- (Foman, s.f.)
- (Camara de Comercio de Bogotá, s.f.)
- (Salud Capital, s.f.)