



CREACIÓN DE EMPRESA (50101) ADELANTO

PRESENTADO POR:

LAURA DANIELA MOLANO FIGUEROA

MIGUEL ANGEL PEÑA PEÑA

JHON FAIVER DIAZ ESQUIVEL

BOGOTA, SEPTIEMBRE 2020

INTRODUCCIÓN

En el presente trabajo se expone un poco más específico lo que es nuestra idea de negocio, y cómo la vamos implementar en el mercado real, estudiando varias posibilidades de captación de cliente, ventas por internet y nuestro modelo de negocio, esto con el día de dar una idea general a las personas acerca de nuestra empresa, y cómo se materializa esta idea, exponiendo el enfoque ecológico del proyecto, el cómo, el dónde y el porqué.

CLAVES PARA EL ÉXITO

1. SE PERSERVETANTE

Si quieres conseguir o concretar algo debes ser perseverante , no enfocarse en el resultado si no en la satisfacción de lo que estas planificando

2.AFRONTA TUS PROBLEMAS

No debes centrarte en los problemas , afrontarlos y buscar las soluciones , ya que son desafíos que se ponen en tu camino y debe resolverse con cierta facilidad

3:SE REALISTA

En el momento en el que te propongas una meta tus pensamientos deben ser positivos

4 MANTÉN POSITIVO

Tener una mentalidad positiva es una de las estrategias que todo emprendedor debe tene

5.CONCÉNTRATE EN MEJORAR

Para alcanzar el éxito , aparte de tener inteligencia y bienestar , debemos aceptar que muchas de las cosas no son estáticas , y pueden variar para bien o mal.

RESUMEN EJECUTIVO

La globalización ha traído un cambio creciente en las tendencias, las que se evidencian en nuevos estilos de vida. Como consecuencia de ello las personas buscan nuevas alternativas para la utilización de su tiempo libre. Esta necesidad insatisfecha genera la oportunidad de crecer en el negocio tanto del esparcimiento FUSION BAR temático (PLUS) con formato diferente que transporte a nuestros clientes a nuevas culturas de servicio en un lugar agradable para pasar momentos únicos solo o acompañado. El negocio brindará una atención rápida y personalizada para la mejor degustación de nuestros platos de la más variada y exquisita gastronomía internacional. La ventaja competitiva se apoyará en un menú innovador, ambientación original y creativa, excelencia en el servicio ofrecido acompañado de diferentes eventos y shows, y sobre todo el punto más importante que es el servicio de transporte que ofreceremos desde y hacia nuestro bar restaurante buscando de este modo diferenciarnos de los numerosos competidores del mercado. El inversionista contará con un equipo asesor con conocimientos en marketing y ventas además de experiencia en finanzas, con ganas de emprender el desafío de crecer en el negocio de esparcimiento y alimentación. El negocio tiene gran potencialidad de crecimiento a través del desarrollo de una franquicia que busca aprovechar la oportunidad detectada en el mercado.

Tabla de Contenido

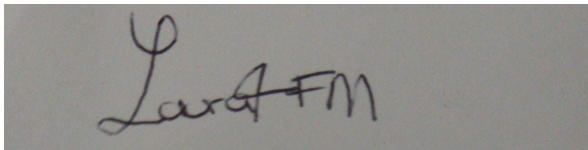
Introducción.....	1
Claves para el éxito.....	2
Resumen ejecutivo	3
Tabla de contenido	4
Compromiso.....	5 6 y 7
Modelos de negocio.....	8
Ecoinnovacion	13
Océanos azules -fuerzas de porter.....	19
Actividad semana 5.....	22
Redes sociales.....	23
Referencias.....	24
métricas claves	26
Estudio técnico.....	31
Lanzamiento producto mínimo viable.....	34

Producción de mercado.....	38
Puerta en marcha de la idea de negocio	41

COMPROMISO

Yo LAURA DANIELA MOLANO FIGUEROA identificado con C.C 1022445246 estudiante del programa NEGOCIOS INTERNACIONALES declaró 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.

A rectangular box containing a handwritten signature in black ink. The signature appears to be 'Jhon Faiver Diaz Esquivel' written in a cursive style.

FIRMA

COMPROMISO

Yo Jhon Faiver Diaz Esquivel identificado con CC 1012414850 estudiante del programa administración en servicios de salud declaro que: El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico administrativo afectará

director del trabajo , a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Don Esquivel

FIRMA

COMPROMISO

Yo Miguel angel peña peña identificado con C.C 1007618038 estudiante del programa Negocios internacionales declaró que El Contenido Del Presente Documento Son Reflejo Mi trabajo personal y manifiesto que ante cualquier notificación plagio, copiar falta a la fuente original, soy responsable directo legal,económico administrativos afectará director del trabajo a la Universidad A Cuantas instituciones han colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

FIRMA



MODELO DE NEGOCIOS

¿CUÁL ES EL PRODUCTO O SERVICIO?

Nuestra idea es una combinación de un producto y servicio ya que consiste en un bar, en donde se podrán reunir gran cantidad de personas que buscan todo en un mismo lugar, que queremos decir con esto, será un bar con más de 14 ambientes, es decir las personas podrán encontrar o estar cómodos en su ambiente favorito, que los diferenciará el tipo de música, la decoración, la temática, etc.

¿Cuál es el cliente potencial?

Nuestro negocio quiere llamar la atención de personas jóvenes y ya mayores, que quieran pasar un buen rato, y que estén cansados de ir de un lugar a otro para satisfacer todos los gustos del grupo, ya que en este sitio encontrarán un solo lugar para todo tipo de gustos.

¿CUÁL ES LA NECESIDAD?

Satisfacer la necesidad que tienen las personas de distraer su mente, disfrutar un buen rato en compañía de todos sus amigos, sin tener que separar el grupo, queremos brindar esa diversidad que difícilmente se puede encontrar en un solo lugar.

¿CÓMO?

Estableciendo una zona de esparcimiento para todo tipo de música, brindando el mejor servicio, precio y calidad en los productos, para brindar así una experiencia única e inolvidable.

¿POR QUÉ LO PREFERIRÁN?

Nuestro valor agregado como lo hemos mencionado anteriormente, es que solo en un solo establecimiento, nuestros clientes van a poder disfrutar de varios espacios totalmente diferentes, para renovar su experiencia, y cambiar de actitud, durante toda la noche.

MODELO DE NEGOCIO



¿CÓMO CAPTAR SUS CLIENTES SEGÚN EL MODELO DE VENTAS POR INTERNET ESCOGIDO?

Economía colaborativa: mediante este medio no solo se captará sino se realizará un convenio con más proveedores para que nuestro producto no quede estancado sino pueda comercializarse de acuerdo a su estatus en este medio digital.

¿ CÓMO Y QUÉ ALTERNATIVAS OFRECERÁ A LOS CLIENTES SEGÚN EL MODELO DE VENTAS POR INTERNET ESCOGIDO?

- Supone un ahorro para el comprador. La **economía colaborativa** ofrece unos precios más económicos para sus usuarios. ...
- Desarrollo sostenible. ...
- Optimización de recursos. ...
- Nuevos modelos de negocio. ...
- Mayor oferta para los usuarios. ...
- Aumento de la confianza. ...

Factor humano.

¿CÓMO CERRARÁ LA VENTA POR INTERNET Y CUÁLES PODRÍAN SER LOS MÉTODOS DE PAGO UTILIZADOS ACORDE AL MODELO?

Se puede utilizar el método de pago contra entrega guiándonos por la actualidad que es mejor que las personas estén en sus casas y le da más confiabilidad al cliente según estadísticas

ECOINNOVACIÓN:

1. ¿EL PRODUCTO TIENE UN ECODISEÑO?

Claramente nuestros productos principales o estrellas son las bebidas alcohólicas, todos los residuos que dejan las mismas una vez se hace el consumo, alteran al medio ambiente, ya que para el empaque y embalaje de las mismas se están utilizando materiales que tardan mucho en deshacerse y que por el contrario llegan al entorno y hacen un daño irreversible, a la naturaleza, a los seres humanos, animales, etc.

Por la anterior razón nosotros como gestores de cambio en el sector, buscaremos la manera de atenuar la problemática desde nuestro establecimiento, bien sea buscando proveedores que nos ofrecen diseños biodegradables. Es por esto que lo primero que vamos a implementar es buscar alternativas de nuevos embalajes de los productos, una idea que nos parece innovadora es que los embalajes sean reutilizados, es decir hacer las debidas alianzas con nuestros proveedores, y diseñar una cadena logística, en donde los embalajes sean reutilizados en nuevos productos, y así evitar la saturación de este tipo de materiales que afectan al medio ambiente.

Por otro lado, sería magnífico poder incentivar a los productores o proveedores de los productos, a diseñar empaques y embalajes con ingredientes orgánicos, que no sean nocivos para el ambiente y que por el contrario, sean de gran beneficio para el planeta.

2. ¿REALIZA ALGÚN TIPO DE CAMPAÑA QUE FAVOREZCA AL MEDIO AMBIENTE?

Nuestra empresa tiene ese sentido social, y esa conciencia ambiental, que hace que busquemos alternativas de incentivar campañas que beneficien y motiven a cuidar el medio ambiente. Es por esto que nuestro principal objetivo en materia ambiental, será implementar el reciclaje de todos los residuos que se puedan, y para esto tendremos que caminar de la mano, tanto con nuestros clientes como con nuestros proveedores.

Para hacer esto incentivamos el reciclaje, para que nuestros clientes tomen la conciencia necesaria, y ¿cómo lo haremos? , se darán cupones o descuentos considerables a las personas que desarrollen esta labor, enseñando la importancia de ayudar a cuidar nuestro planeta.

Por otra parte, hacer un buen uso de la energía , e implementar ideas prácticas y beneficiosas tanto para nosotros como dueños, y para el medio ambiente en general, es por esto que en la medida de lo posible, la iluminación en su mayoría será que con bombillos LED, para el ahorro eficiente de la energía, implementar sensores de movimiento, para zonas específicas en donde no hay mucho tráfico de personas, y buscar las mejores alternativas de equipos y hacer debido mantenimiento de los mismos, es claro que esto es una tarea de todos, y queremos que estas medidas no solo se tomen en nuestro establecimiento, sino que también llegar a todos y cada uno de nuestros cliente para que pongan en práctica algunas de estas ideas.

Las anteriores son algunas ideas que en un principio se implementarían, pero siempre estaremos en constante cambio, y para eso necesitamos ayuda de especialistas en el tema, es por esto que en nuestro establecimiento habrá un lugar para que un grupo de personas implementen y renueven este tipo de campañas.

3. ¿USA EFICIENTEMENTE EL AGUA? ¿COMO?

El uso racional del agua es de suma importancia para cualquier negocio, es porque para nosotros es de suma importancia este tema, para esto implementaremos ciertos procesos, para ahorrar y hacer un uso correcto de este recurso.

Implementado desde el área administrativa, medidas para el ahorro del mismo, como es controlar la cantidad de agua que se utiliza para las tareas diarias, como lo son el lavado de los implementos para servir las bebidas, y el uso del agua en los baños y demás.

Así mismo es de suma importancia, tener en óptimas condiciones las tuberías y demás, asegurándonos que no haya fugas existentes o cosas parecidas.

Evitar en la medida de lo posible la contaminación de agua.

Incentivar a nuestros clientes y empleados, con carteles, afiches, anuncios y de más, para que sea un trabajo en conjunto.

Emisiones.

¿Has medido su huella de carbono?

En el alcance 1, que son todas las emisiones relacionadas a la compra de combustible, se puede pasar a un vehículo eléctrico, a la utilización de la bicicleta o compartir el vehículo con otros, En el alcance 2, que es consumo de energía, se pueden comprar electrodomésticos que sean de uso eficiente, usar iluminación led que consume menos energía, apoyar las campañas de sensibilización como apagar las luces y los computadores cuando no se vayan a usar.

¿Cuál es el resultado?

Una vez conociendo el resultado de la huella de carbono, y sus principales fuentes de emisión, es posible realizar un análisis de los riesgos y oportunidades que ésta representa con la finalidad de avanzar en la eficiencia de los procesos y el mejoramiento del uso de recursos.

¿Qué residuos reciclo?

Los materiales que reciclo son muchos, e incluyen todo el papel y cartón, el vidrio, los metales ferrosos y no ferrosos, algunos plásticos, telas y textiles, maderas y componentes electrónicos.

Reduce los insumos se reducen en gran cantidad ya que el material que manejamos es en vidrio al ser de este podemos volver a utilizarlos en futuras compras de este mismo dando importancia a la calidad antes que la venta

Utiliza químicos

- El uso de materiales de limpieza en bares y restaurantes es frecuente en este tipo de negocios. Mantener los ambientes limpios es una tarea necesaria y prioritaria. Por ello, los trabajadores manipulan productos como desinfectantes, cloro, aromatizantes y otro
- Mantener los productos alejados de las fuentes de calor.
- Ventilar los locales mientras se esté limpiando.
- Guardar los productos bien cerrados y ordenados en un lugar seco.
- Leer las instrucciones de uso, no utilizar nunca un producto de limpieza sin saber sus riesgos y características.
- Exigir un correcto etiquetado de los productos.
- No introducir líquidos corrosivos en botellas de bebidas que puedan ocasionar algún tipo de error.
- Si es necesario hacer algún tipo de trasvase, realizarlo con cuidado y muy despacio, en un lugar donde se disponga de agua y, en caso de salpicadura, lavar la zona afectada con ella.

- No mezclar productos limpiadores.
- **Utilizar guantes de goma.**
- Lavarse las manos después de manipular estos productos.
- En caso de ingesta accidental, hacer que el accidentado beba la máxima cantidad de agua posible para que el producto se diluya, pero no provocar el vómito (podría volver a dañar la vía digestiva).
- En caso de accidente, llamar al teléfono del Servicio Médico de Información Toxicológica, que aparece en la etiqueta.

Marketing

- 1) El producto que ofrecía la empresa ya podía ser bien material, servicio o idea.
- 2) Precio concretado por ellos.
- 3) Distribución o entrega que llegue lo más rápido posible al consumidor final por el canal que sea.
- 4) Promoción de producto, aumentar la publicidad, etc.

OCÉANOS AZULES-FUERZAS DE PORTER

1. ANÁLISIS DEL SECTOR

1.1 ESTRATEGIA DEL OCEANO AZUL

Realicemos las lecturas y para desarrollar esta actividad deben apoyarse con el recursos de "Ejercicio Océano"

1. IDENTIFIQUE QUIÉN ES SU COMPETENCIA

Como bar , nuestra competencia directamente serían los mismos bares de la zona y de bogotá , como primer plano ellos serán nuestra competencia fuerte , en segundo plano serían los bares de otras ciudades y del país , y por último del mundo , también los bares que dan servicio de trago , vendrían siendo una competencia para nosotros

2. DEFINA LAS VARIABLES MÁS IMPORTANTES PARA LA IDEA DE NEGOCIO

Una de las variables es suplir las necesidades del consumidor , escuchar todas las opiniones que él tenga , también serían el entorno en el que se desarrolla nuestro servicio , ser una empresa que le ofrece un servicio de calidad a nuestros clientes , supliendo con todas nuestras necesidades respectivas.

3. DELE UN VALOR DEL 1-5

De uno a cinco , le doy un 5 por nuestra futura calidad , es un negocio que posee en gran rentabilidad y a futuro podríamos posicionarnos como uno de los mejores

4. DESARROLLE LA ESTRATEGIA CON SU EXPLICACIÓN(DE INCREMENTAR , REDUCIR O ELIMINAR)

Incrementar : incrementar lo que haríamos como compañía seria en bienestar para nuestros consumidores ya que ellos serán los que nos darán vida sin clientes no seriamos compañía , incrementaremos el bienestar y los recursos que disponen de ello.

Reducir: reduciremos los gastos mínimos , la idea es también ahorrar ingresos , para emergencias en nuestra compañía , los gastos innecesarios

Eliminar: Eliminamos aquello que no nos funciona como empresa , sea personas , como logístico , o administrativo logrando una mejor eficacia como empresa.

2 VARIABLE IDEA DE NEGOCIO

2.1 DISEÑA LA VARIABLE DE IDEA DE NEGOCIO Y POSIBLE COMPETENCIA

	VARIABLE 1	VARIABLE 2	VARIABLE 3	VARIABLE 4	VARIABLE 5	VARIABLE 6
IDEA DE NEGOCIO	VARIADAD DE GUSTOS MUSICALES	VARIEDAD DE PRECIOS	VARIOS BARES EN UNO SOLO	ESPARCIAMIENTO AL AIRE LIBRE	ZONA DE COMIDAS	CONCIERTOS EN VIVO
ESTRATEGIA	Nuestra estrategia para esta variable será incrementar y conocer más a fondo los gustos de nuestros clientes, para así ir más a la fija.	Reducir los costos de nuestros clientes. En nuestro negocio se establecerán de igual forma gran variedad de los productos, para esto se dispondrá de productos que gusten, que sean asequibles hasta los productos	Realmente este en nuestro valor agregado, ya que en el mercado existente hay un gran vacío, es por esto que se sacará el mayor provecho para posicionarnos rápidamente en el mercado	Para nosotros es de suma importancia a la variedad en todo sentido, es por esto que nuestro establecimiento, dispondrá tanto de lugares cerrados, y lugares totalmente abiertos	Esta estrategia es realmente innovadora, ya que se dispondrá un lugar de comidas, con buena música, ambiente, sin necesidad de mezclar la actividad con	La estrategia es hacer alianza con artistas que estén empezando, o en ocasiones especiales artistas ya reconocidos en el medio

		más exclusivos que se encuentren en el mercado			alcohol, pero que encienda la chispa fiestera de los clientes.	
--	--	---	--	--	--	--

3.1 PODER DE NEGOCIACIÓN CON LOS CLIENTES

Mediante este mecanismo se llevará a cabo un acuerdo con el cliente donde se le ofrezca calidad continuidad pero sobre todo un equilibrio donde no se vea usura pero si se vea un balance grande entre agradar al cliente pero también ganar.

3.2 PODER DE NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES

Este es uno de los puntos más importantes ya que de esto se definirán las ganancias en un gran porcentaje aquí se lleva un equilibrio donde se trata de convencer al proveedor en ciertos aspectos donde podamos ganar y seguir trabajando juntos siempre teniendo un plus con los proveedores.

3.3 AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTOS.

Ya que este es un mercado donde lo pueden suplantar de una u otra manera no podemos ser lo mismo que los otros ya que nos podrían suplantar en cualquier momento ,tenemos que tener un factor innovador ya que al avanzar nuestro proyecto se hablara de él.

3.4 AMENAZA DE PRODUCTOS ENTRANTES.

En este momento tendríamos que contrarrestar este factor con minimizar costos con calidad nunca dejando de pensar en que el mercado se puede mover de un lugar a otro y el producto entra a competir en cualquier momento así que nuestro plus podría ser el valor diferenciador

3.5 RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES.

En este momento tenemos un factor en contra llamado Covid 19 el cual muchas personas prefirieron cerrar a luchar por su negocio ,nuestra idea está basada en saber que esto pasara y los bares van a hacer la sensación en nuestro proyecto por lo tanto los competidores en nuestra idea de negocio no es problema por el momento

ACTIVIDAD SEMANA 5

¿ COMO DESCRIBO O COMO LLEGARÍA AL OBJETIVO ?

Llegaríamos al objetivo como empresa , superando nuestros obstáculos mejorando y progresando , teniendo un muy buen equipo de trabajo , planteando nuestros objetivos desde lo más pequeño hasta lo mas grande , asi llegaremos mas lejos y creciendo como compañía, llegaríamos a fijar objetivos más altos y cumplirlos.

¿ QUIÉN O CON QUE MEDIO NOS APOYARIAMOS?

Principalmente los medios que utilizaremos como apoyo serían de otras compañías , siendo publicidad , o préstamos de cualquier tipo , ayudándonos a impulsar nuestra idea de negocio no solo en colombia si no en todo el mundo , medios económicos y temas bancarios recurrimos apoyos económicos y demás

1.3¿CUANDO?

Como es de conocimiento público el tema de la pandemia, ha generado que todos los procesos sean un poco más tediosos, es por esto que nuestro proyecto se materializa a mediados del año 2021, ya que primero tenemos que hacer alianzas, conseguir un punto estratégico en donde situarnos, promoción, y cuestiones parecidas para que la idea sea todo un éxito.

1.4 PRESUPUESTO

Inversión inicial para montar un bar

La inversión inicial para abrir un bar ronda entre \$5.000.000 y \$7.000.000 por metro cuadrado. Pero todo depende de muchos factores. La inversión inicial para abrir un bar tradicional en un barrio familiar, no será la misma que la inversión necesaria para abrir un bar o cafetería con estilo moderno en el centro de la ciudad.

1.5 ¿DE QUÉ DEPENDE EL PRESUPUESTO?

El presupuesto dependerá básicamente de si el local está acondicionado para ejercer la actividad ya que de lo contrario supondría hacer obras para cumplir con la normativa. Y en segundo lugar, también dependerá del tamaño, la ubicación, el tipo de decoración y los materiales a utilizar.

Gracias a la opinión de un técnico experto puedes ahorrar mucho dinero con una buena elección del local y con la realización del proyecto

1.6 SECTOR

nuestra lugar de referencia nos buscaríamos en chapinero ya que comercialmente está ubicado en un lugar comercial y conocido por mucha población como un lugar de festejos y diversos sitios de recreación

REDES SOCIALES



Facebook : miguel peña bar fusion <http://www.facebook.com/pena.com>



Instagram:Fushion club bar: www.fushioninsgraman.com

REFERENCIAS

<https://youtu.be/y0OTfydMpNk> VIDEO

https://www.google.com/search?q=como+ahorrar+agua+en+un+bar&rlz=1C1CHZL_esCO744CO744&oq=como+ahorrar+agua+en+un+bar&aqs=chrome..69i57j0.7477j0j4&sourceid=chrome&ie=UTF-8

<https://www.icesi.edu.co/blogs/analisisciclodevida/files/2008/10/ecodisenomercadosv.pdf>

https://www.google.com/search?q=como+usar+eficientemente+el+agua&rlz=1C1CHZL_esCO744CO744&oq=como+usar+eficientemente+el+agua+&aqs=chrome.0.013.5077j0j4&sourceid=chrome&ie=UTF-8

INTRODUCCIÓN

En el presente trabajo se expone cómo impactamos e innovaremos en este sector potencializando clientes fuertes y atrayendo los débiles, para que por este medio podamos identificarlos y hacerles un estudio detallado no guiándonos sólo por el valor monetario más bien como buen rango potencializador, poder llegar a un núcleo y que este sea más fuerte .

MARKETING MIX

5.1 ESTRATEGIAS DE PRODUCTO PARA CLIENTES

NÚCLEO: Como ha sido expuesto anteriormente nos enfocaremos en la venta de bebidas alcohólicas, de una manera general estos productos tienen una característica física muy parecida, ya que el alcohol presente en ellas se obtiene a partir de ingredientes que son fermentados naturalmente, para hacer que cada bebida sea única, al final de este proceso se hace la adición de colorantes y aromatizante, lo que les ese sabor único y diferente.

Con respecto a la característica química del producto en cuestión, realmente el elemento principal en toda bebida alcohólica es el etanol, es cual es muy inflamable y volátil.

CALIDAD:

Teniendo en cuenta que nuestra idea de negocio es un combinación de un excelente servicio y producto de calidad, apto para el consumo, y cuidando la salud de nuestros clientes, la gama de productos que se venderán son principalmente licores, la característica principal de los mismos será primeramente que tengan la autorización del invima, en donde se certifique que el producto está óptimo para el consumo.

ENVASE:

Para el envase del producto como tal, utilizaremos los siguientes materiales:

Vidrio:

Ya que a lo largo del tiempo se ha demostrado que este material tiene una enorme resistencia, teniendo en cuenta que los productos son directamente para el consumo humano este material nos sirve de gran ayuda, ya que no contamina la bebida como tal, manteniendo a su vez el sabor de la misma, son reutilizables, y fáciles de limpiar, entre otros factores.

Latas:

Envase principalmente para la cerveza, se escoge este material ya que es muy ligero, lo que facilita el transporte del producto, facilita al cliente la apertura de la cerveza, brinda así mismo la confianza de que el producto no ha sido anteriormente abierto, bloquea la luz, para mantener el producto en las mejores condiciones posibles, es una material fácil y rápido de enfriar, y lo más importante es que es 100% reciclable.

DISEÑO:

Buscaremos el mejor proveedor, en donde se brinden variedad de diseños en las bebidas, los cuales se destacan por su originalidad, llamando la atención visualmente por sus colores, imágenes, texturas, en donde también sea posible que el cliente tenga varias posibilidades para elegir con respecto al tamaño, ya sea personal u otra.

SERVICIO:

Para que nuestro servicio sea excelente, buscaremos y contaremos con el personal idóneo para cada tarea, en donde se tengan presentes los valores éticos, para empatizar con cada cliente, es de suma importancia que nuestro clientes una vez entren a nuestro establecimiento, nos prefieran en próximas oportunidades.

5.1.1 PORTAFOLIO

NUESTROS PRODUCTOS

- ◇ LICORES:
- ◇ Cerveza : - Tecate
 - Pokér
 - Heineken
 - Corona
 - Club Colombia
 - Red's



The image displays a collection of beer products. On the left, there is a can of Tecate Original. In the center, a Heineken beer can is shown next to a glass of beer and a bottle of Pokér. Below these, there are three bottles of Corona beer and a can of Red's beer.

◆ WHISKY

- Jack Daniels
- Buchanan's deluxe
- Chivas Regal



◆ TEQUILA:

- José cuervo Tradicional
- Tequila 1800 añejo
- Tequila Don Julio





5.2 FIJACIÓN DE PRECIOS:

La fijación de precios basado en la competencia:

Se definirán los precios haciendo una investigación de la competencia, para poder así, brindar a los clientes los precios legales vigentes en el mercado.

Precio geográfico:

Los precios dependen directamente de la ubicación de nuestro local, dado a que el mismo se encontrará ubicado en Chapinero, se hará el ajuste de precios respectivos, teniendo en cuenta que este lugar es muy comercial, y central.

5.3 ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN:

-Canal de marketing indirecto:

Para hacer llegar los productos directamente al consumidor final (clientes), se necesita de una organización y cadena logística bien estructurada, ya que necesitamos de colaboradores como lo

son: proveedores, transportistas, personal, todo esto con el fin de que el producto llegue en óptimo estado para el consumo.

5.4 ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN:

- Publicidad: El eje central de la publicidad como tal, será por medios digitales como lo son : facebook e Instagram, y por medio de la plataforma digital del negocio, adicional a esto se harán folletos, vallas publicitarias y demás , para que las personas se enteren de nuestro negocio.

- Promoción de ventas:

Se idearon varias promociones para atraer a las personas algunas de estas serán:
 - 10 % de descuento en compras mayores a 100.000 COP
 - Happy hour
 - Zona wifi gratis para clientes
 - 2x1 en bebidas seleccionadas

- Ventas personales: Show con bartender, dando a conocer los productos que se venden en el establecimiento.

- Relaciones públicas: Se destinarán áreas específicas para eventos sociales y demás.

DESARROLLO DE MARCA

PASOS	OBJETIVOS	RESULTADOS
PRIMER PASO: DIAGNOSTICO DEL MERCADO	A.IDENTIFICACION DEL SECTOR	En este momento en sector claramente es muy competido, pero nosotros tenemos un plus que muchos establecimientos no tienen.
	B.IDENTIFICAR MARCAS EN COMPETENCIAS	Realmente el establecimiento que tiene el mayor auge siendo un bar con varios ambientes es THEATRON .
	C. SOLUCIONES PRINCIPALES Y ALTERNATIVAS	Ofrecer a nuestros clientes un equilibrio entre, calidad, servicio y precio, en donde puedan encontrar un espacio libre de tabúes, totalmente diferente y único, donde puedan despejar su mente.
	D. TENDENCIAS DE MERCADO	En este momento la tendencia del mercado en el negocio de los bares, va más que todo enfocado a la

		diversión, diversidad, seguridad, y expansión de los productos
	E. ARQUETIPO DE LA MARCA	Lo que prima para nosotros como empresa es el valor de honestidad, cumplimiento, responsabilidad al momento de ofrecer algún producto, y por encima de todo la transparencia
SEGUNDO PASO: REALIDAD PSICOLOGICA DE LA MARCA	A. PERCEPCION DE LA MARCAS DE LA COMPETENCIA	En el momento se tiene claro, que ya hay un bar o varios bares posicionados en el mercado, ya con clientes fijos y demás, esto supone una desventaja para nosotros, pero es aquí donde se hará el plan de acción para no quedar en desventaja.
	B. IDENTIFICAR VARIABLES DE NEUROMARKETING	<ul style="list-style-type: none"> - Utilizar un precio un poco más alto, para hacer que los demás precios parezcan más bajos y así incentivar la compra de dichos productos. - Poner en desorden los precios, ya que así para el cliente será más difícil identificar cual es el más económico, y se guiara por otros

		<p>factores al momento de elegir el producto.</p> <p>- Resaltar el producto que más se vende, para que así los clientes lo compren con más y más frecuencia</p>
--	--	---

TERCER PASO: POSICIONAMIENTO	A.IDENTIFICAR TOP OF MIND	<p>Para consolidar nuestro producto, y que las personas lo tengan en mente, teniendo en cuenta los valores, la misión, la visión, y conociendo al público, para que así en un momento determinado podamos ser punto de referencia de la categoría bares.</p>
	B. IDENTIFICAR TOP OF HEART	<p>Para llegar que los clientes nos lleven en el corazón hemos propuesto ciertas ideas: Ver a nuestros clientes no solo como dinero o como éxito, si no también verlos como pensamientos, enfocarnos en cómo se siente nuestro cliente al estar en nuestro establecimiento, que sensaciones podemos dejarle, y por ultimo tener una comunicación real con el</p>

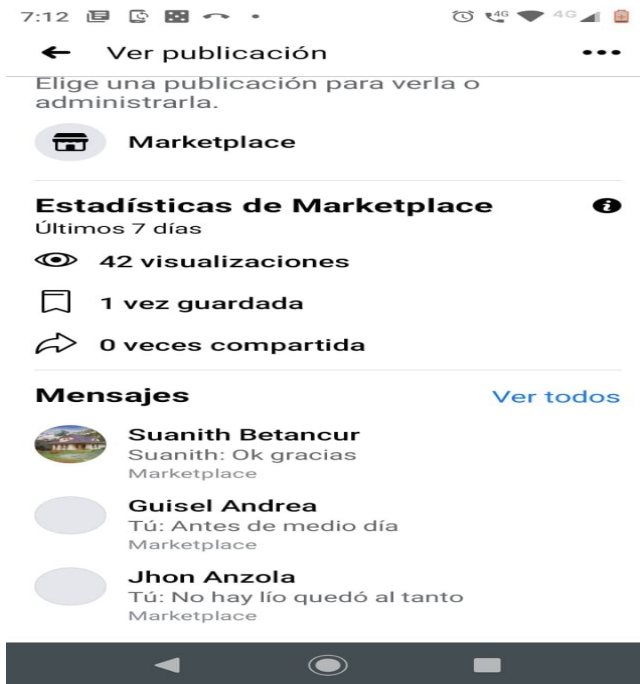
9.1

7:13  4G ← Ver publicación ⋮

Marcar como vendido

Impulsar de nuevo





C.A.C

La forma de captar nuestro cliente es primero pagar una pagina para que por este medio le den prioridad nuestras publicaciones, primero se hace un sondeo de que esta buscando nuestro usuario, segundo de las expectativas de nuestro producto y tercero para los que han utilizado el producto captar esas recomendaciones ya que atrapar un cliente no solo es invertir en publicaciones y paginas tambien un cliente atrae otro y este seria nuestro factor innovador.

LTV

Un cliente feliz nos puede dar unas ganancias semanales mayor a un 10%, ya que al conocer nuestro sitio y nuestro producto va querer primero conocer y si le gusta empieza a frecuentar este lugar mucho mas seguido con distintos amigos y estos amigos atraerán mucho mas asi que un cliente en total nos podría dar una ganancia del 30% sobre el valor del consumo.

<p>CUADRO</p> <p>COMPARATIVO</p>	<p><u>Costo de</u></p> <p><u>Adquisición de un</u></p> <p><u>Cliente</u></p>	<p>Lifetime Value o</p> <p>LTV</p>
<p>SEMEJANZA EN CUANTO A MI</p> <p>IDEA DE NEGOCIO.</p>	<p>Un costo preciso tendría un gran</p> <p>Apego a nuestra clientela teniendo en cuenta raking de calidad y dejar un gran margen</p> <p>De ganancia sin dejar calidad y continuidad en esto.</p>	<p>Al tener una buena calidad y continuidad en nuestro producto el cliente se fijara en el precio pero muchas veces lo puede dejar en segundo plano de acuerdo a si podemos satisfacer sus necesidades y así conservar un cliente en un periodo semanal o quincenal de acuerdo a la capacidad de pago del mismo cliente .</p>

<p>DIFERENCIA EN CUANTO A MI IDEA DE NEGOCIO.</p>	<p>En este punto me he de enfatizar por mi idea de atraer, de atrapar un cliente y que adquirirlo va tener un porcentaje en cuanto a valor económico que se verá reflejado en el transcurso del tiempo.</p>	<p>Muchas veces algunos clientes buscan más la economía que comodidad y lujos y algunos se alejaran de nuestro producto al encontrar algo similar y más económico por lo tanto siempre tendrá que haber un factor innovador.</p>
---	---	--

Marketing digital

Estrategia del marketing digital

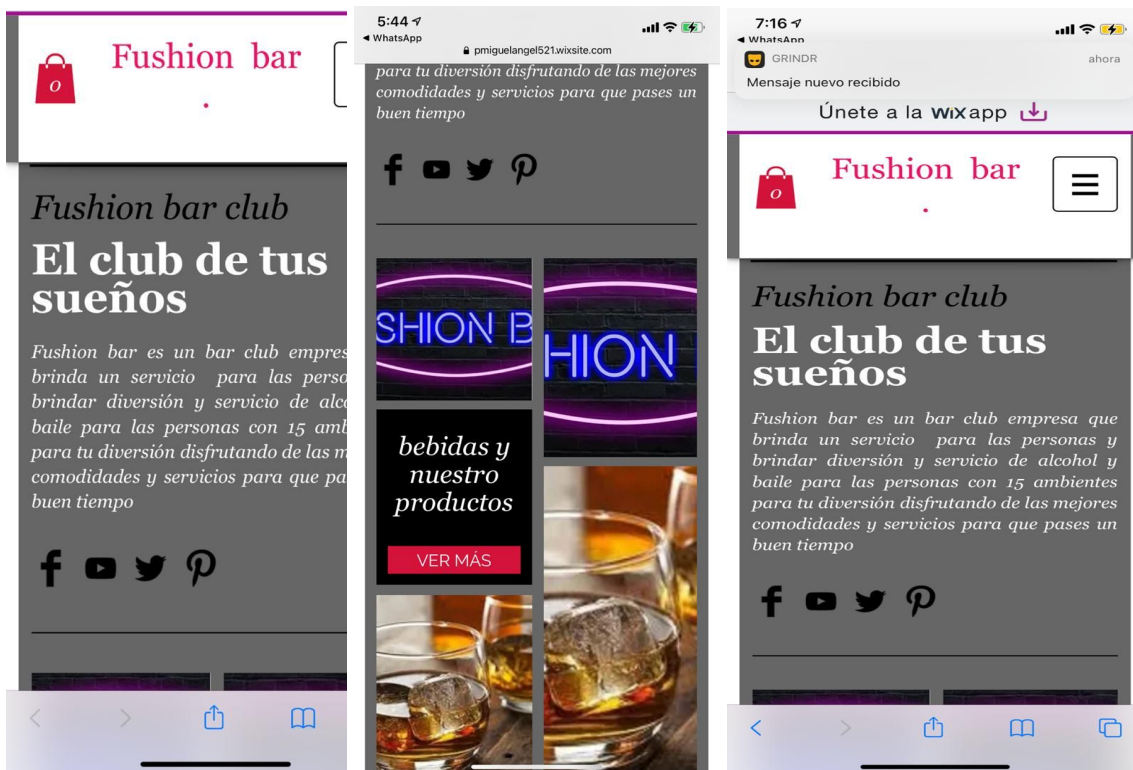
- De acuerdo a su idea empresarial elabore una "Landing Page" como estrategia para convertir a los visitantes digitales en leads. Recuerde que esta debe contar con un diseño e

información atractiva que permita capturar sus datos personales y así alimentar la base de datos de la empresa. En la etiqueta contenidos correspondiente a esta unidad, encuentra un tutorial de YouTube para que diseñen esta herramienta a través de la plataforma web, Wix.

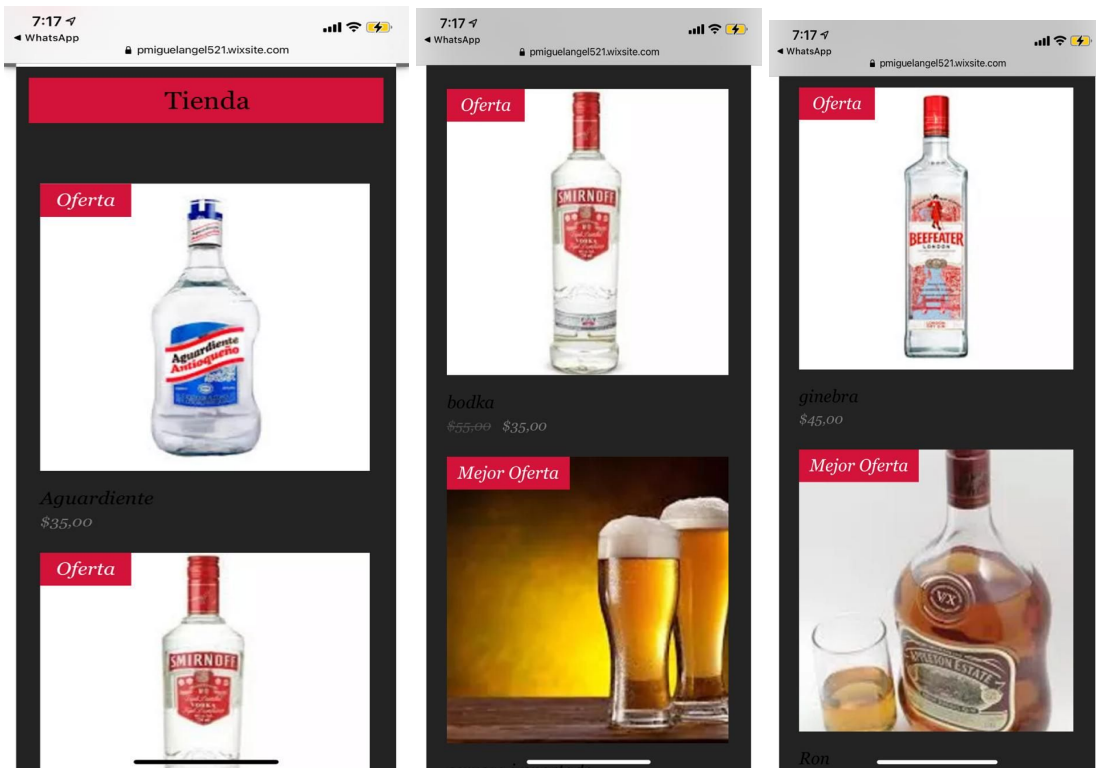
- En el documento correspondiente al plan de negocios, deben poner capturas de pantalla del diseño construido para página web y dispositivo móvil, así como el enlace (url) de acceso a su "Landing Page"

Link url pagina de web: <https://pmiguelangel521.wixsite.com/misitio-1/tienda>

Pantallazos página web







Estrategias de marketing digital

1. Campañas creativas y divertidas que incluyen concursos , premios y descuentos

Se incluyen descuentos por productos , concursos de música , donde el cliente disfrutara de ello

7:17
WhatsApp pmiguelangel521.wixsite.com

NUESTRA EMPRESA QUIERE LOGRAR UN IMPACTO EN LOS CLUBES Y BARES DISCOTECAS , Y LOGRAR SATISFACER A NUESTROS CLIENTES CON SUS IDEAS.



tu música a tu gusto
NOSOTROS LA RENOVAREMOS.


7:17
WhatsApp pmiguelangel521.wixsite.com

Oferta



bodka
~~\$55,00~~ \$35,00

Mejor Oferta



ACTIVIDAD 10:

Elementos para poder brindar un bien o un servicio

- Resolver todo lo pertinente para la instalación y funcionamiento de la planta
- Proceso de producción
- Adquisición de maquinaria y equipo
- Distribución de la planta

Determinar la mejor ubicación para nuestro plan de negocios, en donde sea factible ubicarnos, para así poder llegar a más personas, teniendo en cuenta los factores de macrolocalización y microlocalización.

Al hacer el análisis de estas variables se decidió finalmente que en el negocio (bar) será situado en el barrio Chapinero en la ciudad de Bogotá.

MACRO LOCALIZACIÓN:**VARIABLES:**

- Vías de acceso
- Infraestructura
- Cercanía al centro de la ciudad
- Tamaño de sitio
- Localización urbana

- Transporte del personal
- Disponibilidad de mano de obra
- Zona comercial

MICRO LOCALIZACIÓN:

- Aceptación de los clientes

- Localización del mercado
- Costo del arriendo
- Acceso y disponibilidad de la materia prima
- Comunicaciones
- Estilo de vida de las personas

TIPO DE ACTIVO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	REQUISITOS TECNICOS
INFRAESTRUCTURA	Adecuación del lugar, para que los clientes se sientan cómodos, lugares abiertos, cerrados, con iluminación, baños,	1	De 90'000.000 A 100'000.000	Lugar amplio, con posibilidad de personalizarlo
MAQUINARIA Y EQUIPO	Todo lo necesario para brindar un servicio de calidad, máquinas para hacer los cócteles, neveras, parlantes, sonido y de más	1	15'000.000	Mano de obra, para el buen uso de la maquinaria y equipo.

<p>TEMÁTICA 13</p> <p>Se adjunta link de la pagina creada según indicaciones EQUIPO DE COMUNICACIÓN Y COMPUTACIÓN</p>	<p>Para hacer la facturación de las bebidas, el cobro del servicio y demás costos, y hacer la publicidad.</p>	<p>3 computadores</p>	<p>4'000.0000</p>	<p>Personal calificado para dicha labor.</p>
<p>MUEBLES Y ENSERES</p>	<p>Para ambientar el negocio, diferentes estilos, y decoración.</p>	<p>1</p>	<p>10'.000.000</p>	<p>Mantenimiento en buen estado</p>
<p>OTROS (INCLUIDOS HERRAMIENTAS)</p>	<p>Para hacer el mantenimiento respectivo a todo el lugar</p>	<p>1</p>	<p>1'000.000</p>	<p>Uso adecuado.</p>

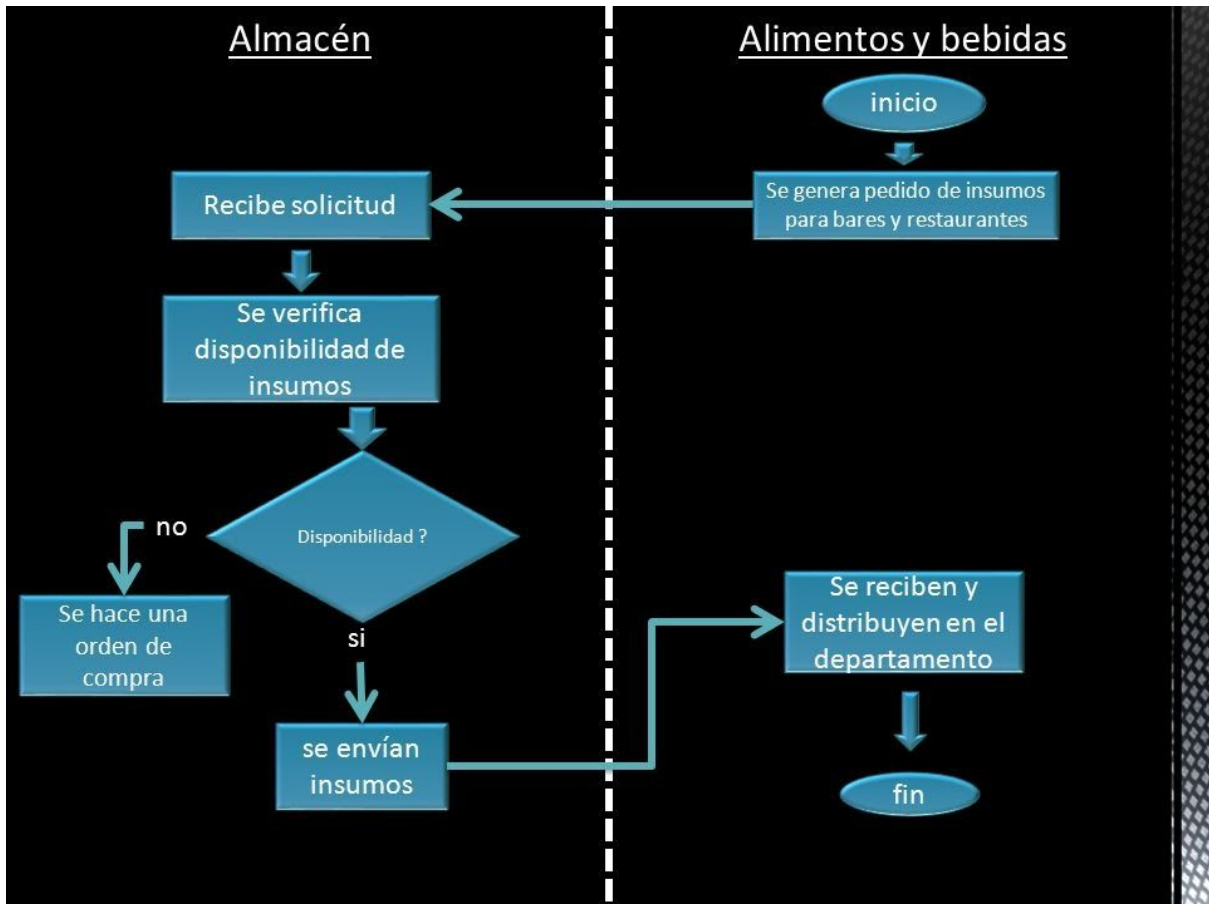
PLANO :



ACTIVIDAD UNIDAD 11

Desarrolle la siguiente actividad, teniendo en cuenta su proyecto empresarial (producto o servicio) y regístrese en su plan de negocios. Tenga en cuenta que esta actividad hace parte de la tercera entrega.

1. Teniendo en cuenta el proceso de producción u operación de su producto o servicio, responda la siguiente pregunta y elabore el flujograma respectivo.



2. Desarrolle la siguiente tabla de requerimientos de operación en el proceso de producción de su empresa. Para el aspecto de "Equipos y máquinas que se utilizan. Capacidad de producción por máquina (Cantidad de producto/ unidad de tiempo)", (Columna 5 de la tabla); Tenga en cuenta la guía en PDF llamada "Capacidad de producción" la cual encuentra en la etiqueta contenidos, correspondiente a esta unidad.

actividad de proceso	Tiempo estimado de realización ,	cargos que participan en la actividad	número de personas que intervienen por	equipos y máquinas , capacidad de

	horas o minutos		cargo	producción por máquina , cantidades de productos
actividad 1: servir el producto a los clientes	dependiendo la cantidad , un aproximado de 3 minutos	meseros	un total de 20	productos por dia productos por dia hasta 1000
actividad 2:llevar el producto a los clientes	2 minutos	meseros	20 meseros	productos por dia productos por dia hasta 1000
actividad 3:compra de licor	el inventario de licor puede ser un aproximado de 24 horas	jefe de inventario	1 persona	productos por dia productos por dia hasta 1000
actividad 4:servicios de comida	dependiendo tu plato puede variar de 30 a 50 minutos	cheff	6 cocineros	productos por dia productos por dia hasta 500
actividad 5:maquinas de cócteles	3 minutos por cóctel	back tender	5 personas	productos por dia productos por dia hasta 1000
actividad 6:luces	12 horas automatico	luces automáticas	1 persona	
total				

<https://www.storyboardthat.com/portal/storyboards/jhon6260/corp-private/creacion-de-empre-sa>

