



COCTEL BEACH

CINDY EVELIN RODRIGUEZ OSPINA
JEILY HOHANA CARRILLO SUAZA
MARLI YURLIANA CARRILLO SUAZA

JHON ALEXANDER GONZALEZ
CREACIÓN DE EMPRESA II

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
GRUPO 50161
CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR CUN
2020

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	3
1. DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO	4
1.1 CUAL ES EL PRODUCTO O SERVICIO	4
1.2 QUIEN ES EL CLIENTE POTENCIAL	5
1.3 ¿CUAL ES LA NECESIDAD?	5
1.4 ¿COMO?	5
1.5 ¿POR QUE LO PREFERIRÁN?	5
2. MODELO DE NEGOCIO	5
2.1 CANVAS	6
2.2.1¿Cómo captará sus clientes según el modelo de ventas por internet escogido?.....	7
2.2.2 Cómo y qué alternativas ofrecerá a los clientes según el modelo de ventas por internet.	7
2.2.3 Cómo cerrará la venta por internet y cuáles podrían ser los métodos de pago utilizados.	7
3. INNOVACIÓN SOSTENIBLE	8
4. ANÁLISIS DEL SECTOR.....	9
4.1 ESTRATEGIA OCEANO AZUL	9
4.2 ANÁLISIS DE PORTER - ESTRATEGIAS	10
• PODER DE NEGOCIACIÓN CON EL CLIENTE.....	10
• PODER DE NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES	10
• AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTOS	10
• AMENAZA DE PRODUCTOS ENTRANTES	11
• RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES	11
5. MARKETING MIX	11
5.1 estrategias del producto para clientes:.....	11
5.1.1 Portafolio	12
5.2 ESTRATEGIA DE PRECIOS	13
5.3 ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN	14
6. MATRIZ DE DESARROLLO DE MARCA.....	15
7. ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL.....	15
8. ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL	16
8.1 CAMPAÑAS CREATIVAS	16



8.2 HISTORIA	17
9. MÉTRICAS CLAVE	17
10 - ESTUDIO TÉCNICO I	18
10.1 – UBICACIÓN Y TAMAÑO.....	18
10.2 – ESTIMACIÓN DEL TAMAÑO OPTIMO.....	19
10.3 PLANO PLANTA DE PRODUCCIÓN COCTEL BEACH.....	22
11 – ESTUDIO TÉCNICO II.....	23
11.1 INGENIERÍA DEL PROYECTO - ESTADO INICIAL	23
11.2 PRODUCTOS	24
11.3 FLUJOGRAMA	26
11.2 – CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN	26
12- FICHA TECNICA.....	28
13 – STORYBOARD	29



INTRODUCCIÓN

Somos un grupo de tres estudiantes de quinto semestre de Administración de Empresas las cuales queremos emprender un proyecto de empresa, ofreciendo un producto asequible a todos los integrantes de la familia, innovador, diferente y que los acompañe en sus momentos especiales.

Coctel Beach ofrecerá bebidas con múltiples sabores y mezclas entre el dulce, la fruta, con o sin licor, para que nuestros clientes obtengan una experiencia diferente en su paladar todo esto al alcance de su domicilio con los protocolos de bioseguridad.

1. DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

Nuestro proyecto de empresa es la venta de cocteles innovadores, con nuevos sabores y contenidos muy deliciosos a domicilio.



1.1 CUAL ES EL PRODUCTO O SERVICIO

Es un producto: Coctel, preparación a base de una mezcla de diferentes sabores que contiene uno o dos tipos de bebidas, algunas de ellas pueden ser alcohólicas y otras a base de ingredientes como fruta, miel, leche, especias.

En nuestra carta de bebidas incluimos recetas bajas en azúcar para clientes con prescripción médica como la diabetes.



1.2 QUIEN ES EL CLIENTE POTENCIAL

Personas mayores de edad que quieran consumir una bebida diferente, innovadora, llamativa, pero sobre todo cargada de una rica y deliciosa mezcla de sabores.

1.3 ¿CUAL ES LA NECESIDAD?

El Covid 19, nos obligó a permanecer en casa para poder cuidar de nuestra salud, pero así mismo nos aisló sin poder trasladarnos a sitios para tener encuentros de diversión y esparcimiento, por esto nosotros brindaremos la venta de un producto que llevaremos hasta el domicilio del cliente para que puedan disfrutar de nuestro producto en la comodidad de su hogar.

1.4 ¿COMO?

Se hace una inversión de un capital en materia prima por parte de las integrantes para llevar a cabo el proyecto.

1.5 ¿POR QUE LO PREFERIRÁN?

Nuestros clientes nos prefieren por la innovación de los sabores de nuestros clientes, la calidad de nuestros ingredientes, el servicio personalizado para atender sus reuniones con protocolo de bioseguridad implementado, nuestros precios y por qué nuestros empaques son ecológicos contribuyendo al medio ambiente.

2. MODELO DE NEGOCIO

Descripción: Ventas directa por Internet.

2.1 CANVAS

¿Quiénes son los Clientes?	SEGMENTO	¿Cuál es la Propuesta?	DEBE RESOLVER PROBLEMAS O SATISFACER NECESIDADES	Cuáles son los recursos y Procesos necesarios?	ARQUITECTURA DEL SERVICIO
	Personas mayores de 18 años en adelante.		Ofrecer una bebida novedosa con sabores e ingredientes tropicales, mezclando licor, frutas y golosinas hasta la puerta de sus casas.		Bolsa, Cajas, licor, futas, golosinas e implementos de decoración.

Cuáles son los costos para entregar una propuesta valor	COSTO Y PRECIO	Como se entrega la propuesta valor	MECANISMOS DE ENTREGA	Como generar ingresos y fuentes de financiación?	GANANCIAS ESPERADAS
	Nuestra propuesta valor es ofrecer bebidas personalizadas para los tipos de clientes que tienen ciertas condiciones médicas, (diabetes)		Nuestras bebidas se entregarán con los protocolos de bioseguridad que se requieren por temas de salubridad, dándole tranquilidad y confianza a nuestros clientes.		Postularnos a los programas de emprendimiento que ofrece el estado: BANCOLDEX BOGOTÁ EMPRENDE. FONDO EMPRENDER

Com o pued	RECURSOS	Com o se pued	FIDELIDAD	Que alian	CADENA
------------	----------	---------------	-----------	-----------	--------

	<p>Adaptándonos a los posibles cambios en el mercado.</p>		<p>Prestando un buen servicio al cliente, estrechando lazos afectuosos cuando realicen sus compras, dar obsequios a nuestros clientes fieles.</p>	<p>Alianzas con empresas que presten servicios de eventos o realización de fiestas.</p>
--	---	--	---	---

2.2.1 ¿Cómo captará sus clientes según el modelo de ventas por internet escogido?

La captación de clientes se hará por ventas en línea, por internet, creación de página web - Instagram – Whatsapp - Facebook, pagando por publicidad a personas reconocidas en las redes sociales para que nos pauten y promocionen nuestro producto, tendremos página web con toda la información y contenido de nuestros productos acompañado de imágenes llamativas para atraer a nuestros clientes.

2.2.2 Cómo y qué alternativas ofrecerá a los clientes según el modelo de ventas por internet.

- Ofrecer un catálogo de las variedades de productos de **Cóctel Beach**.
- Crear promociones relacionadas con las fechas especiales del año.
- Construir una relación con el cliente, personalizando el producto que ellos soliciten.
- Ofrecer descuentos por referidos y fidelización.

2.2.3 Cómo cerrará la venta por internet y cuáles podrían ser los métodos de pago utilizados.

La venta se cerrará con el pago así:

- Transferencia electrónica
- Pago contra entrega
- Pago por PSE

3. INNOVACIÓN SOSTENIBLE

	 AGUA	 ENERGIA	 MATERIAS PRIMAS	 EMISIONES	 RESIDUOS
<p>¿Producto o Servicio?</p> <p>Producto</p> <p>¿El producto tiene un ecodiseño?</p> <p>Si</p>	<p>¿Usa eficientement e el agua?</p> <p>si</p> <p>¿Como?</p> <p>Dándole un uso responsable al recurso del agua y utilizando el netamente el necesario.</p>	<p>¿Reduce el consumo de energía?</p> <p>Si</p> <p>¿Como?</p> <p>Dándole un uso responsable al este servicio utilizando el netamente el necesario. en nuestra instalación tendremos bombillos ahorradores.</p> <p>¿Qué equipos utiliza?</p> <p>Licuadaora Nevera con El sistema No Frost</p>	<p>¿Reduce los insumos?</p> <p>si</p> <p>¿Como?</p> <p>¿Qué equipos utiliza?</p> <p>La bolsa plastica, A biodegradable están hechas a base de producto vegetales tales como aceite de maíz, soja o fécula de patata y su mayor reclamo es que se descomponen completamente en un corto periodo de tiempo.</p>	<p>Ha medido su huella de carbono?</p> <p>No</p> <p>¿Cuál es el resultado?</p> <p>No aplica.</p>	<p>que residuos recicla?</p> <p>Nuestras bolsas tienen la capacidad de degradarse de forma natural, luego de ser utilizados y desechados de forma correcta. Botellas de vidrio. Las cajas de cartón serán recicladas.</p>

Marketing ¿Realiza algún tipo de campana que favorezca al medio ambiente? Por el momento no.	No	¿Qué medios de transporte utiliza? Bicicleta si está en un perímetro cercanos Moto por si está en un perímetro lejano.
--	----	--

4. ANÁLISIS DEL SECTOR

4.1 ESTRATEGIA OCEANO AZUL

Venta de Cocteles a Domicilio	Productos (Carta de cocteles)	Calidad (Buen sabor)	Innovación (Cocteles diferentes, con fruta, helado, diferentes dulces)	Bioseguridad	Domicilios Bogotá	Tienda (Lugar físico de ventas)	Precios (Asequible)
COCTEL BEACH	5	3	5	5	5	1	3
Sweet Drinks	4	3	5	3	4	1	3
Cocteles .Tonica	4	3	3	3	4	1	3
Restaurante Isla Morada (Sopocú/marca)	3	4	1	1	1	5	1
Salcebada Medellín	3	3	1	3	1	5	4

ESTRATEGIA	Incrementar: A nuestras cartas de cocteles, Incluiremos unas nuevas recetas para personas que deban consumir bebidas sin azúcar	Crear: Ofrecer cocteles con licor de buena calidad	Incrementar: Ofrecer, acompañantes novedosos.	Incrementar: Crear los debidos protocolos de bioseguridad, llevar los productos en buen estado y bien sellados.	Mantener; Este es nuestro principal objetivo poder llevar hasta el lugar donde se encuentra nuestro cliente.	Crear: A un futuro, abrir una tienda física para vender nuestros productos.	Mantener, Ofrecer los productos a buenos precios.
-------------------	---	--	---	---	--	---	---

4.2 ANÁLISIS DE PORTER - ESTRATEGIAS

- **PODER DE NEGOCIACIÓN CON EL CLIENTE**

Mi cliente tendrá autonomía de escoger otra empresa para sus cócteles, por mejores precios o promociones, ya que mi sector tiene mucha competencia por esto mis estrategias serán:

1. Incrementar la calidad de mi producto
2. Proporcionar un valor añadido
3. Aumentar mi publicidad
4. Prestar un buen servicio
5. Mejorar mis canales de ventas

- **PODER DE NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES**

El poder de negociación es de nuestra empresa (Cóctel-Beach) porque contamos con variedad de proveedores de licores, que nos ofrecen calidad a buenos precios y podemos elegir entre varias alternativas.

- **AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTOS**

Existen muchas bebidas que pueden reemplazar nuestros cócteles, como los cocteles tradicionales que ofrecen en los bares - discotecas o simplemente el mismo alcohol embriagante sin acompañantes.

Nuestra estrategia es vender los cócteles preparados de una manera diferente con más ingredientes como fruta, helado. especias y golosinas como (gomitas, chicles, chocolates etc) combinándolos con alcohol a domicilio.

- **AMENAZA DE PRODUCTOS ENTRANTES**

Mi principal competencia son los bares o discotecas en un tiempo determinado cuando la pandemia ya pasó, las personas podrán desplazarse para consumir sus bebidas embriagantes y podrán disfrutar de música y buena compañía.

Nuestra estrategia es ofrecer nuestros cocteles a domicilio para que las personas no tengan la necesidad de desplazarse a ningún sitio y cumplimos con los protocolos de bioseguridad.

- **RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES**

Mi competencia directa, son las empresas que ya están posicionadas en el mercado, que tienen muchos seguidores en su página de instagram, que ofrecen los mismos productos de nuestra empresa, cócteles con dulces; sus estrategias también son ofrecer servicio a domicilio.

5. MARKETING MIX

5.1 estrategias del producto para clientes:

- **núcleo:** cócteles con la excelente combinación de bebidas como, vodka, brandy, ron, aguardiente, crema de whisky entre otras y frutas como piña, lulo, mango, fresa, etc. adicionalmente dulces de diferentes sabores y presentación, con el increíble acompañamiento de perlas de sabores, en presentaciones de bolsas de 16 y 12 onz
- **calidad:** somos un equipo de 3 colaboradores cuyo objetivo es brindar un excelente servicio para nuestros clientes, en donde ellos sean quienes dirijan la experiencia que quieren vivir con nuestros cócteles e increíbles sabores, además le damos al cliente la seguridad y confort de que tendrán un producto y servicio de domicilio con todas las medidas de bioseguridad, para cuidar de ellos y de nosotros.
- **envase:**



- diseño:



5.1.1 Portafolio



5.2 ESTRATEGIA DE PRECIOS

BESITO DE COCO 16 ONZ			
Nombre	Cantidad	precio unitario	Precio total
crema de whisky	1	\$4,000	\$4,000
cafe	1	\$2,000	\$2,000
chocolate	1	\$2,000	\$2,000
hielo			\$0
TOTAL			\$8,000

BESITO DE COCO/ 12 ONZ			
Nombre	Cantidad	precio unitario	Precio total
crema de whisky	1	\$3,000	\$3,000
cafe	1	\$2,000	\$2,000
chocolate	1	\$2,000	\$2,000
hielo			\$0
TOTAL			\$7,000

HAWAI / 16 ONZ			
Nombre	Cantidad	precio unitario	Precio total
ron	1	\$4,000	\$4,000

HAWAI / 12 ONZ			
Nombre	Cantidad	precio unitario	Precio total
ron	1	\$3,000	\$3,000



piña	1	\$1,000	\$1,000
limón	1	\$1,000	\$1,000
gomas	5	\$200	\$1,000
colombina	1	\$300	\$300
hielo			\$0
TOTAL			\$7,300

piña	1	\$1,000	\$1,000
limón	1	\$1,000	\$1,000
gomas	5	\$200	\$1,000
colombina	1	\$300	\$300
hielo			\$0
TOTAL			\$6,300

CHAMPETUA / 16 ONZ			
Nombre	Cantidad	precio unitario	Precio total
ron de coco	1	\$3,000	\$3,000
vodka	1	\$3,000	\$3,000
mango	1	\$1,000	\$1,000
fresas	5	\$1,000	\$5,000
hielo			\$0
TOTAL			\$12,000

CHAMPETUA / 12 ONZ			
Nombre	Cantidad	precio unitario	Precio total
ron de coco	1	\$2,000	\$2,000
vodka	1	\$2,000	\$2,000
mango	1	\$500	\$500
fresas	5	\$500	\$2,500
hielo			\$0
TOTAL			\$7,000

ATARDECER / 16 ONZ			
Nombre	Cantidad	precio unitario	Precio total
tequila	1	\$4,000	\$4,000
naranja	1	\$1,000	\$1,000
cereza	1	\$1,000	\$1,000
gomas	5	\$200	\$1,000
colombina	1	\$300	\$300
hielo			\$0
TOTAL			\$7,300

ATARDECER/ 12 ONZ			
Nombre	Cantidad	precio unitario	Precio total
tequila	1	\$3,000	\$3,000
naranja	1	\$1,000	\$1,000
cereza	1	\$1,000	\$1,000
gomas	5	\$200	\$1,000
colombina	1	\$300	\$300
hielo			\$0
TOTAL			\$6,300

5.3 ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN

Distribución directa: Uno de los objetivos que tenemos en coctel beach es que el cliente se sienta con la mejor y exclusiva atención

n, por esta razón queremos que directamente de nuestras manos el cliente reciba el producto, en un principio con domicilios hacia donde se encuentren, con un costo adicional de mínimo 4 mil pesos, dependiendo de zona donde se encuentren, a largo plazo queremos tener instalaciones donde puedan comprar directamente nuestras bebidas.

6. MATRIZ DE DESARROLLO DE MARCA

NOMBRE DE LA IDEA: COCTEL BEACH

PRIMER PASO: DIAGNOSTICO DE MARCA	A. identificación del sector	bebidas, licores, sabores, creatividad.
	B. marcas en competencia	Cocteles T-REX, Cocteles Gory o cocteles tónica.
	C. soluciones principales y alternativas	cocteles con frutas y dulces, sabores increíbles.
	D. Tendencia de mercado	cocteles con combinación de variables sabores
	E. Arquetipo de la marca	explorador, rebelde, amante y creador.
SEGUNDO PASO: REALIDAD PSICOLOGICA DE LA MARCA	A. percepción de las marcas de la competencia	estético, llamativo.
	B. identificar variables de neuromarketing	colores, presentación de sabores en redes sociales
TERCER PASO: POSICIONAMIENTO	A. identificar Top of min	coctel beach
	B. identificar Top of heart	sentimientos, alegría, diversión, sensaciones.
CUARTO PASO: REALIDAD MATERIAL DE LA MARCA	traducir nuestra propuesta de valor en la marca	Creativo, diseño, alegre, sabores, sentimientos y personalizado
QUINTO PASO: ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	desarrollar acciones continuas para la introducción de la marca en el mercado, que estén ligadas a la mediación tecnológica y de redes sociales.	Como principal herramienta utilizaremos Facebook e Instagram, allí nos apoyaremos para posicionar la marca y generar ventas en el mercado y tener contacto directo con los cliente.

7. ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL



PAGINA: <https://coctelbeach.wixsite.com/website>

CUENTA EN FACEBOOK: <https://www.facebook.com/Coctel-Beach100635745185931/>

INSTAGRAM: <https://www.instagram.com/>

Decidimos crear una página Web para dar mas confiabilidad a nuestros clientes Actualmente se manejan mucho las redes sociales para tener un poco más de cercanía con las personas y con la gran ayuda de dar a conocer el producto sin recurrir a pagar grades sumas por la publicidad las que se están manejando es Instagram y Facebook.

8. ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL

8.1 CAMPAÑAS CREATIVAS

- Se va a realizar videos cortos y llamativos mostrando ciertas cosas de nuestro producto buscando que el cliente sienta curiosidad de saber que se va a ofrecer y cada vez mostrar un poco más del producto. Esto se va a publicar en nuestras redes sociales
- Una parte fundamental para que nuestro contenido sea viralizable, es conseguir, de alguna manera, esa fidelización con el usuario potencial como se va a lograr haciendo rifas de nuestros productos, por cliente referido efectivo ganarse un bono.
- Crear un filtro donde se pueda ver nuestros productos donde nuestros clientes puedan interactuar con nosotros y los videos más creativos usarlos en nuestras redes para promocionar y mostrar al publico que son parte importante de **COCTEL BEACH**
- Crear un juego interactivo para promocionar nuestra marca en el cual nuestros seguidores tienen que completar el logo de **COCTEL BEACH** el que complete el jugo en el menor tiempo se le hace un descuento del 10

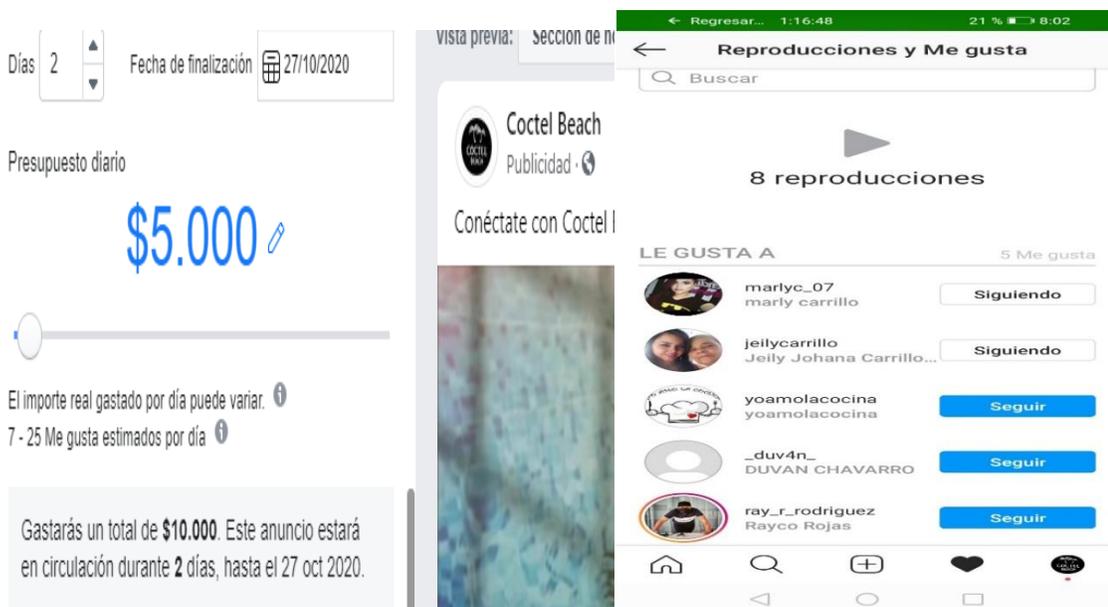
8.2 HISTORIA.

En COCTEL BEACH, nos esforzamos por entregarle un servicio superior y personalizado. Nos encanta ver como los clientes escogen nuestros cocteles por nuestra innovación y variedad de productos satisfechos esto Significa que hemos hecho bien nuestro trabajo.

Fue creada por tres universitarias en Octubre de 2020, para presentar un proyecto de grado en la Universidad. hemos tenido un solo objetivo: garantizar una variedad continua de excelentes productos, artículos exclusivos de edición limitada por temporada para todos los presupuestos.

Te invitamos a ponerte en contacto para saber más sobre nuestra tienda o puedas tener en tu paladar estos deliciosos sabires.

9. MÉTRICAS CLAVE



CAC: Gasto total en captación/ n° de clientes captados

$$\text{CAC: } \frac{10000}{8} = 1250$$



Duración

Días Fecha de finalización

Presupuesto diario

\$5.000

El importe real gastado por día puede variar. **7 - 25 Me gusta estimados por día**

Gastarás un total de **\$150.000**. Este anuncio estará en circulación durante **30 días**, hasta el 24 nov 2020.

Al hacer clic en "Promocionar", aceptas las [Condiciones](#)

LTV: Costo de bebida 15.000 costo de ganancia 5000

$$5.000 \times 8 = 40.000$$

CAC: \$10.000 LTV: \$40.000

10 - ESTUDIO TÉCNICO I

10.1 – UBICACIÓN Y TAMAÑO

- **MACRO Y MICROLOCALIZACIÓN**

Localización Óptima del Proyecto: Inicialmente nuestro proyecto se ubicará en uno de los domicilios de las integrantes de este grupo, ya que nuestro producto se venderá a domicilios por su primer semestre de lanzamiento.

Colombia – Bogotá D.C

Dirección: Calle 27 a Sur # 7 – 95

Barrio: 20 de Julio

Este domicilio; cuenta con todos los servicios públicos, internet y wifi.

Acceso a vías principales y buena infraestructura en la edificación.

- **TAMAÑO ÓPTIMO DE LA PLANTA**

Coctel Beach es una microempresa, su capacidad de producción se medirá por los turnos de trabajo que se definieron para trabajar y atender los pedidos que se registren por las aplicaciones web

Lunes a viernes de 4:00 pm a 11:00 pm

Sábados 4:00 pm a 2:00 am

Domingos: 4:00 pm a 9:00 pm

La maquinaria que vamos a utilizar para la producción de nuestros productos será:

- 1 nevera
- 1 balanza
- 2 medidores
- 4 vasos Mezcladores
- 1 mezclador general
- 2 Boston Shaker
- 2 Jigger
- 1 máquina de sellado

10.2 – ESTIMACIÓN DEL TAMAÑO OPTIMO

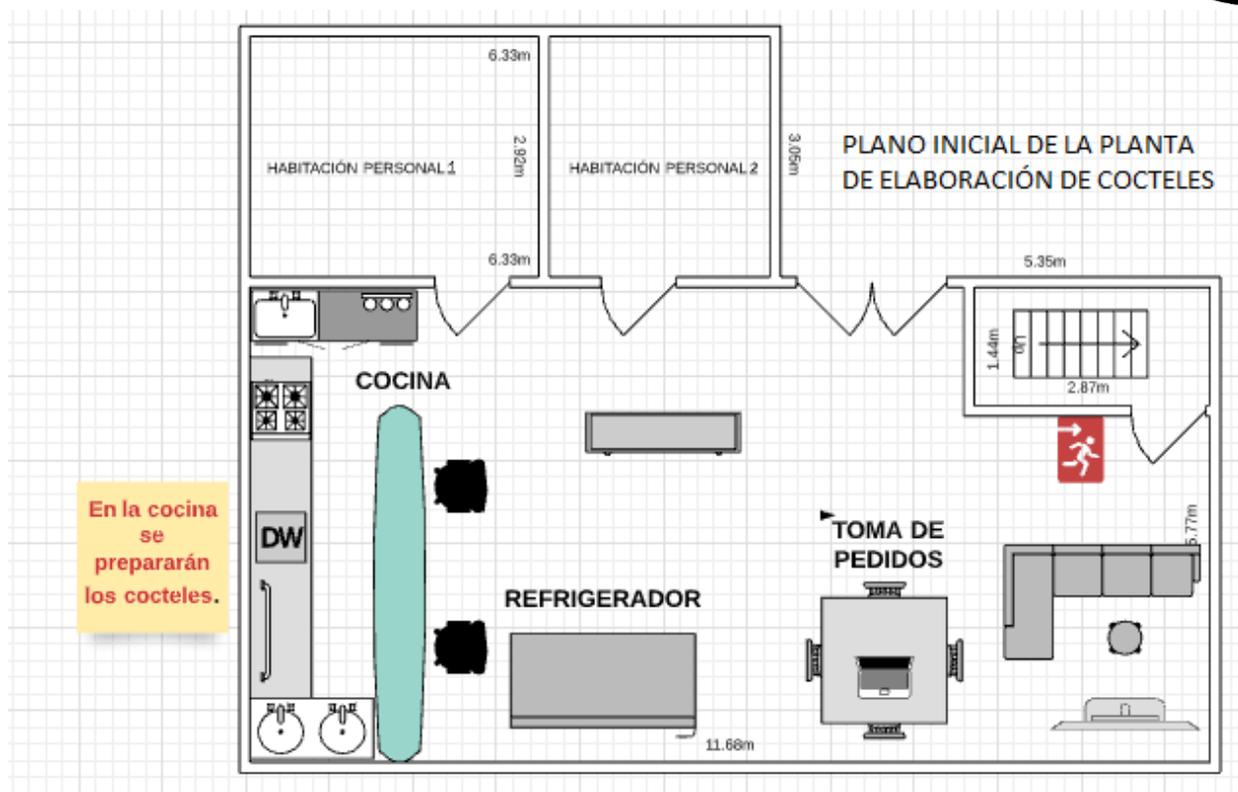
ESTIMACIÓN DEL TAMAÑO ÓPTIMO				
Requerimientos Técnicos				
Tipo de Activo	Descripción	Cantidad	Valor Unitario*	Requisitos técnicos**
Infraestructura – Adecuaciones	Cocina	1	\$ 8.000.000	- Instalaciones en condiciones óptimas. - Servicios Públicos básicos Agua y Luz
	Cuarto de Empaque	1	\$ 2.000.000	Habitación con mesas e Instalaciones para el empaque del producto final

Maquinaria y Equipo	Nevera	1	\$ 1.234.000	Congelador horizontal, con sistema de deshielo, temperatura ambiente de operación adecuada: de 16°C a 38°C. Temperatura Mínima de - 18°C.
	Balanza Electrónica	1	\$ 145.000	Capacidad máxima: 30 Kgrs. Función de suma acumulativa 8 memorias (M1-M8) Bandeja en acero inoxidable, medidas de la bandeja: 34 x 32,5 x 11,4 cm 5 dígitos para peso, precio y cantidad total. Cable de poder y baterías: 4V 4AH voltaje 110v / 60H
	Medidores	2	\$ 72.000	Fabricado de metal, acero inoxidable Forma de reloj de arena, son dos especies de conos unidos en sus vértices, esto hace que se pueda contar con dos medidores distintos en un solo elemento.
	Vasos Mezcladores	4	\$ 55.000	Fabricado en cristal endurecido. Altura: 19 Cms Diámetro: 11.5 Cms Capacidad: 950 MI
	Mezclador General	1	\$ 64.000	Fabricado en acero inoxidable capacidad 16 onzas, que contenga, agitador, mini colador y tapa.

	Boston Shaker	2	\$ 58.000	5 piezas en Acero Inoxidable Boston Shaker Vaso Acero 28oz Boston Glass Vidrio 12oz Colador Oruga o Gusanillo Cuchara Punta Roja
	Jigger	2	\$ 48.000	Onzas, mililitros y medidas en cucharas.
	Máquina de Selladora	1	\$ 950.000	Selladora tipo comercio para vasos de acción manual 110 V- 60Hz Sella vasos 14-16-22 oz (diámetro vaso debe ser 8.89 cm o 3.5 pulgadas) 370watts Pesa: 30 libras termostato que controla la temperatura 48 cm alto x 26. x 26
Equipo de comunicación y computación	Computador de mesa	1	\$ 1.500.000	Procesador Intel Pentium Silver Windows 10 Home 64 4 GB de SDRAM DDR4- 2400 (1 x 4 GB) Disco duro-SATA de 1 TB y 7200 rpm Gráficos Intel® UHD 605 5,85 kg Pantalla con retroiluminación WLED FHD VA ZBD
	Impresora	1	\$ 1.369.000	Impresión a laser, Monocromática, wifi, usb, todo tipo de papel, impresión rápida, capacidad de 900 hojas.
	Teléfono Inalámbrico	1	\$ 130.000	Inalámbrico, con altavoz, identificador de llamadas, batería de larga duración.
	Celular con aplicaciones web	1	\$ 700.000	Sistema operativo Android, con navegador, GPS, Wifi, Bluetooth, email, altavoz, marcación por voz, teclado touch, memoria

				interna y externa, red 4G, batería, Cámara.
Muebles y Enseres y otros	Silla de barra	2	\$ 500.000	Set de 2 sillas de bar giratorias hidráulicas, Material: de Cuero color negro, altura de 45 longitud de 20.
	Motocicleta	1	\$ 4.700.000	Modelo 2019 cc 110, 96 kg, para trabajo, 4 Tiempos SOHC, refrigerado por aire
Otros (incluido herramientas)	Vasos Desechables Tipo 7			Las que se requieran
	Tapas Desechables Tipo 7			Las que se requieran
Gastos pre-operativos	Constitución			
	Apertura			
	Registro			

10.3 PLANO PLANTA DE PRODUCCIÓN COCTEL BEACH



11 – ESTUDIO TÉCNICO II

¿Cuál es el proceso que se debe seguir para la producción del bien o prestación de servicios?

Nuestro proyecto de empresa es un producto – Coctel con o sin licor.

11.1 INGENIERÍA DEL PROYECTO - ESTADO INICIAL

-Insumos:

- Licor
- Frutas
- Helado
- Hielo
- Dulces

-Suministros:

- Kit Bartender Profesional
- Coctelera
- Boston Shaker
- Vaso mezclador
- Jigger
- Medidor

PROCESO TRANSFORMADOR

- **Proceso:** Todo el ciclo de mi producto, desde que adquiero mi materia prima lo uno con mi capital humano y para elaborar un producto.

PRODUCTO FINAL

- **Producto Final:** El resultado es mi producto, la creación de un coctel.

Elabore un cuadro para cada producto y desarrolle un flujograma

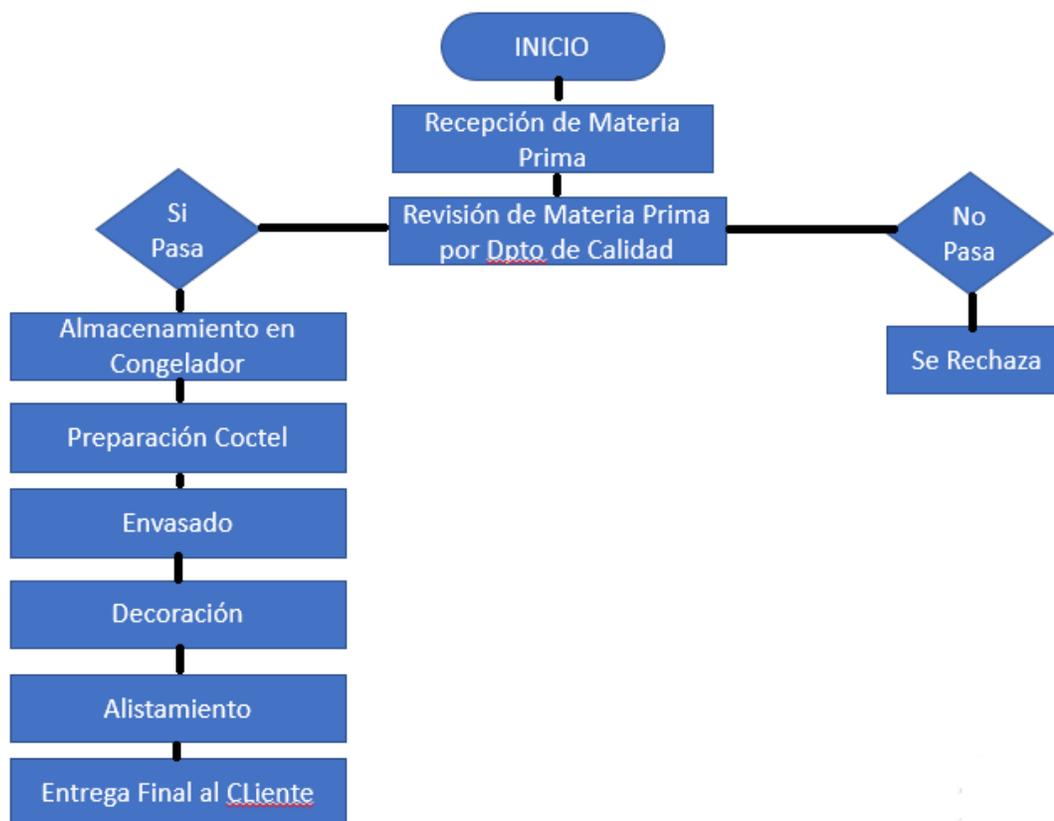
11.2 PRODUCTOS

Besito de Coco	
	Crema de Wisky
	café
	chocolate
	granizado

Hawái	
	Ron
	Piña
	Limón
	dulces
	frutas
	granizado

Atardecer	
	Tequila
	Naranja
	Cerezas
	Dulces
	granizado

11.3 FLUJOGRAMA



11.2 – CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

Venta de Cocteles con o sin Licor				
Unidades a Producir: una jornada de 8 horas (480 minutos) se están produciendo 384 cocteles por día.				
Actividad del Proceso	Tiempo Estimado de Realización (minutos/horas)	Cargos que participan en la actividad	Número de Personas que Intervienen por Cargo	Equipos y maquinaria que se utilizan. Capacidad de producción por maquina (cantidad de producto/ unidad de tiempo)
Actividad 1 Recepción de Materia Prima	180 Minutos / 3 Horas	Compras Logística Calidad	1 3 1	Nevera Balanza
Actividad 2 Almacenamiento	120 Minutos / 2 Horas	Logística Inventario	3 1	Nevera

Actividad 3 Preparación	5 minutos	Bartender	4	Medidor Vaso Mezclador Mezclador Boston Shaker Jigger
Actividad 4 Envasado	3 Minutos	Bartender	1	Bolsa Vaso en Vidrio coctelera
Actividad 5 Decoración	3 Minutos	Aux. Bartender	1	Insumos Varios
Actividad 6 Alistamiento	3 Minutos	Aux. Bartender	1	Sellado hermético, empaque, envoltura
Total	319 Minutos		15	

Coctel Beach se dedicada a la producción de cocteles nuestro horario de trabajo es de 4 de la tarde hasta media noche, dentro de nuestras herramientas técnicas operamos con 4 Bartender y nuestro tiempo de fabricación de un coctel es aproximadamente de 5 minutos.

Calculamos nuestra capacidad de producción por máquina (horas-máquina), y la cantidad de producto en unidad de tiempo.

1 hora= 60 minutos x 8 horas (operación): 480 minutos

Ahora multiplicamos los 480 minutos por los 4 bartender $480 * 4 = 1920$ minutos/máquina

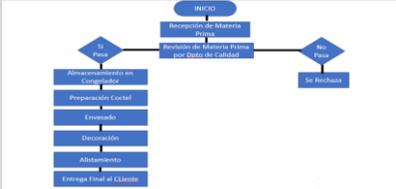
Para hallar nuestra capacidad de producción con un solo coctel (coctel/unidad de tiempo), tomamos el valor de los minutos máquina. (Resultado anterior):

1920 minutos/máquina y lo dividimos en el tiempo de preparación de un producto (5 minutos)

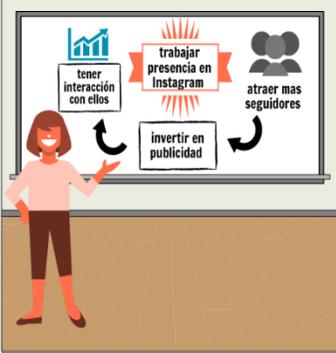
$$1920 / 5 = 384$$

En una jornada de 8 horas (480 minutos) se están produciendo 384 cocteles por día.

12. FICHA TECNICA

 COCTEL BEACH																																										
CODIGO	VERSIÓN	FECHA																																								
FICHA TECNICA DEL PRODUCTO																																										
A. NOMBRE DEL PRODUCTO																																										
COCTELES FRUTALES Y DULCES																																										
B. COMPOSICION DEL PRODUCTO EN ORDEN DECRECIENTE																																										
COCTEL BESITO DE COCO: Crema de wisky 2 oz, café, chocolate y hielo																																										
COCTEL HAWAI: Ron 2 oz, trozos de piña, sumo de limon 1 oz, gomas 5 de fiferentes sabores y fuguras, 1 colombina y hielo triturado																																										
COCTEL CHAMPETUA: Ron de coco 2 oz, vodka 2 oz, trozos de mango, trozos de fresas y hielo triturado																																										
COCTEL ATARDECER: Tequila 2 oz, sumo de naranja 1/2 oz, cerezas, gomas 4, 1 colombina y hielo triturado																																										
C. PRESENTACIONES COMERCIALES																																										
																																										
D. TIPO DE ENVASE																																										
Bolsa plastica																																										
																																										
E. MATERIAL DE ENVASE																																										
BOLSA PLASTICA BIODEGRADABLE: Están hechas a base de producto vegetales tales como aceite de maíz, soja o fécula de papa.																																										
F. CONDICIONES DE CONSERVACION																																										
Temperatura fria																																										
G. TIPO DE TRATAMIENTO (PROCESO DE ELABORACION)																																										
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Actividad del Proceso</th> <th>Tiempo Estimado de Realización (minutos/horas)</th> <th>Cargos que participan en la actividad</th> <th>Número de Personas que Intervienen por Cargo</th> <th>Fogajeros y maquinarias que se utilizan. Capacidad de producción por maquina (cantidad de productos/ unidad de tiempo)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Actividad 1 Recepción de Materia Prima</td> <td>180 Minutos / 3 Horas</td> <td>Compras Logística Calidad</td> <td>1 3 6</td> <td>Fogajeros y maquinarias que se utilizan. Capacidad de producción por maquina (cantidad de productos/ unidad de tiempo) Nevera Balanza Nevera</td> </tr> <tr> <td>Actividad 2 Almacenamiento</td> <td>120 Minutos / 2 Horas</td> <td>Logística Inventario</td> <td>3 4</td> <td>Nevera</td> </tr> <tr> <td>Actividad 3 Preparación</td> <td>5 minutos</td> <td>Barrender</td> <td>4</td> <td>Medidor, Vaso Mezclador, Mezclador Boston Shaker y Jigger.</td> </tr> <tr> <td>Actividad 4 Envasado</td> <td>3 Minutos</td> <td>Barrender</td> <td>1</td> <td>Bolsa y Vaso en Vidrio cocotera</td> </tr> <tr> <td>Actividad 5 Desconexión</td> <td>3 minutos</td> <td>Aux. Barrender</td> <td>1</td> <td>Insanos Varios</td> </tr> <tr> <td>Actividad 6 Alistamiento</td> <td>3 Minutos</td> <td>Aux. Barrender</td> <td>1</td> <td>Sellado hermético, empaque, envoltura</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>319 Minutos</td> <td></td> <td>15</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Actividad del Proceso	Tiempo Estimado de Realización (minutos/horas)	Cargos que participan en la actividad	Número de Personas que Intervienen por Cargo	Fogajeros y maquinarias que se utilizan. Capacidad de producción por maquina (cantidad de productos/ unidad de tiempo)	Actividad 1 Recepción de Materia Prima	180 Minutos / 3 Horas	Compras Logística Calidad	1 3 6	Fogajeros y maquinarias que se utilizan. Capacidad de producción por maquina (cantidad de productos/ unidad de tiempo) Nevera Balanza Nevera	Actividad 2 Almacenamiento	120 Minutos / 2 Horas	Logística Inventario	3 4	Nevera	Actividad 3 Preparación	5 minutos	Barrender	4	Medidor, Vaso Mezclador, Mezclador Boston Shaker y Jigger.	Actividad 4 Envasado	3 Minutos	Barrender	1	Bolsa y Vaso en Vidrio cocotera	Actividad 5 Desconexión	3 minutos	Aux. Barrender	1	Insanos Varios	Actividad 6 Alistamiento	3 Minutos	Aux. Barrender	1	Sellado hermético, empaque, envoltura	Total	319 Minutos		15			
Actividad del Proceso	Tiempo Estimado de Realización (minutos/horas)	Cargos que participan en la actividad	Número de Personas que Intervienen por Cargo	Fogajeros y maquinarias que se utilizan. Capacidad de producción por maquina (cantidad de productos/ unidad de tiempo)																																						
Actividad 1 Recepción de Materia Prima	180 Minutos / 3 Horas	Compras Logística Calidad	1 3 6	Fogajeros y maquinarias que se utilizan. Capacidad de producción por maquina (cantidad de productos/ unidad de tiempo) Nevera Balanza Nevera																																						
Actividad 2 Almacenamiento	120 Minutos / 2 Horas	Logística Inventario	3 4	Nevera																																						
Actividad 3 Preparación	5 minutos	Barrender	4	Medidor, Vaso Mezclador, Mezclador Boston Shaker y Jigger.																																						
Actividad 4 Envasado	3 Minutos	Barrender	1	Bolsa y Vaso en Vidrio cocotera																																						
Actividad 5 Desconexión	3 minutos	Aux. Barrender	1	Insanos Varios																																						
Actividad 6 Alistamiento	3 Minutos	Aux. Barrender	1	Sellado hermético, empaque, envoltura																																						
Total	319 Minutos		15																																							
H. VIDA UTIL ESTIMADA																																										
Para consumo en 24 horas																																										
I. PORCION RECOMENDADA																																										
Entre 3 o 4																																										
J. PERFIL DE QUIEN INTERVIENE EN EL PROCESO																																										
																																										
K. GRUPO POBLACIONAL																																										
Personas mayores de edad que quieran consumir una bebida diferente, innovadora, llamativa, pero sobre todo cargada de una rica y deliciosa mezcla de sabores																																										
Firma del responsable del producto:																																										
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; display: inline-block;">JEFE DE PRODUCCION</div>																																										
Nombre del Responsable del producto	CINDY EVELIN RODRIGUEZ	Firma:																																								
		EVELIN RODRIGUEZ																																								

13 – STORYBOARD

¿Que problema estas tratando de resolver?	¿Quién es tu público objetivo?	¿Cómo resolverás este problema?	Cuál es el primer paso?
			
<p>Quando creamos la estrategia publicitaria en redes sociales fijamos el pago de publicidad en facebook, pero en Instagram que es una lugar estratégico para vender de nuestro producto no lo hicimos.</p>	<p>Nuestro publico objetivo son en su mayoría jóvenes activos en redes sociales y socialmente, que consuman bebidas alcohólicas general u ocasionalmente y que podamos captar esos gustos mediante las redes sociales para ofrecerles nuestros productos.</p>	<p>lo que primero queremos hacer es atraer a nuestros clientes potenciales mediante Instagram que es un lugar estratégico donde se mueve a diario nuestro publico objetivo.</p>	<p>en primero lugar pagar en publicidad y una vez los posibles clientes lleguen a nosotros, interactuar con ellos para mantener contacto y saber que es lo que mas les gusta y no.</p>

Create your own at Storyboard That