LAKATI

COFFE

INEI

SECUNDARIA Y PREPARATORIA

ALUMNOS: Cecilia Gabriela Espinosa Acuña
Miguel Ángel López Perea
Sebastián Valenzuela Leyva
Ángel René Álvarez Rojano
Frida Karina Sarmiento García

GRADO: 4° Semestre, Preparatoria

MATERIA: Cultura Emprendedora

PROFESOR: Aispuro Ruíz Glendy Guadalupe

INSTITUCIÓN: Instituto de Negocios E Innovación

ÍNDICE

1. EMPRESA **6**
1.1 GIRO 6
1.2 MISIÓN 6
1.3 VISIÓN 6
1.5 VALORES: 6
2. OBJETIVOS EMPRESARIALES Y DEL PROYECTO **6**
2.1 EMPRESARIALES 6
2.2 DEL PROYECTO 6
3. PAISES A EXPORTAR **7**
3.1 MERCADO 7
4. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS **7**
4.1 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA 7
4.2 OBJETIVOS 7
4.3 MERCADO META 7
5. PRODUCTO **7**
5.1 SELECCIÓN DEL PRODUCTO 7
5.2 SLOGAN 7
5.3 ELABORACIÓN DE DISEÑO: LOGOTIPO, ETIQUETA, ENVASE, EMBALAJE (JUSTIFICAR) 8
Logotipo 8
Etiqueta 8
ENVASE Y EMPAQUE 9
EMBALAJE 9
5.4 Competencia 9
6. PLAN ESTRATÉGICO DE MERCADOTECNIA **9**
6.1 MATRIZ FODA 9
7. PRECIO **9**
7.1 PRECIO POR UNIDAD, UNIDADES A EXPORTAR Y GANANCIAS ESPERADAS 9
8. PLAZA **10**
8.1 CANAL DE DISTRIBUCIÓN 10
8.2 TIPO DE DISTRIBUCIÓN 10
8.3 PUNTO DE VENTA 10
10. TRANSPORTE Y FLETES **10**
9.1 TRANSPORTE 10
9.2 RUTA 10
10. PROMOCIÓN **10**
10.1 ESTRATEGIAS DE ENTRADA 10
10.2 DISEÑOS 10
10.3 MEDIOS 11

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación muestra el transcurso de un procedimiento de elaboración, desde la descripción detallada de la empresa, su estructura, valores y forma de actuar, así como la elección del producto que en éste caso es Lakati Cafe marca original.

Lakati Cafe, es una empresa 100% Guasavense que brinda delicioso cafe cold brew, elaborado con ingredientes de la mejor calidad y al mejor precio. Además, ofrece el mejor servicio de la ciudad ya que nos interesa que su experiencia de consumo sea agradable para que disfruten de su bebida día con día. Se espera que tenga un auge en la ciudad y que a las personas les llame la atención el producto, y a su vez quieran comprarlos.

LAKATI
COFFE

1. EMPRESA

1.1 GIRO

Café Lakati, es un producto 100% Mexicano, elaborado con granos de calidad, brindándole al cliente una experiencia satisfactoria, de la mejor calidad y al mejor precio.

1.2 MISIÓN

Ser el mejor café regional, 100% libre de colorantes, saborizantes y conservadores, ofreciendo buen precio y sabor para los consumidores.

1.3 VISIÓN

Ser el mejor café en el mercado de bebidas de Guasave en el 2025 siendo los mejores en relación precio-calidad del mercado.

1.5 VALORES:

- Respeto
- Honestidad
- Igualdad de género
- Buen Ambiente laboral
- Cuidado del medio ambiente
- Crecimiento económico
- Producción y consumo responsables
- Alianzas para lograr los objetivos

2. OBJETIVOS EMPRESARIALES Y DEL PROYECTO

2.1 EMPRESARIALES

Nuestro objetivo principal es convertirnos en una empresa con gran auge en el mercado regional, de manera que nuestros empleados se sientan satisfechos con los logros empresariales y de igual manera que el cliente esté satisfecho con el producto ofrecido.

2.2 DEL PROYECTO

- Convertirnos en una marca de café reconocida en el mercado de Guasave.
- Superar a la competencia actual en los campos de visibilidad y ventas dentro del mercado de Guasave.
- Imponer nuevas tendencias de consumo de un café novedoso, rentable y respetuoso con el medio ambiente.
- Contar con sucursales en diferentes ubicaciones a lo largo del municipio de Guasave, y más adelante por el estado de Sinaloa

3. PAISES A EXPORTAR

3.1 MERCADO

El segmento del mercado al que va dirigido Café Lakatí es el 100% de la población guasavense, ya que es ideal para todas aquellas personas que les guste consumir este tipo de bebida sin importar la estación en la que este, además de que café Lakatí cuenta con diferentes presentaciones, sin azúcar para las personas diabéticas y con leche deslactosada para las personas intolerantes a la lactosa. Esta empresa operará de manera híbrida, generando publicidad en redes sociales y brindando un servicio de visualización de los productos disponibles, así como venta y personalización de pedidos de manera presencial.

4. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Saber qué buscan las personas al momento de consumir, contar con detalles extras que otras empresas no tienen, como por ejemplo implementar un café sin azúcar.

Buscar una tendencia con el mercado que queramos para atraer a la nueva clientela.

4.1 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

Hay personas intolerantes a algunas sustancias que se le agregan al café comercial, nuestro café cuenta con variaciones para aquellas personas intolerantes a dichas sustancias.

4.2 OBJETIVOS

Superar competencias en el mercado de café de Guasave, presentando una bebida fría de calidad y fácil de llevar consigo en cualquier momento

4.3 MERCADO META

Nuestro mercado va dirigido entre adolescentes y adultos, calculando una edad mínima de 13 años

5. PRODUCTO

5.1 SELECCIÓN DEL PRODUCTO

Lakati café es una bebida helada que proporciona versatilidad y facilidad al consumidor, se presentará en unidades de 16oz, que contendrá agua, endulzante natural y concentrado de café; será envasado en botellas 100% biodegradables, que además contarán con una etiqueta con toda la información nutrimental requerida.

5.2 SLOGAN

Date un descanso bien cargado

5.3 ELABORACIÓN DE DISEÑO: LOGOTIPO, ETIQUETA, ENVASE, EMBALAJE (JUSTIFICAR)

Logotipo

Etiqueta

ENVASE Y EMPAQUE

El producto será envasado en botellas de 16oz de plástico 100% biodegradable, para que sea fácil y versátil de consumir, además de ser amigable con el ambiente

EMBALAJE

Los productos que se elaborarán se pondrán en jabas ya que son biodegradables y reciclables.

5.4 Competencia

Nuestra competencia son otros cafés que ya están familiarizados con el mercado, como lo son Mr. Coffee, Andatti o Caffenio; por esta razón buscamos destacar en nuestro sabor y presentación para poder competir como una nueva marca implementada en Guasave que no busca solo quedarse en un lugar sino avanzar más en las ventas.

6. PLAN ESTRATÉGICO DE MERCADOTECNIA

6.1 MATRIZ FODA

Fortalezas:

- Variaciones de presentaciones
- Producto poco común
- Libre de lactosa
- Sin azúcares artificales

Oportunidades:

- Producto popular
- Variedad de puntos de venta
- Abrir un nuevo mercado en la ciudad

Debilidades:

- Ser producto nuevo
- Poca experiencia en el mercado.

Amenazas:

- Variedad de competencia.

7. PRECIO

7.1 PRECIO POR UNIDAD, UNIDADES A EXPORTAR Y GANANCIAS ESPERADAS

8. PLAZA

8.1 CANAL DE DISTRIBUCIÓN

Canal a distribución ya que se tiene que repartir entre los consumidores

8.2 TIPO DE DISTRIBUCIÓN

Canal terrestre, ya que haremos las entregas mediante un automóvil u otro transporte, ya que serán entregas al local con el cual tengamos línea y también para los abarrotes distribuidores.

8.3 PUNTO DE VENTA

Los puntos de venta son la escuela, aunque a un futuro se puede llevar a los negocios locales como pueden ser panaderías, cenadurías, cafeterías, tiendas comunitarias, tiendas de conveniencia y también en diferentes abarrotes de Guasave que cuenten con refrigeración.

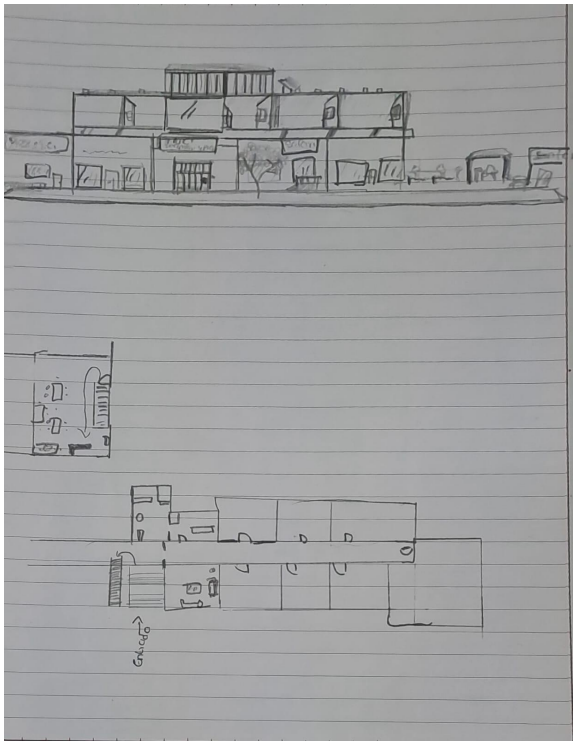
10. TRANSPORTE Y FLETES

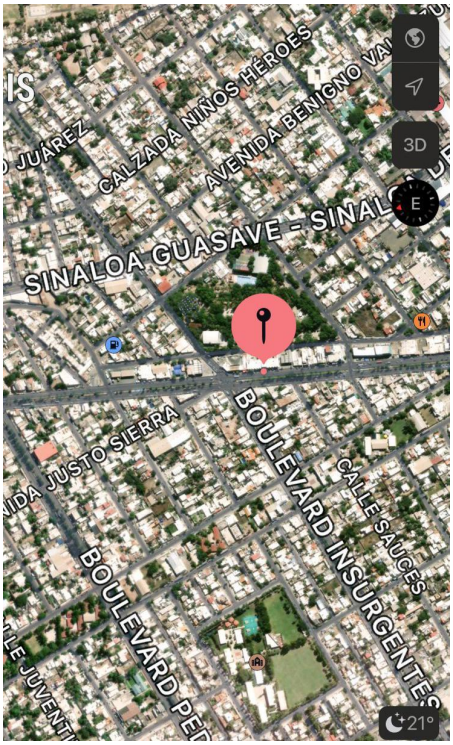
9.1 TRANSPORTE

El transporte del producto será mediante vía terrestre mediante un auto, donde se trasladara el café.

9.2 RUTA

Se utilizará como transporte un automóvil en el cual se llevará el café directamente al domicilio de la persona o al punto de venta.





10. PROMOCIÓN

10.1 ESTRATEGIAS DE ENTRADA

El producto será presentado a nuestro mercado guasavense por medio de redes sociales, promociones, muestras gratis y encuestas de entrada, dando a conocer un nuevo producto con diferente sabor y un precio más accesible.

10.2 DISEÑOS

La promoción del producto será mediante una exposición por redes sociales y físicamente donde le demos a conocer al público los beneficios de esta bebida, así como sus características.

Lakai Cafe hará publicidad mediante el medio más recurrido hoy en día, las cuales son las redes sociales, estaremos más activos por ahí, respondiendo preguntas o dudas que tengan nuestros clientes, además estaremos posteando nuestras promociones y Giveaways que tendremos. También estaremos dándonos a conocer por medio de volantes y carteles de publicidad por la ciudad, logrando así penetrar más rápidamente en la comunidad. Al personal, se les proporcionará un uniforme y accesorios de trabajo (guantes, gorra, cubre bocas), con los datos del negocio, con el fin de tener una mejor presentación además de servir como publicidad.

10.3 MEDIOS

La publicidad de nuestro producto se dará por medio de redes sociales, folletos, trípticos, y muestras gratis de producto.