

PAP

Proyecto de Aplicación profesional

APUESTA

Economía **solidaria** y trabajo **digno**

PAP 3J03 CEDECOM EMPRESAS SOCIALES

Fernando Axiel Pérez Vaca Lic. en Administración

Santiago Andujo Infante Lic. En Administración

Valentina Ghiraldelli Cardenas Lic. en Mercadotecnia

Tonatiuh Luna Aguirre Lic. en Finanzas

Yesenia Guadalupe Rodríguez Muñoz Lic. Diseñó de
indumentaria y moda

PAP PROGRAMA DESARROLLO DE ESTRATEGIAS COMERCIALES NACIONALES

**“Estrategia de ventas y comercialización de
Galletas bistro”**

06 de mayo de 2026

Mtro. y Asesores.



PRIMAVERA 2026

BISTRO ALCALDE

Café

FERNANDO PÉREZ
TONATIUH LUNA
SANTIAGO ANDUJO
VALENTINA GHIRALDELLI
YESI MUÑOZ

BISTRO ALCALDE

Café

INTRODUCCIÓN Y OBJETIVO

La organización busca ser una cafetería. Actualmente ofrece productos de repostería como galletas de naranja, nuez, café y avenaque, estos productos podrían servir para el futuro negocio.

El objetivo es apoyar a los emprendedores interesados en abrir una cafetería en los próximos años mediante la realización de un análisis que le permita identificar los elementos necesarios para iniciar este negocio.



INVESTIGACIÓN DE EJEMPLOS EN EL SECTOR

Se realizó una investigación de la competencia con el programa de MKT Compass y Google maps.

La investigación de mercado que se realizó fue de una distancia de 500 metros a la redonda.

Cafetería de cadena (1)

- Flor de córdoba

Cafetería especialidad (10)

- Delicoffee
- Cafetería open
- Cafetería garage
- Bonobo cafe
- Cafe finca riveroll
- Piloncillo cocina y cafe
- Louis cafe
- Cafe vallantel

Cafetería independiente (3)

- Flor y tierra
- Kafenio
- Vida verde

Cafetería restaurante (4)

- Restaurantes (Mexicana, Delisse GDL, club del bienestar, desayunos doña Feli)



IMAGENES DE MKT COMPASS

Imagen de 500 mtros a la redonda

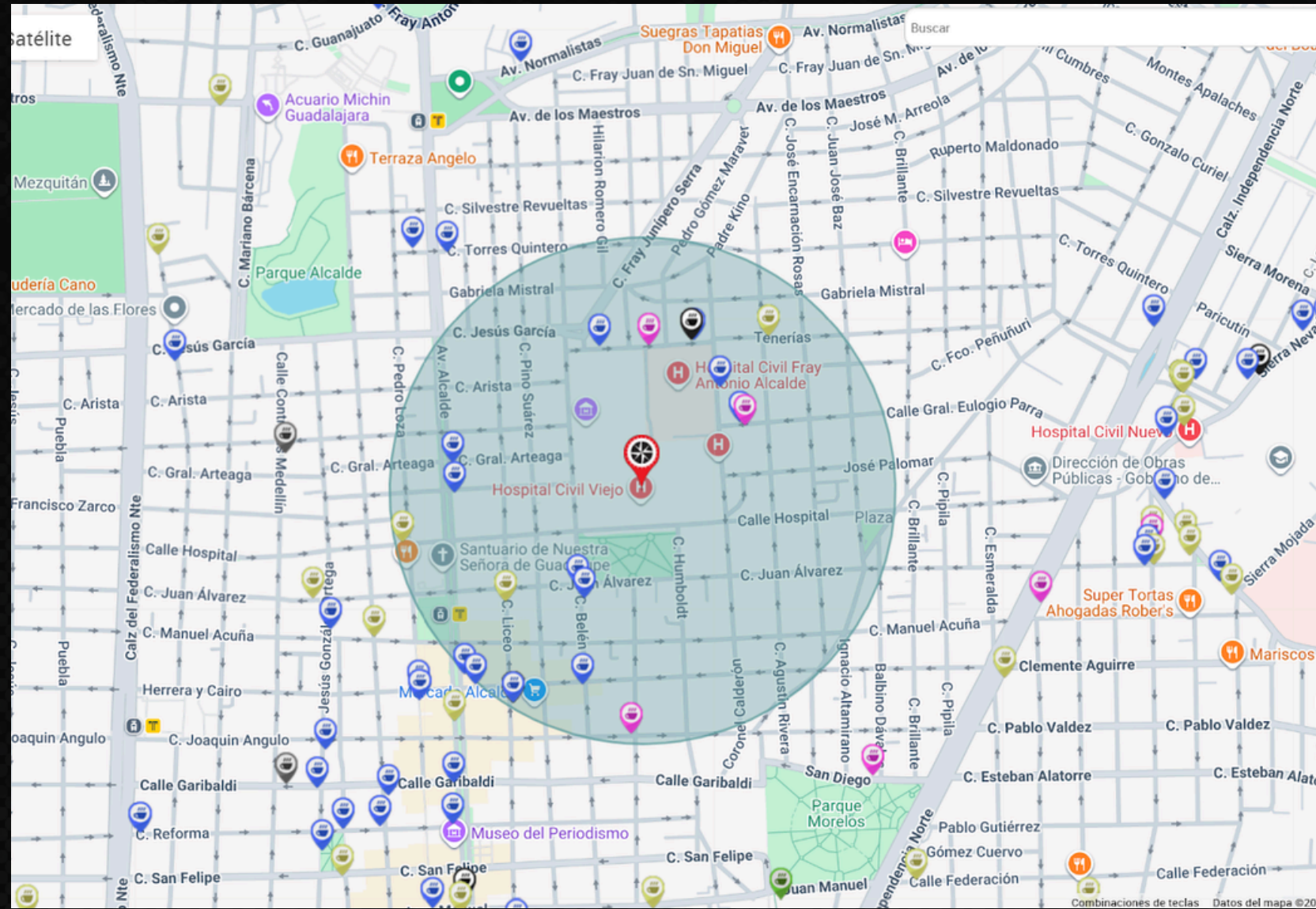
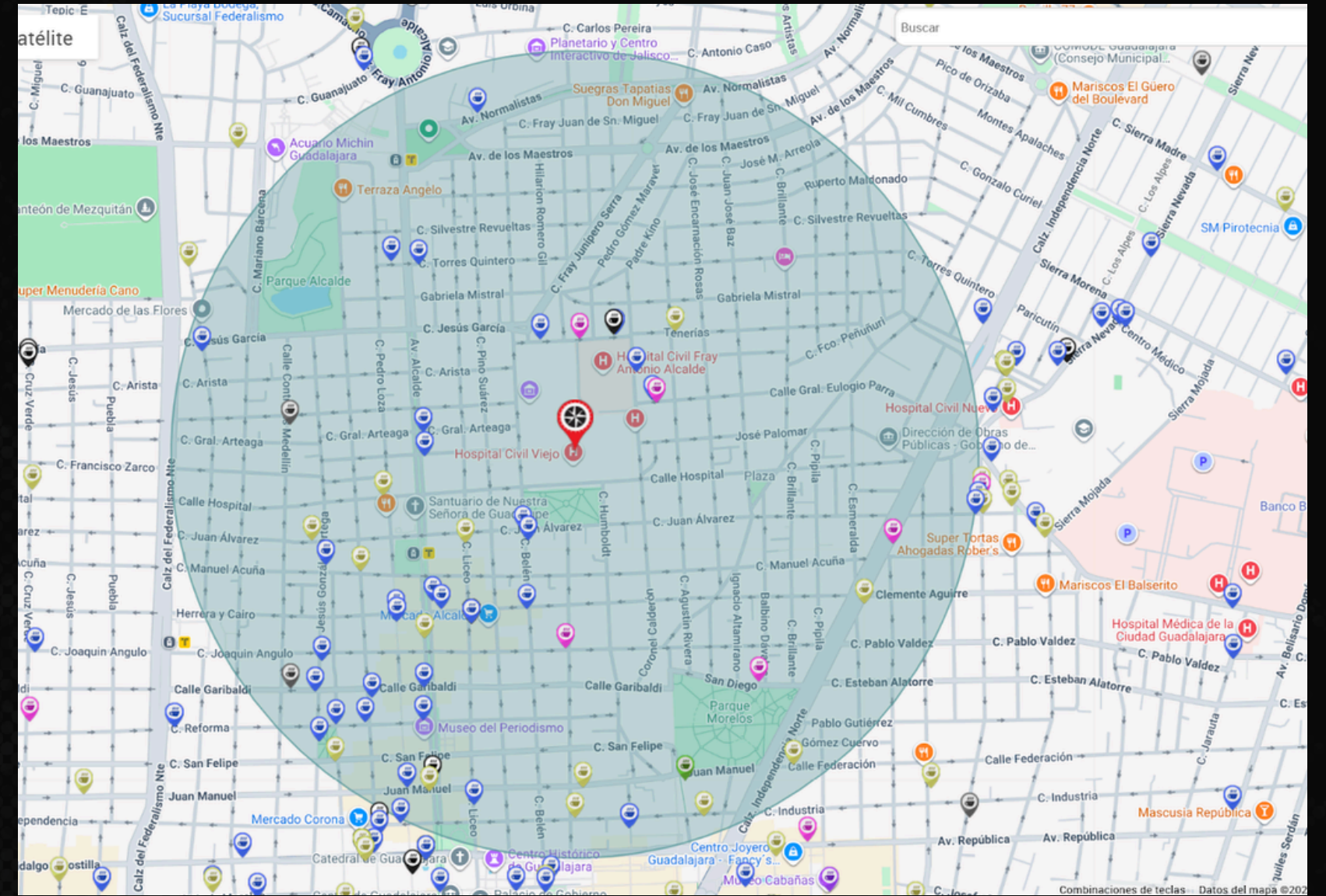


Imagen de 1 kilómetro a la redonda



IDENTIFICACIÓN DEL MERCADO META

El mercado meta del emprendimiento se concentra en la zona del Hospital Civil Viejo de Guadalajara, aprovechando el flujo constante de personas. Se enfoca principalmente en tres segmentos: estudiantes de medicina, que buscan un espacio cómodo para estudiar y convivir; personal de salud, que necesita opciones rápidas y accesibles durante sus descansos; y adultos mayores de la comunidad, para quienes se proponen actividades recreativas. En general, el negocio busca ofrecer un espacio funcional, accesible y de convivencia que se adapte a las necesidades de cada grupo.



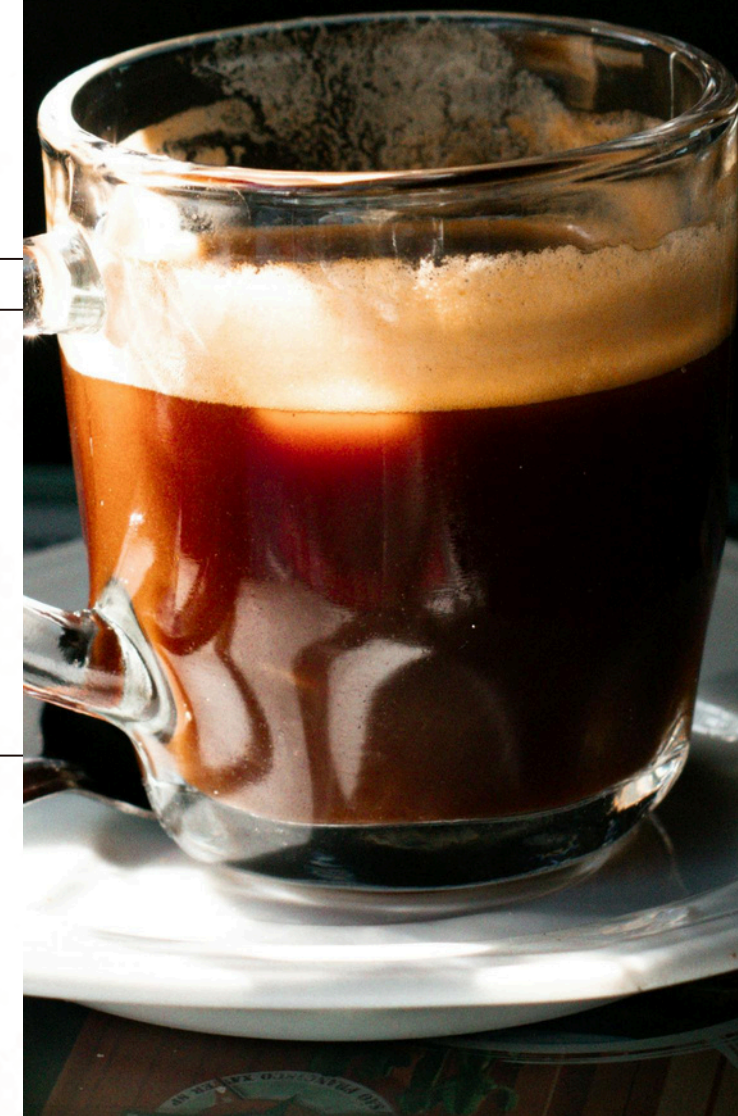
Estudiantes de medicina



Personal de salud



Adultos mayores



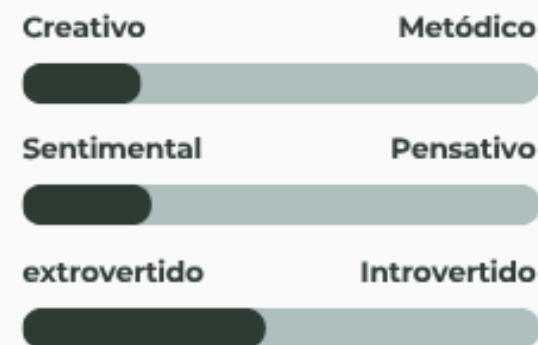
BUYER PERSONA



ALBA CASTRO

EDAD	26 años
SEXO	Mujer
PAÍS	México
EDUCACIÓN	Universidad
OCUPACIÓN	Estudiante de medicina
ESTADO CIVIL	Soltera

PERSONALIDAD



BIOGRAFÍA

Alba es estudiante de medicina y pasa la mayor parte de su tiempo entre clases, prácticas y estudio. Debido a la carga académica de su carrera, suele reunirse con sus compañeros para preparar exámenes, realizar trabajos en equipo o repasar temas importantes. Generalmente busca lugares tranquilos cerca del hospital o la universidad donde pueda estudiar, tomar café y comer algo ligero mientras trabaja. Valora mucho los espacios cómodos con internet donde pueda concentrarse y al mismo tiempo despejarse un poco del estrés académico.

MOTIVACIONES

- Tener un lugar tranquilo para estudiar
- Encontrar espacios para reunirse con compañeros
- Consumir café o snacks mientras estudia
- Reducir el estrés de la carrera

GUSTOS Y AFICIONES

- Estudiar con amigos
- Tomar café
- Escuchar música mientras estudia
- Ver series o películas en su tiempo libre
- Hacer ejercicio ocasionalmente

OBJETIVOS

- Terminar la carrera de medicina con buen desempeño
- Aprovechar mejor su tiempo de estudio
- Mantener un equilibrio entre estudio y descanso
- Encontrar lugares cómodos cerca del hospital para trabajar en equipo

HABILIDAD

Internet	★★★★★
Investigación/ análisis	★★★★★
Trabajo en equipo	★★★★★
Organización del tiempo	★★★★★

PROPUESTA DE VALOR

La propuesta combina café de especialidad y galletas artesanales con cubículos cerrados o semicerrados equipados con pizarrón, diseñados para el estudio colaborativo, tutorías y preparación de exámenes. A diferencia de otras cafeterías de la zona, ofrece un ambiente enfocado, con privacidad y aislamiento acústico parcial, integrando la comodidad de una cafetería con la funcionalidad de una sala de estudio universitaria.



COMPETIDORES DIRECTOS E INDIRECTOS

COMPETIDORES DIRECTOS (RANGO DE 1 KM A LA REDONDA)

Negocios que venden café de especialidad y compiten directamente por estudiantes y personal médico que buscan consumir, estudiar o descansar.

- 10 cafeterías de especialidad.

-Delicoffee

-Cafetería Open

-Cafetería Garage

- 3 Cafeterías independientes

-Flor y tierra

-Vida Verde

-Kafenio

- 1 Cafetería de cadena

-Flor de córdoba

- Cafetería adicional fuera del rango de 1km

-El terrible juan



COMPETIDORES DIRECTOS E INDIRECTOS

COMPETIDORES INDIRECTOS (RANGO DE 1 KM A LA REDONDA)

Son negocios donde el café no es el producto principal, pero sí ofrecen el servicio y compiten por el mismo espacio en la mente del consumidor o por su presupuesto de comida/bebida.

- 4 Cafetería restaurante

- Restaurante Mexicana
- Delisse GDL
- Club del Bienestar
- Desayunos Doña Feli

- Cafetería adicional fuera del rango de 1km

- Mind café



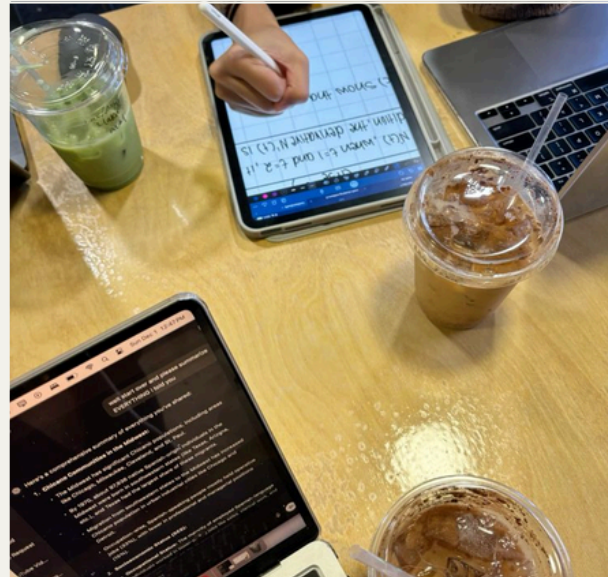
ANÁLISIS DE TENDENCIAS EN CAFETERÍAS Y COMERCIO DEL SECTOR

- **Tercer lugar:** Espacios para estudiar, trabajar y socializar
- **Consumo:** Café de especialidad + opciones saludables y personalizables
- **Digitalización:** Redes sociales, QR y pagos electrónicos
- **Productos clave:** Leches vegetales, snacks artesanales, bebidas alternativas
- **Experiencia:** WiFi, enchufes, diseño atractivo y comunidad
- **Servicio:** Rapidez, especialmente para personal de salud



IDENTIFICACIÓN DE HÁBITOS DE CONSUMO

Café del día



Estudiantes



Horarios de consumo

- Mañana (7:00 – 10:00 am): antes o entre clases
- Tarde (2:00 – 6:00 pm): después de clases o prácticas
- Noche (7:00 – 10:00 pm): sesiones de estudio



Presupuesto de consumo

- Ticket promedio estimado: \$50-\$ 120 MXN



Frecuencia de consumo

- De 3 a 5 veces por semana



Personal medico



Horarios de consumo

- Cambios de turno o descansos (6:00 – 9:00 am / 1:00 – 3:00 pm / 8:00 pm)



Presupuesto de consumo

- Ticket promedio estimado: \$70-\$ 150 MXN



Frecuencia de consumo

- De 2 a 4 veces por semana



Adultos mayores



Horarios de consumo

- Media mañana (10:00 am – 12:00 pm)
- Tardes (4:00 – 6:00 pm)



Presupuesto de consumo

- Ticket promedio estimado: \$60-\$ 100 MXN



Frecuencia de consumo

- De 1 a 3 veces por semana

PESTEL

ANÁLISIS DEL MACROENTORNO



POLÍTICO

- Regulaciones municipales para apertura de negocios (licencia de funcionamiento, uso de suelo).
- Supervisión sanitaria por parte de autoridades como COFEPRIS.
- Programas gubernamentales de apoyo a emprendedores y MiPyMES en México.
- Políticas locales que incentiven el consumo en negocios formales.

ECONÓMICO

- Inflación en México que impacta el costo de insumos (café, harina, azúcar).
- Poder adquisitivo limitado en estudiantes (segmento principal).
- Crecimiento del consumo de café fuera del hogar.
- Costos de renta en zonas cercanas a hospitales y zonas céntricas.

SOCIOCULTURAL

- Alta presencia de estudiantes de medicina con jornadas largas y necesidad de espacios de estudio
- Cultura creciente de consumo de café como parte de la rutina diaria.
- Tendencia a buscar espacios cómodos para trabajar, estudiar y socializar.
- Interés en actividades recreativas para adultos mayores (propuesta del negocio).

PESTEL

ANÁLISIS DEL MACROENTORNO



TECNOLÓGICO

- Uso de WiFi como factor clave de elección en cafeterías.
- Popularidad de herramientas digitales como Google Maps para descubrir negocios.
- Uso de redes sociales y WhatsApp Business para promoción y ventas (ya contemplado en el proyecto).
- Métodos de pago digitales (tarjetas, transferencias).

ECOLÓGICO

- Tendencia hacia el consumo responsable y reducción de plásticos.
- Preferencia por empaques biodegradables o reutilizables.
- Conciencia ambiental en consumidores jóvenes.

LEGAL

- Cumplimiento de normas sanitarias para manejo de alimentos.
- Registro del negocio ante autoridades fiscales (SAT).
- Regulaciones laborales si se contrata personal.
- Posibles permisos para venta de alimentos y bebidas.



ANÁLISIS E IDENTIFICACIÓN DE LAS OPORTUNIDADES Y AMENAZAS








Oportunidades

- 1. Mercado potencial cautivo y diverso gracias a su ubicación.
- 2. Concepto alineado a tendencias nacionales.
- 3. Baja presencia de cadenas en la zona
- 4. Demanda creciente de café de especialidad y opciones vegetales
- 5. Ticket promedio favorable (\$211.59)

Amenazas

- 1. Alta competencia en la zona
- 2. Falta de experiencia en el giro
- 3. Inflación en el precio del café (27%)
- 4. Incertidumbre financiera
- 5. Presión sobre los márgenes de rentabilidad

Business Model Canvas

<p>Socios Clave </p> <ul style="list-style-type: none"> • Proveedores de café • Proveedores de leche e insumos • Panaderías o reposteros • Servicios de mantenimiento de maquinaria 	<p>Actividades clave </p> <ul style="list-style-type: none"> • Preparación de bebidas y alimentos • Atención al cliente • Control de inventario • Gestión de redes sociales • Limpieza y mantenimiento del local • Capacitación de baristas 	<p>Propuesta de valor </p> <ul style="list-style-type: none"> • Café de calidad • Ambiente cómodo y estético • Espacio ideal para estudiar o trabajar • Experiencia agradable (música, atención, diseño) • Productos únicos (bebidas especiales/postres) 	<p>Relación con clientes </p> <ul style="list-style-type: none"> • Atención personalizada • Programa de lealtad (puntos/sellos) • Promociones y descuentos (combo estudiante, doctor) 	<p>Segmentos de clientes </p> <ul style="list-style-type: none"> • Estudiantes • Jóvenes profesionistas • Doctores • Familiares de pacientes • Grupos de amigos/parejas • Oficinas cercanas
<p>Estructura de costos </p> <ul style="list-style-type: none"> • Renta del local • Sueldos • Insumos (café, leche, comida) • Servicios (luz, agua, internet) • Marketing • Mantenimiento de equipo 		<p>Fuentes de ingreso </p> <ul style="list-style-type: none"> • Venta de bebidas • Venta de alimentos • Productos adicionales (grano, merch) • Eventos o renta de espacio 		



BRANDING

NAMING

ELECCIÓN DEL NOMBRE

PUNTO #1

LLUVIA DE IDEAS

Llevamos a cabo una dinámica de lluvia de ideas en conjunto con nuestro equipo y la maestra, esta actividad nos permitió proponer libremente diferentes opciones, considerando aspectos como la identidad de la marca, su propósito y el público al que va dirigido.

1

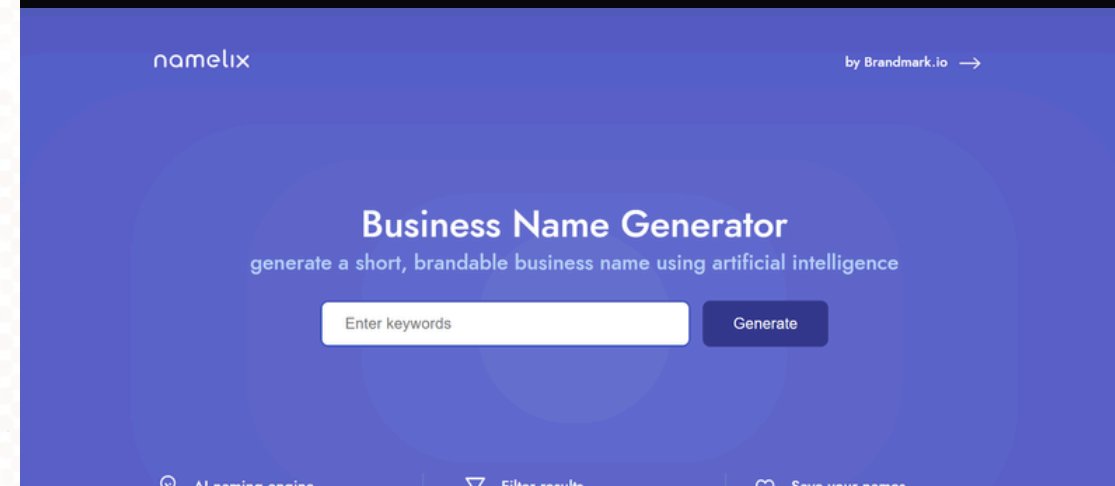


PUNTO #2

HERRAMIENTA DE APOYO

Utilizamos la aplicación Namelix como herramienta de apoyo, esta página web nos ayudó a explorar nuevas alternativas de nombres basadas en inteligencia artificial, tomando en cuenta las palabras clave que definían nuestro proyecto.

2

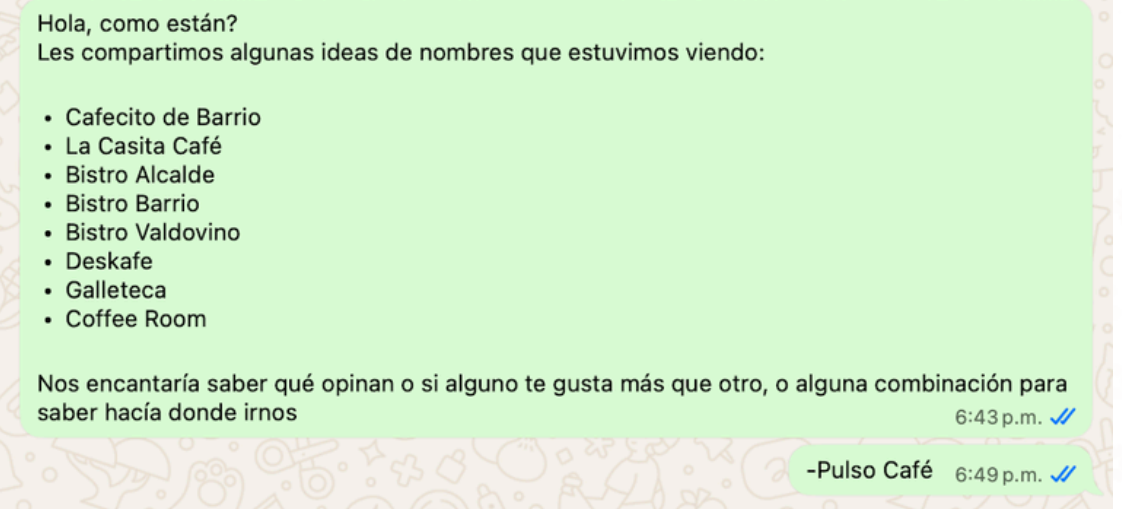


PUNTO #3

VIDEOS CORTOS

Al final seleccionamos algunos nombres con las palabras clave y que nos hicieron más sentido con la idea que tenemos de la cafetería y elegimos los más llamativos y mejor sonantes para nosotros.

3

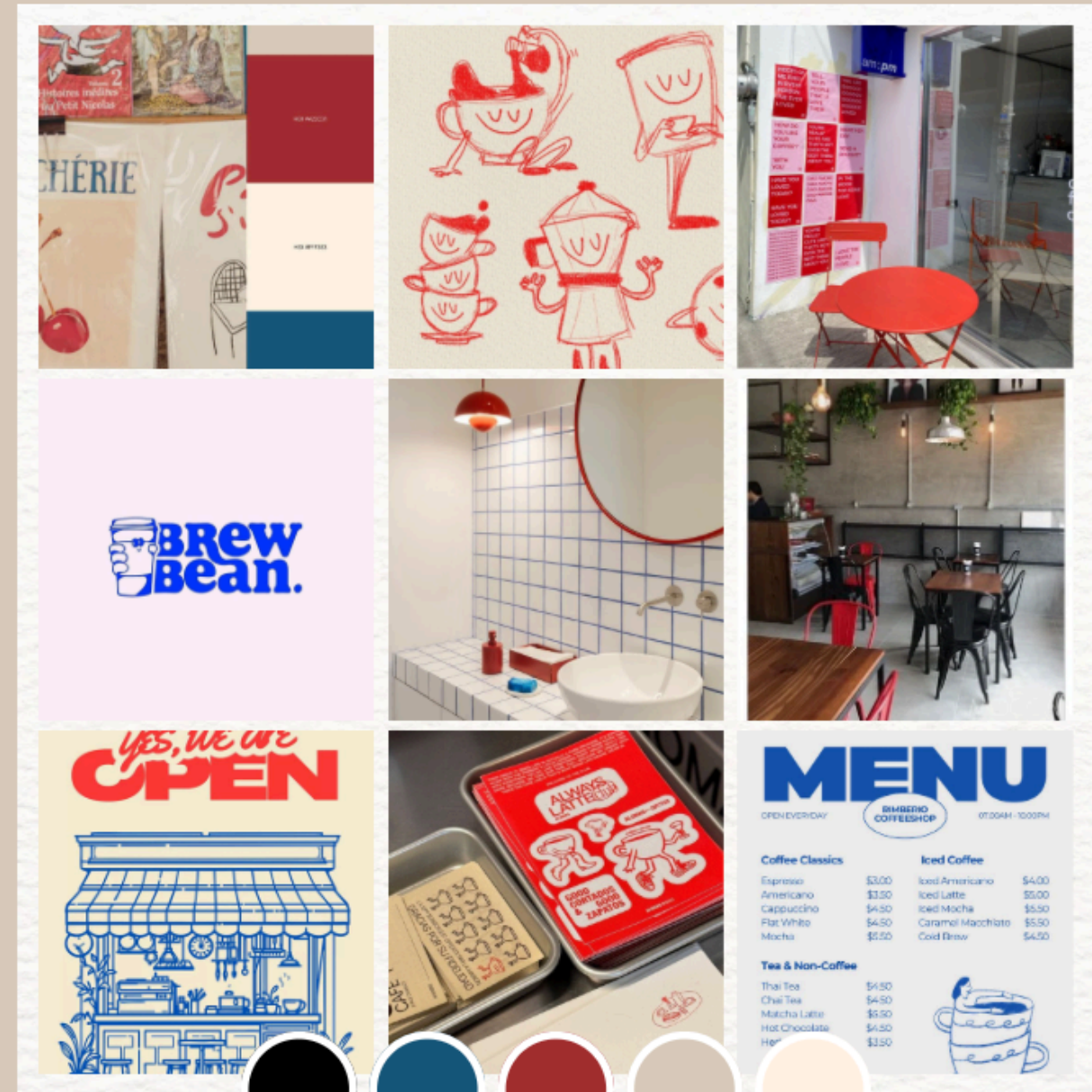


BISTRÓ ALCALDE CAFÉ



logo más simple (solo tipografía)
esa paleta de colores (colores cálidos)
vintage
diseño gráfico y del espacio más simple

Bistró Alcalde CAFÉ



logo más llamativo (isótopo o algún personaje)
esa paleta de colores (colores muy vivos)(bistro es una palabra en frances por eso esos colores d
inspiración ademas del significado de la palab
más a la "moda
diseño gráfico y del espacio más llamativo

MOODBOARD

PROYECCIÓN FINANCIERA

Estado de resultados				
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL
Ventas	\$ 6,339.65	\$ 6,740.00	\$ 7,155.00	\$ 7,595.00
Costo de ventas	\$ 1,617.74	\$ 1,719.20	\$ 1,823.08	\$ 1,935.25
Utilidad bruta	\$ 4,721.91	\$ 5,020.80	\$ 5,331.92	\$ 5,659.75
Gastos administrativos	\$ 3,725.00	\$ 3,725.00	\$ 3,725.00	\$ 3,725.00
Gastos de venta	\$ 996.91	\$ 996.91	\$ 996.91	\$ 996.91
Depreciación				
Gastos y/o productos financieros				
Total de gastos	\$ 4,721.91	\$ 4,721.91	\$ 4,721.91	\$ 4,721.91
Utilidad de operación	\$ -	\$ 298.89	\$ 610.01	\$ 937.84
Impuestos	\$ -	\$ 83.69	\$ 170.80	\$ 262.59
Utilidad después de impuestos	\$ -	\$ 215.20	\$ 439.21	\$ 675.24
Flujo de efectivo				
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL
Saldo inicial	\$ -	\$ -	\$ 4,937.11	\$ 10,098.23
Ingresos:				
Ventas o ingresos	\$ 6,339.65	\$ 6,740.00	\$ 7,155.00	\$ 7,595.00
Préstamos				
Total de ingresos	\$ 6,339.65	\$ 6,740.00	\$ 7,155.00	\$ 7,595.00
Egresos:				
Compras de insumos	\$ 1,617.74	\$ 1,719.20	\$ 1,823.08	\$ 1,935.25
Gastos administrativos	\$ 3,725.00			
Gastos de ventas	\$ 996.91			
Amortizaciones del crédito	\$ -			
Intereses del crédito	\$ -			
Impuestos	\$ -	\$ 83.69	\$ 170.80	\$ 262.59
Total de egresos	\$ 6,339.65	\$ 1,802.89	\$ 1,993.88	\$ 2,197.85
Flujo de efectivo	\$ -	\$ 4,937.11	\$ 10,098.23	\$ 15,495.38

LOCAL PARA LA CAFETERÍA

Local en renta

Renta \$25,000.00

Espacio 40 metros cuadrados

Cuenta con:

Aire acondicionado

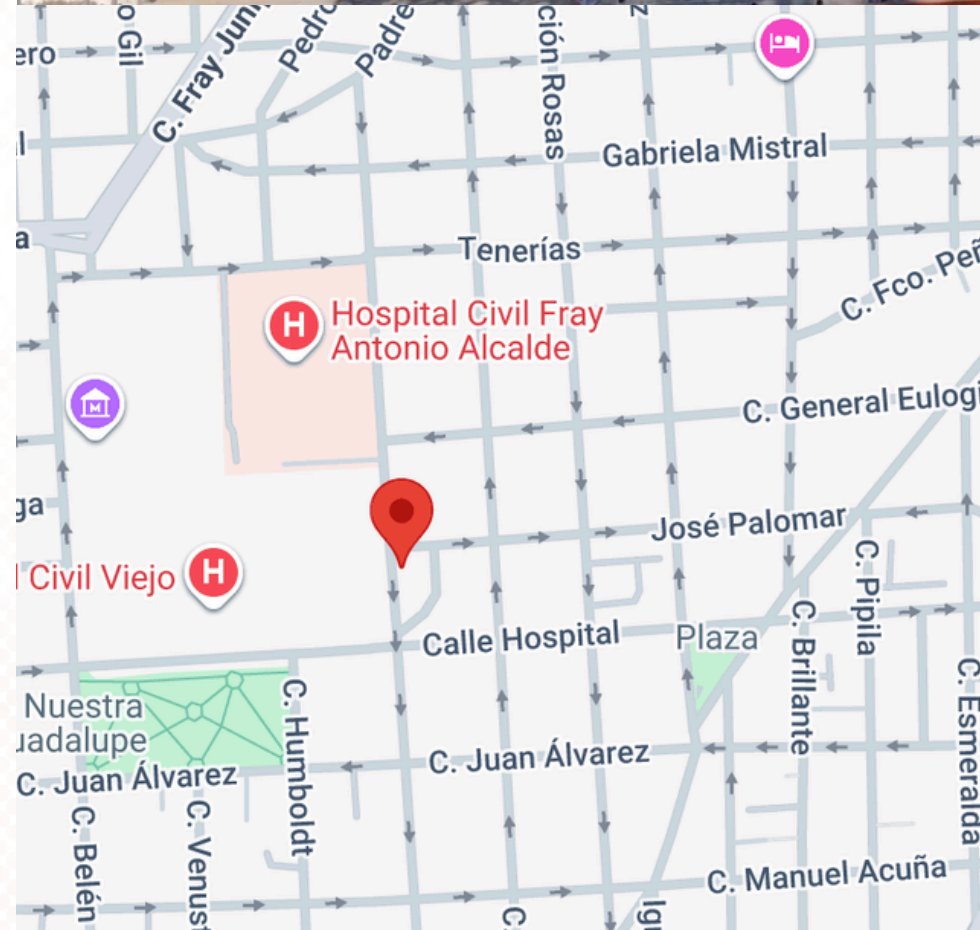
Pequeña bodega

Circuito cerrado

Aljibe

Bomba de agua

Cortina reforzada



VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL LOCAL

VENTAJAS

- Ubicación estratégica muy cerca del hospital civil fray antonio alcalde
- Alto tráfico peatonal
- Demanda de café por el hospital

DESVENTAJAS

- Se necesita vender mucho para ser viable (\$25,000 x 40m²)
- Posibles limitaciones operativas (gas)
- Competencia (oxxos, farmacias y cafeterías)

FUNCIONARÍA SI:

- Atiendes rápido
- Vendes en volumen
- Precios accesibles

NO FUNCIONARÍA SI:

- Cafetería de experiencia
- Si buscas poner precios altos



PRESUPUESTO PARA INICIAR

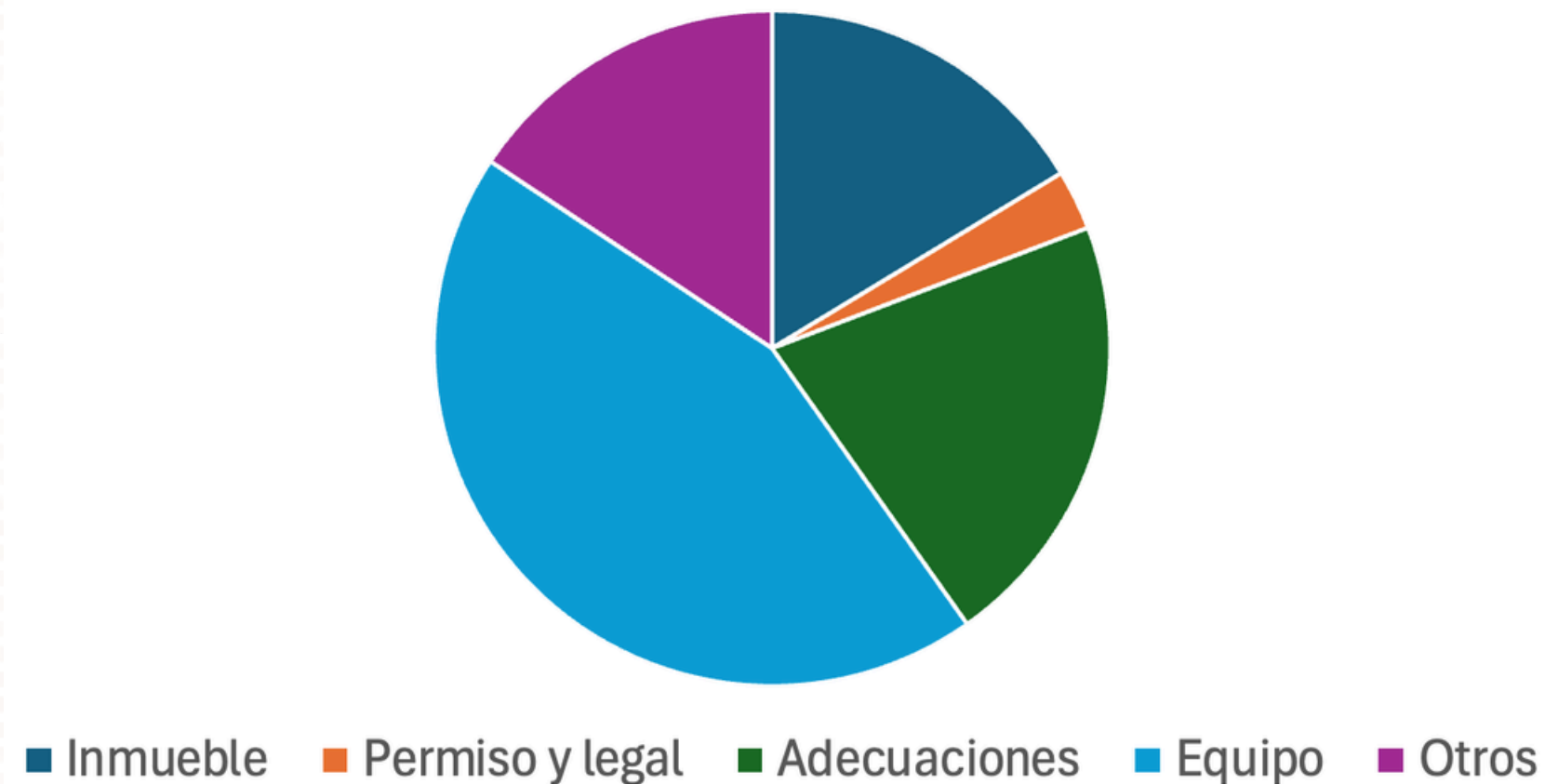
PRESUPUESTO GLOBAL

Categoría	Concepto	Costo promedio
Inmueble	Renta mensual	\$ 25,000.00
Inmueble	Depósito 2 meses	\$ 50,000.00
Permiso y legal	Licencia de anuncio / fachada	\$ 2,000.00
Permiso y legal	Protección civil (señalética, extintores, etc.)	\$ 8,000.00
Permiso y legal	Registro Marca IMPI	\$ 3,200.00
Adecuaciones	Proyecto arquitectónico	\$ 15,000.00
Adecuaciones	Barra, cubierta y carpintería fija	\$ 40,000.00
Adecuaciones	Aire acondicionado / ventilación	\$ 14,600.00
Adecuaciones	Iluminación funcional y decorativa	\$ 12,000.00
Adecuaciones	Rotulación exterior / letrero	\$ 15,000.00
Equipo	Cafetera Industrial Y Profesional Semiautomática De 2 Grupos Marca Cime	\$ 109,250.00
Equipo	Molino on demand cime	\$ 31,625.00
Equipo	Licuada Vitamix	\$ 6,000.00
Equipo	Refrigerador	\$ 25,590.00
Equipo	Vitrina torrey	\$ 20,300.00
Equipo	Báscula, utensilios, etc.	\$ 10,000.00
Mobiliario	Mesas y sillas	\$ 35,000.00
Materia prima inicial	Leche y bebidas vegetales, jarabes, salsas, chocolates, té, panadería, postres	\$ 20,000.00
Marketing	Anuncios, redes, apertura	\$ 12,000.00
Capital de trabajo	Fondo de caja, cambio	\$ 5,000.00
		\$ 459,565.00

PRESUPUESTO POR CATEGORÍAS

TOTALES		
Categoría	Monto	Ponderación
Inmueble	\$ 75,000.00	16%
Permiso y legal	\$ 13,200.00	3%
Adecuaciones	\$ 96,600.00	21%
Equipo	\$ 202,765.00	44%
Otros	\$ 72,000.00	16%
	\$ 459,565.00	100%

Inversión por categoría



CALCULADORA DE PRESUPUESTO FUTURO

FÓRMULA VALOR FUTURO	
Valor Presente	\$ 459,565.00
Inflación	3.69%
Fecha del presupuesto	28/04/26
Fecha posible de inicio	28/04/28
Valor Futuro	\$ 494,155.70

FÓRMULA VALOR FUTURO	
Valor Presente	\$ 459,565.00
Inflación	3.69%
Fecha del presupuesto	28/04/26
Fecha posible de inicio	28/04/28
Valor Futuro	=M4*(1+M5)^((M7-M6)/365)

INVESTIGACIÓN DE PERMISOS Y LICENCIAS:

- 1 Uso de suelo
- 2 Alta en el sat
- 3 Licencia de funcionamiento
- 4 Permisos complementarios

REQUISITOS SANITARIOS Y MUNICIPALES

- 1 Aviso y cumplimiento sanitario ante Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios (COFEPRIS)
- 2 Permiso de protección civil
- 3 Aviso de apertura



BISTRÓ
ALCALDE

NUESTRAS GALLETAS

NARANJA



\$25

NUEZ



\$25

AVENA



\$30

PASTISETAS



\$25

LINZEN



\$25

CAFÉ



\$25



CATÁLOGO DE PRODUCTOS GALLETAS

MANUAL DE WHATSAPP BUSINESS



GUÍA RÁPIDA WHATSAPP BUSINESS PARA EMPRENDEDORAS



Con WhatsApp Business puedes atraer clientes, vender más y brindar atención profesional desde tu celular.

¿POR QUÉ USAR WHATSAPP BUSINESS?

Combinar WhatsApp con tus anuncios te ayuda a llegar a tus próximos clientes potenciales y conectarte con ellos.

Más de **135 millones** de usuarios en todo el mundo envían un mensaje a una cuenta de WhatsApp Business cada día.

- Datos internos de Meta

CONECTA CON TUS CLIENTES EN TODO EL RECORRIDO



1 DARSE A CONOCER

Usa anuncios que lleven a los clientes a escribirte por WhatsApp.

¿Cómo hacerlo?

- Crea anuncios en la app de WhatsApp Business (fácil y rápido).
- O crea anuncios en el Administrador de anuncios de Meta (más opciones de segmentación).
- Elige el objetivo adecuado: clic a WhatsApp, ventas o generación de clientes potenciales.
- Usa imágenes atractivas, mensajes claros y un llamado a la acción (Ej.: "Escribenos ahora").
- Monitorea el rendimiento y optimiza tus campañas.

BENEFICIOS

- ✓ Consigues nuevos clientes.
- ✓ Más mensajes y oportunidades de venta.
- ✓ Conoces qué anuncios funcionan mejor.

(Ver págs. 6-40)

2 GENERAR CONFIANZA

Un perfil profesional genera credibilidad y seguridad en tus clientes.

¿Qué hacer?

- Completa tu perfil de WhatsApp Business con:**
 - Nombre de tu negocio
 - Descripción clara
 - Horarios
 - Dirección
 - Correo y sitio web
- Solicita Meta Verified para mostrar que tu negocio es auténtico (sello de verificación).

BENEFICIOS

- ✓ Más confianza.
- ✓ Los clientes te eligen sobre tu competencia.
- ✓ Tu negocio se ve más profesional.

(Ver págs. 42-47)

3 IMPULSAR LAS COMPRAS

Facilita el proceso de compra y organiza mejor tu negocio.

Herramientas clave

- Catálogo:** Muestra tus productos con fotos, precios y descripciones.
- Pagos:** Recibe pagos de forma segura dentro de WhatsApp.
- Etiquetas:** Organiza y da seguimiento a tus clientes y pedidos.
- Mensajes automáticos:** Envía mensajes de bienvenida y ausencia.
- Bandeja de entrada:** Gestiona todos tus chats en un solo lugar.
- Notas:** Guarda información importante de tus clientes.

BENEFICIOS

- ✓ Más ventas y pedidos.
- ✓ Mejor organización.
- ✓ Atención más rápida y profesional.

(Ver págs. 49-68)

4 LOGRAR CLIENTES A LARGO PLAZO

Mantén el contacto y crea relaciones duraderas.

Qué puedes hacer

- IA de empresa:** Responde preguntas frecuentes y agiliza la atención.
- Mensajes de marketing:** Comparte promociones, novedades y recordatorios (con permiso del cliente).
- Socios de mensajes comerciales de Meta:** Te ayudan a enviar mensajes de forma segura y escalable.

BENEFICIOS

- ✓ Clientes más fieles.
- ✓ Más compras repetidas.
- ✓ Relaciones a largo plazo con tus clientes.

(Ver págs. 70-80)

CONSEJOS PARA TENER ÉXITO



SÍ HAZ ESTO

- Responde rápido.
- Usa lenguaje amable.
- Ten fotos de calidad.
- Da precios claros.
- Da seguimiento a cada cliente.

EVITA ESTO

- Tardar horas en responder.
- Dejar clientes en visto.
- Información incompleta.
- Fotos malas.
- No cerrar ventas.

REFERENCIAS DEL DOCUMENTO

Si necesitas más información, puedes consultar directamente las secciones del manual original:

- Cómo crear anuncios en WhatsApp Business págs. 6-22
- Anuncios en el Administrador de anuncios de Meta págs. 10-15
- Prácticas recomendadas de campañas págs. 33-34
- Rendimiento y estadísticas págs. 35-37
- Perfil de WhatsApp Business págs. 42-44
- Meta Verified págs. 45-47
- Catálogo de WhatsApp Business págs. 49-51
- Pagos en WhatsApp págs. 52-55
- Etiquetas, mensajes, bandeja, notas págs. 56-68
- IA de empresa en WhatsApp págs. 70-73
- Mensajes de marketing págs. 74-77
- Socios de mensajes comerciales de Meta págs. 78-80

¿DÓNDE PUEDO ENCONTRAR MÁS AYUDA?

- Centro de ayuda para empresas de Meta**
<https://www.facebook.com/business/help>
- Meta Business Suite**
<https://business.facebook.com/>
- Centro de ayuda de WhatsApp**
<https://faq.whatsapp.com/>

¡Explora, practica y aprovecha todas las herramientas que WhatsApp Business tiene para hacer crecer tu negocio!



CONCLUSIONES

EL PROYECTO CUMPLIÓ CON SUS OBJETIVOS AL ENTREGAR UN ANÁLISIS DE MERCADO, PLAN FINANCIERO, PROPUESTA DE VALOR, REQUISITOS NORMATIVOS Y HERRAMIENTAS DE MARKETING. LA EMPRENDEDORA CUENTA AHORA CON INFORMACIÓN VALIOSA PARA TOMAR DECISIONES MÁS INFORMADAS SOBRE SU FUTURO NEGOCIO.

SIN EMBARGO, SURGIÓ UNA TENSIÓN ENTRE SU VISIÓN INICIAL Y LAS CONDICIONES REALES DEL MERCADO. LA ALTA COMPETENCIA, LOS BAJOS PRESUPUESTOS DE LOS ESTUDIANTES Y LA NECESIDAD DE ROTACIÓN RÁPIDA DE MESAS HACEN INVIABLE UN MODELO ENFOCADO EN ESTADÍAS LARGAS. PARA SER RENTABLE, LA CAFETERÍA NECESITA VENDER MUCHO Y RÁPIDO, NO FOMENTAR QUE LOS CLIENTES OCUPEN LAS MESAS POR HORAS CONSUMIENDO POCO.

RECOMENDACIONES

- Revisar el concepto del negocio. En lugar de enfocarse en espacios cerrados para estudiar, se sugiere orientar la cafetería hacia un modelo de servicio rápido con productos simples, combos accesibles y una operación ágil. Esto permitiría atender a más clientes en menos tiempo.
- Reconsiderar los horarios y la oferta. Dado que los estudiantes y el personal médico tienen horarios muy definidos, la cafetería podría operar solo en los turnos de mayor afluencia, ajustando su menú a lo que cada segmento necesita en cada momento del día.
- Ser realistas con el espacio físico. Si se decide abrir un local, este debe ser pequeño, funcional y con pocas mesas. Mejor aún, se puede empezar con un modelo de venta en un mercado o puesto semifijo para probar la aceptación sin comprometer una inversión alta en renta y acondicionamiento.

BISTRO CAFE

Cafe