



**Instituto  
Continental**

# **Plan de negocio**

## **Segunda parte**

### **Centro de Emprendimiento Continental**





# Propósito de la sesión

Determinar las metas y estrategias de ventas





# Estructura del plan de negocio





# Análisis de la competencia

Variables	Competidores	Competidor 1	Competidor 2	Competidor 3
Ubicación				
Horario de atención				
Producto(s)				
Precio				
Calidad del producto				
Publicidad				
Calidad del servicio				
Otros				





# Análisis de la competencia

Competidores Variables	Quiosco Don Lucho	La Sra. Mary	Cafetería El Bravo
Ubicación	Av. Real 102	Av. Giráldez 12	Calle Lima 250
Horario de atención	8:00am – 2:00pm de corrido	7:00am – 12:00m de corrido	8:00am. – 10:00pm.
Producto(s)	Maca, quinua, soya y leche. Pan con huevo, jamón, palta y camote.	Arroz chaufa, lomo saltado y ají de gallina en envases.	Café, chocolate, mates y leche. Pasteles, tortas, piononos, empanadas y panes.
Precio	Todos los productos a un sol	Todos los productos en dos presentaciones: pequeñas a 2.50 soles y medinas a 5.00 soles	Café, chocolate y leche a 4.50 soles, mates a 2.50 soles pasteles a 6.00 soles, empanadas a 3.00 soles y panes a 0.20 céntimos.
Higiene del producto	Poca higiene ya que se cobra con la misma mano que se despacha el producto	La señora se viste de blanco, siempre esta limpia y la atención es con guantes quirúrgicos.	Pésima higiene, las mesas sucias, el piso con residuos solidos, el baño deteriorado y un olor desagradable.
Publicidad	Boca a boca y directa (sólo en el punto de venta)	Boca a boca y directa (sólo en el punto de venta)	Volantes y redes sociales
Calidad del servicio	Muy amable y atento	Es rápido y amable	Sólo u personal que no se abastece para las tareas y el tiempo de espera es demasiado.



# Identificación del mercado

## Descripción del cliente

- Anotar todas las características de tu cliente (personas que te van a pagar por tu producto)

## Identificación del número de clientes

- Investigar, indagar cuantas personas con las características de tu cliente existen por donde se piensa vender

## Meta de ventas en la primera semana

- Después de tener la cantidad de personas con las características similares, define a cuantas personas le piensas vender y en productos cuanto representa dicha cantidad de personas.



# Identificación del mercado

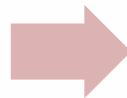
## Descripción del cliente

- Jóvenes estudiantes de colegios, institutos y academias que transitan por en centro de Huancayo muy temprano (7:00am) con poco tiempo disponible para comer.



## Identificación del número de clientes

- Según el INEI 2007 se cuenta con 12056 habitantes de los cuales según la Municipalidad de Huancayo por el centro de la ciudad transitan diariamente por las mañanas 12000 personas



## Meta de ventas en la primera semana

- Durante la primera semana atenderé a 150 personas



## Creación de la marca







# Creación de la marca





# Estrategias de ventas

	Semana 1	Semana 2	Semana 3
Tipo de venta			
Lugar de venta o recorrido de venta			
Horario de venta			
Publicidad			
Producto			
Precio			
Meta de venta			





# Estrategias de ventas

	Semana 1	Semana 2	Semana 3
<b>Tipo de venta</b>	Ambulante	Punto de venta fijo	Punto de venta fijo
<b>Lugar de venta o recorrido de venta</b>	Calle Arequipa, Av. La Breña, Calle Cuzco y Ayacucho	Esquina de la Av. Real y la Calle Ayacucho	Esquina de la Av. Real y la Calle Cuzco
<b>Horario de venta</b>	Desdelas 7:00am a 11:00am	6:30am. A 10:30am.	6:30am. A 10:30am.
<b>Publicidad</b>	Boca boca y directa	Boca boca y directa	Boca boca y directa
<b>Producto</b>	Sándwich y Avena entera	Sándwich y Avena entera	Sándwich y Avena entera
<b>Precio</b>	Sándwich: 2.00 soles Avena entera: 1.50 soles	Sándwich: 2.00 soles Avena entera: 1.50 soles	Sándwich: 2.00 soles Avena entera: 1.50 soles
<b>Meta de venta</b>	150 sándwich y 150 Avenas	80 sándwich y 80 Avenas	120 sándwich y 100 Avenas



**Centro de Emprendimiento Continental**

[ucontinental.edu.pe](http://ucontinental.edu.pe)