

I. Document Audience

Sabemos que éste primer paso es introductorio para poder realizar los 10 siguientes puntos a cubrir.

Entonces, nosotros aprovechamos el espacio para dar a conocer cual es nuestra empresa y los productos que contiene, para que así a partir del punto 2 al 11 se analicen los objetivos, segmento meta, riesgos, etc.

1. Nuestra historia

¿Qué es la Revancha del Jocho?

La Revancha del Jocho es una empresa mexicana que busca posicionar el hot dog estilo "norteño" como un productor novedoso, variado y nutritivo.

¿Por qué se llama la Revancha del Jocho?

Se llama la Revancha del Jocho porque nos interesa mostrar que el Hot dog también es un producto igual o más atractivo que los ya populares como los tacos, pizzas, hamburguesa, etc.

La palabra "Revancha" significa: Es la revancha ante todos los productos ya conocidos por los clientes. Nuestro producto es líder por los atributos únicos que tiene, gran tamaño, variedad, precio viable, así como nutritivo.

El término "Jocho" simboliza: De acuerdo al estudio de mercado que realizamos, nuestro público meta, los jóvenes entre 12 y 30 años de edad, nombran coloquialmente al hot dog como "Jocho".

Tenemos un nombre sencillo de pronunciar y recordar, amigable y divertido. Es entonces como se creo el nombre institucional. "La Revancha del Jocho".

¿Cómo y cuando nace la Revancha del Jocho?

La Revancha del Jocho nace cuando el fundador de la empresa, originario de la capital del país, Gerardo González Ocampo, degustó en el norte del país un hot dog diferente al que se conocía hasta ese entonces en el Distrito Federal, su lugar de origen.

El hot dog que probó era de un tamaño grande comparado con el que comía en su tierra natal; con un sabor diferente. Lo atrapó, se dio cuenta de lo atractivo, rico y con calidad de un producto inimaginable en la Ciudad de México.

Es entonces cuando decidió emprender con el hot dog estilo "norteño", y lo trajo al D.F. El fundador realizó una investigación selecta de que tipo de pan, salchicha, ingredientes y atributos en general, serían adecuados para innovar el fabuloso producto que conoció en el norte del país y no hacer una "mera" copia de el.

Buscó en más de 30 embudidoras la salchicha perfecta, recorrió más de 40 panaderías para encontrar el sabor, tamaño y consistencia perfecta. Fue una ardua labor, todos los panes eran muy pequeños, muy suaves o muy duros. Decidió crear la receta especial para así cubrir las necesidades que exigía el nuevo hot dog.

Pensó en los gustos variados que pueden tener los clientes, por lo que propuso ofrecer una barra de más de 15 ingredientes con todo tipo de sabores, salados, dulces, picantes, etc.

Después de un proceso cuidadoso de preparación del producto e imagen de la empresa; abrió por primera vez el 25 de agosto en la sucursal de Lomas Verdes.

Actualmente contamos con dos filiales, la primera ya mencionada, Lomas verdes (Universidad del Valla de México) y Lago de Guadalupe (Tecnológico de Monterrey Campus Ciudad de México). Además hemos tenido presencia en otros sectores de la Ciudad: Mundo E (Santa Mónica), Villa Coapa (Av. Tenorios), Serie Cart, y Eventos privados.

2. Descripción del producto.

Tamaño

El tamaño del hot dog es 27 cm de largo y 12 cm de ancho aproximadamente, puede ser más ancho si se le agregan todos los ingredientes ofrecidos, para acompañar.

Es notablemente más grande a cualquier hot dog comercial, lo que brinda la cantidad de alimento suficiente equivalente a una comida completa.

Ingredientes

Cuenta con más de 15 ingredientes, da versatilidad, individualidad porque permite al cliente prepare el alimento al gusto:

Lo sustancioso:

Tocino
Longaniza
Queso amarillo
Queso Oaxaca
Frijoles
ruffles

Verduras:

Piña
Pepinillos
Champiñones
Jitomate
Cebolla
Rajas
Lechuga

Aderezos:

Crema Chipotle
Guacamole
Catsup

Mostaza
Mayonesa
Salsa barbiquiu (Bb)
Salsa Valentina
Salsa morita
Salsa de ajonjolí
Salsa de Cacahuete
Crema con perejil
Curry
Frijoles

 Nutritivo


Es nutritivo, todos los ingredientes son de la más alta calidad. El pan con receta especial (dos variedades, el pan blanco y el de centeno (dietético)).

Nuestros proveedores son de marcas reconocidas por su alta calidad y servicio.

La variedad de proteínas con las carnes y leguminosa que se ofrecen, vitaminas con las verduras, entre otros.

 Novedoso

Es la primera vez en el mercado de alimentos, en donde el hot dog, exclusivamente presenta una gran variedad de ingredientes para añadir, con una receta de pan original y con la calidad del permitir al cliente que lo sazone al gusto.

 Precio viable

Nuestro segmento meta son jóvenes entre 12 y 30 años de edad, consideramos por lo investigado, que son un público que prefiere dividir su gasto en diferentes intereses, como escuela, diversión, libros, música, etc.; por lo que es necesario que encuentren alimentos (necesidad básica del ser humano) a un precio accesible, para que así puedan cubrir el resto de las necesidades y deseos que desean cubrir.

3. Menú

Básico

Alimento y Precio:	Ingredientes:	Cantidad a pedir:
--------------------	---------------	-------------------

Revancha uno	\$35	Cualquier jocho + papas o nachos + refresco (cualquiera)	
Revancha Cero Kcal	\$22	jocho ligh + boing o coca ligh	
Revancha Cuates	58	2 Cualquier jocho + papas o nachos + 2 refrescos (cualquiera)	

Alimento y Precio:	Ingredientes:	Cantidad a pedir:
--------------------	---------------	-------------------

Jocho Clásico	\$18	Jocho con todos los ingredientes	
Jocho Queso	\$20	Jocho con Queso Oaxaca derretido mas todos los ingredientes	
Jocho Light	\$16	Jocho con toda la verdura que quieras y condiméntalo al gusto.	
Jocho niño		Jochito con Rufles, doritos nachos, catsup, mostaza, mayonesa, jitomate	

4. Combos

*CONINUA SIGUIENTE PAGINA

Revancha niños	42	2 jocho niño + papas o nachos + 2 refrescos	
Revancha Familiar	\$82	3 Cualquier jocho + papas o nachos + 1 refresco grande (cualquiera)	
	\$110	4 Cualquier jocho + 2 papas o nachos + 1 refresco grande (cualquiera)	

\$130	0 5 Cualquier jocho + 2 papas o nachos + 1 refresco grande (cualquiera)	
\$150	0 6 Cualquier jocho + 2 papas o nachos + 1 refresco grande (cualquiera)	

*CONINÚA SIGUIENTE PÁGINA

5. Productos secundarios

Alimento y Precio:	Ingredientes:	Cantidad a pedir:
Revanca Papas \$10	Orden de papas con queso y aderezos	
Revanca nachos \$10 con queso	Orden de nachos y rajas	
\$15 con queso, rajas y carne		

Para tomar:	Cantidad a pedir:
Boing	
Refresco 600 ml	
Refresco lata	
Café	

FOTOGRAFIAS



JOCHO CLÁSICO



REVANCHA PAPAS

II. Image Análisis

1.- Nuestra imagen

🚩 Logotipo

Nuestro logotipo representa un hot dog alegre y retador, debido a la intención de mostrar la revancha ante las pizzas, tortas, tacos, etc.



🚩 Lema

“No andaba muerto, andaba de parranda” .
“El Jocho ha vuelto...a tomar su lugar” .

Son dos frases unidas, con la finalidad de expresar la cercanía que hay del hot dog con la sociedad y como ahora con nuestro producto puede tomar un lugar definido e importante en el mercado de comida.

🚩 Colores institucionales

Los colores institucionales fueron seleccionados con respecto a los colores naturales que tiene el hot dog:

Pan - amarillo (da alegría, los alimentos de color amarillo son muy buenos cuando hay dificultad de asimilación)

Café - salchicha (Calidez, tibieza)

Negro y blanco - por el contraste que tiene con el dibujo de nuestro hot dog “alegre”. (El color blanco es sobre todo el símbolo de la pureza, limpieza. El negro el poder, la elegancia, la formalidad)

III. Business Requirements

1.- Objetivos generales

- ✚ Promover el crecimiento de una compañía mexicana para así contribuir al fortalecimiento empresarial mexicano a nivel nacional e internacional.
- ✚ Crear fuentes de trabajo con la apertura de nuevas sucursales.

2.- Objetivos específicos

- ✚ Brindar a la gente un producto novedoso y nutritivo para jóvenes entre 13 y 30 años de edad.
- ✚ Ofrecer un producto atractivo por la variedad de ingredientes, el gran tamaño y accesibilidad del precio.

3.- Visión

La Revancha del Jocho tiene la visión de ofrecer una forma diferente de comer hot dogs, con la finalidad de crear sucursales para que todos los que deseen probarlo lo encuentren con facilidad.

4.-Misión

Nuestra empresa tiene la misión de impulsar el crecimiento de una empresa mexicana, con una fuerza de trabajo principalmente nacional, responsable, innovadora, comprometida a dar un beneficio a la sociedad de adquirir un productos de calidad.

5.- Valores

Compromiso
Buen servicio
Innovación
Responsabilidad

IV. Audiencia

Nuestro segmento meta son jóvenes de 12 a 30 años de edad, dividido de la siguiente manera:

- 12 - 14 años de edad
- 15 - 17 años de edad
- 18 - 21 años de edad
- 22 - 24 años de edad
- 25 - 27 años de edad
- 28 - 30 años de edad

STRATEGIES	TACTICS
-------------------	----------------

<p>Contratación de eventos a través de la promoción que se da con la página web.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Incurriremos en páginas web de posibles clientes que deseen contratar nuestros servicios y mandaremos e-mails todos los contactos que tenemos para dar a conocer la apertura de participación en eventos pequeños y grandes.
<p>Foro de discusión entre clientes para que se conozcan unos a otros.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Ofrecer un espacio donde se puedan contactar los clientes unos con otros. ✚ Espacio donde puedan publicar y compartir información oportuna

V. Bussines Oportunity

- ✚ Hacer negocios a través de Internet es un área que iniciaremos a trabajar en cuanto se finalice con el diseño de la página web.
- ✚ Es de nuestro interés adquirir eventos a través de la promoción que tengamos de nuestro sitio.
- ✚ Incurriremos en páginas web de posibles clientes que deseen contratar nuestros servicios y mandaremos e-mails todos los contactos que tenemos para dar a conocer la apertura de participación en eventos pequeños y grandes.

VI. Information Sources/Content

El público meta de nuestra empresa son jóvenes de 12 a 30 años de edad. El rango es extenso y hay gran diferencia de vida (gusto, aficiones, metas, etc.) en un niño de 12 años comparado con un adulto de 30. Es así como nos interesa tener una página de Internet que satisfaga lo concerniente a cada uno de las siguientes subdivisiones de rango de edad en nuestro público meta.

AUDIENCIA	CONTENT
12 - 14 años de edad	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Ofrecer una sección para preguntar a éste segmento si les gustaría tener una fiesta infantil organizada por nuestra empresa y como la desearían. En éste segmento también incluimos niños menos de 12 años. ✚ Mandar por e- mail mensualmente los eventos donde estaremos presentes ✚ Por e-mail comunicarles de los eventos en general infantiles o congruentes a su edad. ✚ Espacio donde puedan publicar y compartir información oportuna.
15 - 17 años de edad	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Nuestras sucursales se encuentran en preparatorias y universidades. Mostrar e invitarlos a cada una de las sucursales ✚ Por e-mail comunicarles de los eventos en general, congruentes a su edad. ✚ Mandar por e- mail mensualmente los eventos donde estaremos presentes ✚ Ofrecer un espacio donde se puedan contactar los clientes unos con otros. ✚ Espacio donde puedan publicar y compartir información oportuna
18 - 21 años de edad	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Nuestras sucursales se encuentran en preparatorias y universidades. Mostrar e invitarlos a cada una de las sucursales ✚ Por e-mail comunicarles de los eventos en general, congruentes a su edad. ✚ Mandar por e- mail mensualmente los eventos donde estaremos presentes ✚ Ofrecer un espacio donde se puedan contactar los clientes unos con otros ✚ Ofrecer una lista de antros e invitarlos

	<p>a la delicia que es comer un hot dog después del reventón.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Espacio donde puedan publicar y compartir información oportuna.
22 - 24 años de edad	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Nuestras sucursales se encuentran en preparatorias y universidades. Mostrar e invitarlos a cada una de las sucursales ✚ Por e-mail comunicarles de los eventos en general, congruentes a su edad. ✚ Mandar por e- mail mensualmente los eventos donde estaremos presentes ✚ Ofrecer un espacio donde se puedan contactar los clientes unos con otros ✚ Ofrecer una lista de antros e invitarlos a la delicia que es comer un hot dog después del reventón. ✚ Espacio donde puedan publicar y compartir información oportuna.
25 - 27 años de edad	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Por e-mail comunicarles de los eventos en general, congruentes a su edad. ✚ Mandar por e- mail mensualmente los eventos donde estaremos presentes. ✚ Ofrecer un espacio donde se puedan contactar los clientes unos con otros. ✚ Ofrecer una lista de antros e invitarlos a la delicia que es comer un hot dog después del reventón. ✚ Espacio donde puedan publicar y compartir información oportuna
28 - 30 años de edad	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Por e-mail comunicarles de los eventos en general, congruentes a su edad. ✚ Mandar por e- mail mensualmente los eventos donde estaremos presentes. ✚ Ofrecer un espacio donde se puedan contactar los clientes unos con otros. ✚ Ofrecer una lista de antros e invitarlos

	<p>a la delicia que es comer un hot dog después del reventón.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Espacio donde puedan publicar y compartir información oportuna
--	--

VII. Messages

AUDIENCIA	MESSAGE
12 - 14 años de edad	<ul style="list-style-type: none"> ✚ ¿Quieres divertirte de una manera diferente en tus fiestas? Nosotros organizamos todo por ti.
15 - 17 años de edad	<ul style="list-style-type: none"> ✚ ¿Quieres comer de una forma diferente? Acércate a nosotros, come sabroso. ✚ Dinos tus ideas, ¿Cómo quieres tu Jocho?
18 - 21 años de edad	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Quieres comer de una forma diferente? Acércate a nosotros, come sabroso. ✚ Dinos tus ideas, ¿Cómo quieres tu Jocho? ✚ El precio está a tú alcance.
22 - 24 años de edad	<ul style="list-style-type: none"> ✚ ¿Tienes hambre y quieres algo diferente después del antro? Visítanos.
25 - 27 años de edad	<ul style="list-style-type: none"> ✚ ¿Te gusta cuidar tu cuerpo y quiere comida con sabor? Ven con nosotros, te sorprenderá.
28 - 30 años de edad	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Invita a tus cuates, a tú familia y no te limites porque siempre de alcanzará.

VIII. Metrics for Success

CUALES	CUANTAS
Cuantos clientes entran a la página web por mes.	

Cuantos eventos hemos conseguido a través de la página web	
Cuantos e-mails recibimos por mes	

IX. Exclusions

IDEAS	SE FUERON POR:
Página más interactiva	Costo mayor al que se puede pagar por el momento.
Servicio a domicilio	Costo mayor al que se puede pagar por el momento.
No hemos contemplado eventos en provincia	No hemos realizado un contacto u estrategia para llegar a provincia.

X. Business Risk Analysis

- 🚧 Limitado plan de financiamiento, fuerza de trabajo y tiempo de realización de proyectos:
 - Actualmente tenemos un capital limitado para realizar todos los proyectos que tenemos, pero si tiene planteado un proyecto a largo de plazo para ir cubriendo los deseos de crecimiento de la empresa.
 - Tenemos pocos empleados por el momento acorde al ingreso que tenemos.
 - La realización de proyecto es crecimiento, al principio era mucho tiempo de elaboración y discusión y pocos resultados. Actualmente la suma de resultados va creciendo.

- 🚧 Muchas ambiciones y poca experiencia en el ámbito:
 - Tenemos muchas ideas, pero requerimos de dinero para realizarlas, por ello es mejor irnos por etapas de desarrollo de ambiciones.
 - No contamos con toda la experiencia, pero si somos cautelosos para realizar los proyectos.

XI. Contacts of Authority and Approval

1. Diseñador de página web

Actualmente contamos con dos tipos de diseñador:

- Diseñador gráfico: realiza la tarea de realizar los bosquejos de mantas, playeras, hojas de pagina web, iconos.
- Diseñador de página web: realiza la programación y mantenimiento de página web.

2. Proveedor de servicios de Internet

- Tenemos dos opciones. El costo es de \$500 pesos por año aproximadamente.

Fuentes de Consulta

Greg Sherwin. *The Internet Public Relations Plan*. March 9, 1998 — Version 1.0
greg@connectingonline.com
Connecting Online: Creating A Successful Image on the Internet
www.connectingonline.com

Contacto con la Empresa “La Revancha del Jocho”

Lic. Gerardo González Ocampo
Fundador

Lic. Víctor Moncayo Gómez
Socio

Lic. Luz Elena Moncayo Gómez
Socio

Contacto:

Lic. Gabriela Moncayo Gómez
Director General
Casa: 56 57 38 81
Celular: 55 14 79 23 43
Con Gabriela Moncayo Gómez
Correo electrónico: gabyamorunico@yahoo.com.mx

Lic. Daniel Granados Salazar
Gerente General

®Registro de Compañía Septiembre de 2004.