

ANEXO A – BUYER PERSONA

Mapa de empatía						
¿Quién?	¿Qué necesita hacer?	¿Qué ve?	¿Qué dice?	¿Qué hace?	¿Qué oye?	Piensa y siente
- Estudiantes Universitarios. - Jóvenes profesionales, entre los 22 a 35 años. - Adultos, mayores a 35 años. - Personas pensionadas / jubiladas. - Turistas extranjeros.	Demostrar las ventajas de consumir un café orgánico especial, y demostrar la diferenciación de nuestra marca con las demás por medio del neuromarketing del empaque y el impacto social realizado. Estar en tendencia con el mercado y buscan exclusividad. Son personas con conciencia.	Publicidades en redes sociales como Instagram, Facebook, TikTok, Blogs. recibiendo una constante retroalimentación y presencia por influencer, de todo tipo de público de edad.	Quiere mejorar la calidad de los productos que consume en su día a día, apoya el emprendimiento Colombiano, cree en la estructura social.	Estudiar, socializar con amigos y compartir sus experiencias en redes sociales.	Youtubers, Familiares, Amigos, Influencer, radios, tv	las personas de rango de edad de 19-38 años busca seguir tendencias, sin importar las nuevas maneras de generar marketing el más fuerte para un producto tradicional es el VOZ a VOZ

					
Cliente	Milena Morales / Presentadora de radio				
Variable socio demografica	Objetivo	Personalidad	Interes	Plataformas digitales	Que problemas se soluciono?
Persona profesional quien regula en la edad de 27-35 años de edad, Periodistas y Emprendedora	Apoyar el crecimiento de emprendimientos por medio de recomendaciones, por redes sociales y medio radial, busca cambiar y aumentar la calidad de los productos que consume	Alegre, Directa, Comprometida, Emprendedora, Social e Influyente	Viajar, los animales, vivir nuevas experiencias	Persona con alta presencia en redes sociales, y medios de comunicación	Satisfacer las necesidades de probar y vivir nuevas experiencias y poder generar un aporte a un proyecto social

ANEXO B – JOURNEY MAP INICIAL

CLIENTE		ATENCIÓN	DESCUBRIMIENTO	ATRACCIÓN	EVALUACIÓN	AVERIGUACIÓN	CONSIDERACIÓN	ACCIÓN	COMPRA	APOLOGÍA	REFERENCIA
ETAPA		Busca en Instagram emprendimientos colombianos, sociales, orgánicos, café especial	Filtra la búsqueda por #organico #colombia #bourbonosado #bombones #campesinos #artesanos	Manda un mensaje directo (Instagram) o directamente se comunica por vía WhatsApp	Pide fotos del producto, piden información más específica del producto	Pide información de tipo de tostión del café o procedencia del producto	registro invima	Bogota- Medellín café entrega inmediata / Bogota Medellín bombones un día de anticipación	En otro país si varía el tiempo de entrega y la cantidad	Pago en transferencia Bancolombia y Davivienda paypal	exposición por redes sociales por la calidad del producto
		cotiza directamente por redes sociales						otras ciudades 3 días hábiles			retroalimentación
POSITIVA	5			2		3					1
	4										2
	3										
	2										
	1										
NEGATIVA	-1										
	-2										
	-3										
	-4										
	-5										
PROCESOS INTERNOS		Capé coffee experience busca entender las necesidades de los clientes y se encuentra en proceso de producción de otras líneas de café para aumentar su portafolio de café, y poder tener más productos a la venta. Por otro lado su estrategia de mercado se apoya del crecimiento de influencers que ayuden a impulsar su marca, al aumentar la visibilidad de la marca									
DOLORES IDENTIFICADOS		La dificultad de conseguir motorizados responsables con los pedidos y tiempos, creación de la página web para mayor visibilidad en el mercado internacional, interacción con los seguidores									
OPORTUNIDADES DE MEJORA		creación de una estrategia más sólida de consolidar clientes por redes sociales.									

ANEXO C – MAPA EXPERIENCIA

Pre servicio	servicio				Post- Servicio
donde puedo encontrar a mis clientes o usuarios	Dibuje el recorrido de un usuario o cliente interactuando con su producto o servicio, para lograr cumplir la experiencia.				Como voy a medir la experiencia de mis clientes o usuarios
Ferias Nacional e Internacionales de emprendimientos, participacion cafeterias y cadenas de suministros organicas.	Busqueda de redes sociales, como Regalos, Organico, Bourbon rosado, Bombones, Cafe	Encontrar la variedad de productos en el mercado y escogernos por la elegancia y exclusividad que se transmite con la	El cliente revisa el perfil mirando , seguidores y comenatrios para obtener mayor seguridad a la hora de realizar una	tomar la decision y pregunta via Whatsapp o directo en el perfil	Por medio del contacto y el servicio personalizado que damos un control antes durante y despues de la venta.
	Como voy a lograr que mis clientes o usuarios conozcan mi producto o servicio	El cliente recibe el catalogo de productos, la informacion clara y consisa en una imagen	El cliente realiza su pedido con las indicaciones precisas del producto que desea	Cliente realiza el pago por su metodo bancario de elccion, se confrima dicho pago y se	Que puedo hacer para ayudar a que mis clientes o usuarios compartan su experiencia
Por medio de redes sociales y apoyo de los clientes y publicidad realizada por el servicio, y alianzas con otras marcas.	Experiencia				Satisfaccion
	El cliente agradece y valora la simplicidad del proceso de compra siendole mas facil la toma de decisiones, ya que encunetra respuesta inmediata				Producto de alta calidad, un recorrido completamente sensorial, conformes y satisfechos por la atencion y la
Expectativa					
que esperan mis clientes o usuarios poder hacer con mi producto o servicio					
Alta calidad - Exclusividad- Apoyo Social- Organico					

ANEXO D – FUNNEL COMERCIAL

As	Venta Soluciones	Que Acción Offline	Que Acción Online	Consumo Masivo
Atención Me Conoce	Generación Oportunidad	Asistencia de tutores y programas	Asesoría y propuestas	Conciencia
Atención Me Conoce	Calificación Prospecto	Contar con presencia en ferias y en	Investigar a mi posible	Interés
Atracción Le Gusto	Análisis Necesidad	Analizar los gustos y preferencias	Analizar a mi competencia y	Consideración
Averiguación Le Respondo	Selección Proveedor	Tener un objetivo claro y poder	Tener un objetivo claro y	Prueba
Acción Me Compra	Firma Contrato	Tener transparencia y muy claro los	poseer contratos rigidos en	Compra
Apología Me Recomienda	Recompra Contrato	Se aplica la estrategia de	Se aplica la estrategia de	Recompra

ANEXO E – REGISTRO ÚNICO TRIBUTARIO (RUT)

		Formulario del Registro Único Tributario Hoja Principal				001	
2. Convenio <input type="checkbox"/> 1. Inscripción Reporte reservado para la DIAN				4. Número de formulario 14640175089			
5. Número de identificación Tributaria (NIT)		6. DV		12. Dirección seccional (Impuestos de Ingresos)		14. Buzón electrónico	
IDENTIFICACION							
24. Tipo de contribuyente Persona natural o sucesión líquida		25. Tipo de documento Cédula de ciudadanía		26. Número de identificación 1032495710		27. Fecha expedición 20100115	
28. País COLOMBIA		29. Departamento BOGOTÁ D.C.		30. Subsector BOGOTÁ D.C.		31. Códigos 001	
32. Segundo apellido ROJAS		33. Primer nombre CARLOS		34. Otros nombres ANDRÉS			
35. Razón social		36. Nombre comercial		37. Sexo			
UBICACION							
38. País COLOMBIA		39. Departamento BOGOTÁ D.C.		40. Ciudad/Municipio BOGOTÁ D.C.		41. Dirección principal CL 57 B 45-44	
42. Correo electrónico servilegal-lda@hotmail.com		43. Código postal		44. Teléfono 1		45. Teléfono 2	
CLASIFICACION							
46. Código 5010		47. Fecha inicio actividad 20100812		48. Código 5612		49. Fecha inicio actividad 20100812	
50. Código 1		51. Código 2		52. Número establecimiento			
DECLARACIONES, CALIDADES Y ATRIBUCIONES							
53. Código 4950		54. Código 1		55. Código 1		56. Código 1	
Obligados aduaneros							
57. Código 11		58. Código 12		59. Código 13		60. Código 14	
Exportadores							
61. Forma <input type="checkbox"/>		62. Tipo <input type="checkbox"/>		63. Servicio 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/>		64. Número 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/>	
IMPORTANTE: Sin perjuicio de las actualizaciones a que haya lugar, la inscripción en el Registro Único Tributario RUT, tendrá vigencia indefinida y en consecuencia no se exigirá su renovación.							
59. Anexos SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>				60. No. de Folios		61. Fecha	
La información suministrada a través del formulario oficial de inscripción, actualización, suspensión y extinción del Registro Único Tributario (RUT), deberá ser veraz y emitida en caso de constar necesidad en alguno de los datos suministrados se abilitarán los procedimientos administrativos sancionatorios a los interesados, según el caso.				Sin perjuicio de las verificaciones que la DIAN realice.			
Firma del declarante: Carlos Pérez				Firma autorizada: 			
Parágrafo del artículo 14.1.2.20 del Decreto 1025 de 2016				Fecha de generación del documento: 27-08-2019 04:47:40PM			

ANEXO F – CÁMARA DE COMERCIO

CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA
 SEDE VIRTUAL
CÓDIGO VERIFICACIÓN: C19005545C1F86
 27 DE OCTUBRE DE 2019 HORA 13:35:37
 AC19005545 PÁGINA: 1 DE 1

ESTE CERTIFICADO FUE GENERADO ELECTRÓNICAMENTE Y CUENTA CON UN CÓDIGO DE VERIFICACIÓN QUE LE PERMITE SER VALIDADO SOLO UNA VEZ, INGRESANDO A WWW.CCB.ORG.CO

RECUERDE QUE ESTE CERTIFICADO LO PUEDE ADQUIRIR DESDE SU CASA U OFICINA DE FORMA FÁCIL, RÁPIDA Y SEGURA EN WWW.CCB.ORG.CO

PARA SU SEGURIDAD DEBE VERIFICAR LA VALIDEZ Y AUTENTICIDAD DE ESTE CERTIFICADO SIN COSTO ALGUNO DE FORMA FÁCIL, RÁPIDA Y SEGURA EN WWW.CCB.ORG.CO/CERTIFICADOS/ELECTRONICOS/

CERTIFICADO DE MATRICULA DE PERSONA NATURAL
 LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ, CON FUNDAMENTO EN LAS MATRICULAS E INSCRIPCIONES DEL REGISTRO MERCANTIL
 CERTIFICA:

NOMBRE : PEREZ ROJAS CARLOS ANDRES
 C.C. : 1032495710
 N.I.T. : 1032495710-2 ADMINISTRACION : DIRECCION SECCIONAL DE IMPUESTOS DE BOGOTÁ

CERTIFICA:
 MATRICULA NO : 03170817 DEL 24 DE SEPTIEMBRE DE 2019
 DIRECCION DE NOTIFICACION JUDICIAL : CALLE 57 B # 45- 44
 MUNICIPIO : BOGOTÁ D.C.
 EMAIL NOTIFICACION JUDICIAL : CARLOSANDRESPEREZROJAS98@GMAIL.COM
 DIRECCION COMERCIAL : CL 57 B 45 44
 MUNICIPIO : BOGOTÁ D.C.
 EMAIL COMERCIAL: SERVILEGAL-LTDA@HOTMAIL.COM

CERTIFICA:
 RENOVACION DE LA MATRICULA : 24 DE SEPTIEMBRE DE 2019
 ULTIMO AÑO RENOVADO: 2019
 ACTIVO TOTAL REPORTADO: \$5,000,000

CERTIFICA:
 ACTIVIDAD ECONOMICA : 6810 ACTIVIDADES INMOBILIARIAS REALIZADAS CON BIENES PROPIOS O ARRENDADOS. 5613 EXPENDIO DE COMIDAS PREPARADAS EN CAFETERÍAS.

CERTIFICA:
 LA INFORMACION ANTERIOR HA SIDO TOMADA DIRECTAMENTE DEL FORMULARIO DE MATRICULA DILIGENCIADO POR EL COMERCIANTE.


DE CONFORMIDAD CON LO ESTABLECIDO EN EL CODIGO DE PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO Y DE LO CONTENIDOS Y DE LA LEY 962 DE 2005, LOS ACTOS

ANEXO G – REGISTRO INVIMA

Superintendencia de Industria y Comercio de Colombia (SIC) - Reporte detallado de solicitudes
Fecha y hora: 27 oct 2019 12:16:36 p.m.

Número de solicitud: [SD2019/0091486](#)
Referencia de solicitante: **Fecha de presentación:** 27 oct 2019
Estado de la solicitud: Bajo Examen Formal
Tipo de Signo: Marca
Naturaleza del Signo: Mixta **Bajo oposición:** No
Nombre del Signo: CAPÉ coffee experience
Condiciones, explicaciones, memorandos, transliteración, traducción al español:
- CAPÉ Coffee experience
- CAPÉ experiencia de cafe

Imágenes y códigos de clasificación de Viena:

Imagen	Códigos de clasificación de Viena
	

Versión de la Clasificación de Niza: 11

Clase y descripción de productos y/o servicios:

Clase	Descripciones de los Productos y Servicios
43	Servicios de cafeterías; servicios de cafeterías de autoservicio; servicios de cafeterías y comedores; servicios de cafeterías y restaurantes; servicios de cafés y cafeterías; servicios de cafés, cafeterías y restaurantes; servicios de cafés-restaurantes y cafeterías; suministro de comidas y bebidas en cafeterías de comidas rápidas.

Prioridad : No

Solicitante(s) :

carlos andres Perez rojas Dirección Física : calle 57b# 45-44, BOGOTÁ, D.C., CO

Datos de contacto : carlos andres Perez rojas , calle 57b# 45-44, BOGOTÁ, D.C., CO

Solicitudes vinculadas: Ninguna