



Complace tus gustos sin hacerte daño.

Restaurante punto saludable.

Venta de comida rápida saludable.

POR: ANDREA CASTRO VILLALOBOS, DIEGO NUÑEZ PABON Y NEIDER BARROS

CAMPO

TABLA DE CONTENIDO

- 1. Compromisos del autor**
- 2. objetivos de desarrollo sostenible**
- 3. análisis del sector económico**
 - 3.1 Sector económico**
 - 3.2 Sector social**
 - 3.3 Sector ecológico**
- 4. Estructura de la idea**
- 5. análisis de las alternativas de la idea de negocio**
 - 5.1 Identificación y descripción de ideas innovadoras**
 - 5.2 Análisis de la demanda**
 - 5.3 Análisis de la oferta**
- 6. Diseño en detalle**
- 7. Actividad de prototipo**
- 8. Actividades semana 11**
- 9. Actividades semana 12**
- 10. Actividad semana 13**
- 11. Actividad semana 14**

COMPROMISO DE AUTOR

Yo, Diego Núñez Pabón con cédula de ciudadanía 1004373493 de santa marta y alumno del programa académico Administración de empresas, declaró que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al Director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones han colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firma; Diego Núñez

COMPROMISO DE AUTOR

Yo, Andrea Castro Villalobos con cédula de ciudadanía número 1081833907 de fundación, magdalena y alumno del programa académico de Administración de empresas, declaró que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al Director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones han colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firma; Andrea Castro.

COMPROMISO DE AUTOR

Yo, Neider Barrios Campo con cédula de ciudadanía 1007846177 de santa marta y alumno del programa académico de Administración de empresas, declaró que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al Director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones han colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firma; Neider Barrios.

- 1 -Los problemas que se podrían tener sería que seremos un negocio nuevo en el cual ya existen muchos más restaurantes reconocidos y con una gran clientela. Nos tomará tiempo acoplarnos al entorno.
- 2- Otro posible problema sería la mala atención a los clientes y no contar con un personal capacitado en la atención al público, pero para eso se contará con trabajadores que estarán preparados para dar una buena atención al cliente y este quede satisfecho.
- 3- No hacer la segmentación de la clientela, no saber a qué tipo de clientes se desea llegar, para esto debemos hacer una investigación de mercado para saber a qué segmento dirigirse, conociendo la edad, sexo, capacidad de gasto y la afluencia de las personas que rodean la ubicación del negocio.
- Los retos que tendremos será, llamar la atención, llegar a ese público que desea alimentarse de una forma saludable, puesto que en la actualidad a las personas se ha tomado en cuenta mucho la clase de alimentos que consumen.
- Un reto más sería de largo plazo, aprender del camino que se trazara para cumplir todo lo que tenemos en mente realizar.
- Otro reto será, satisfacer las necesidades gastronómicas en la comida rápida saludable, dar a conocer una forma de alimentarse que sería mejor para su salud y no como se conoce que esta comida contiene muchas grasas saturadas, que es malo para la salud. Queremos dar a conocer una forma de consumir comida rápida que es saludable y asequible.
- Oportunidad, sería los precios ajustables, ya que no serán elevados, puesto que el cliente puede decidir no consumir ningún alimento, se contará con promociones en diferentes días de la semana.

- La oportunidad para tener en cuenta sería que por así decirlo, seremos un restaurante que ofrecerá una distinta variación de comida enfocada más en ser saludable y en incentivar a las personas a llevarla.

Nuestra idea de negocios, se caracteriza en la venta de comida rápida saludable, brindando platos saludables y variables, nos enfocamos principalmente en que hoy en día las personas llevan una vida enfocada en cuidar su salud con una buena alimentación y pensados para todas las personas de diferentes estratos, puesto que los platos tendrán precios ajustados. Daremos a conocer nuestro negocio por medio de publicidad en redes sociales, volanteo, para que todo el público se interese y que tomen la iniciativa de iniciar con una alimentación sana.

Nuestra idea de negocio puede solucionar un problema social, ya que suple una necesidad que es la comida y orienta a las personas a cuidarse por medio de lo que comen, generando además empleos, ayudando en medida un poco a este problema.

Objetivos de desarrollo sostenible.

Enfocarse en brindar estos alimentos saludables, garantizar a ayudar a tener una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades. Dará empleo a un número de personas, con el tiempo se irá expandiendo para así por consecuencia generar más empleos a las personas y capacitarlas a la vez.

Describe brevemente como desde la teoría del valor compartido, se podría abordar el problema, necesidad, reto u oportunidad pensado o que aplica a su idea de negocio.

Nuestra idea de la teoría de valor compartido, va de la mano de objetivos de desarrollo sostenible (ODS).

Puesto que como se entiende hay una gran cifra de personas desempleadas y nuestra idea de negocio les brinda a algunas personas empleos que la ayudaran a sustentarse, que además se tendrán que capacitar para ser buenos trabajadores además de que se le adquirió, brindó esa ventaja de poder hacer algo rápido para poder generar ingresos y ser una persona decente y útil para la sociedad.

Se aportará por medio de brindar alimentos nutricionales que beneficien a las personas-clientes, ayudando y haciendo un aporte a la salud.

Por otro lado nos enfocaremos en la ayuda de cuidar el medio ambiente, ya que los puntos de comida rápida o restaurantes no tiene cuidado con el reciclaje de las basuras y utilización de objetos que son reutilizables, nosotros nos enfocaremos en esa parte, hacer un seguimiento de las basuras y su destino el cual sea ser reutilizable para el bien del medio ambiente. Para ser una competencia para otros restaurantes y seguir avanzando de manera eficiente, logrando los objetivos trazados, todo esto va de la mano de brindar una buena atención al público para hacerlos sentir a gusto.

Claves para el éxito.

Para nosotros como idea de negocios la clave del éxito es concentrarse en la capacitación adecuada del capital humano, para así mismo enfocarnos en la clientela junto con los platos variables que se le ofrecerá al público acompañado de una muy buena calidad de servicio, manejando la calidad de los productos y cumpliendo con cada uno de los objetivos trazados.

Tecnologías disruptivas.

“Aunque el término se usa con más frecuencia para describir aparatos y productos electrónicos,

pero también se puede aplicar a conceptos y servicios. Hace veinte años, el mundo nunca había oído hablar de compras en línea, micro préstamos o el crowdfunding y hoy están al orden del día.” Texto sacado de; <https://clinic-cloud.com/blog/tecnologia-disruptiva-definicion-ejemplos-salud/>

Hoy en día todo negocio para que tenga un buen desarrollo es fundamental tener tecnología, En pleno siglo XXI, es una ventaja que nuestra idea de negocio y los demás negocios tienen, ya que por medio de las redes sociales se promueve el negocio, ofrecemos nuestros productos y la calidad de ellos, están las apps de domicilios para que el público no tenga que ir necesariamente al lugar para adquirir la comida y por lo general es muy necesario que se tenga una página web para difundir toda la información de nuestra idea de negocio a las personas que navegan y buscan adquirir un servicio y comida de calidad con precio asequible.

Análisis del sector económico.

Realice una breve síntesis de la situación pasada, presente y futura de los sectores económicos a los cuales pertenece el problema, reto, necesidad u oportunidad planteados.

Desarrolle el análisis de PESTEL: Profundizar el análisis con las siguientes preguntas: (Ver el material de la semana 2 del curso).

POLITICO; ¿Tu proyecto tendría IVA?

R/ Si tendrá IVA y será visible al momento de que el cliente cancele la cuenta total.

¿Hay alguna legislación que tenga que ver con tu proyecto?**R/ 1. LEGISLACIÓN SANITARIA**

1.1 DECRETO 3075 DE 1997. Por el cual se reglamenta parcialmente la Ley 9 de 1979 y se dictan otras disposiciones. La salud es un bien de interés público. En consecuencia, las disposiciones contenidas en el presente Decreto son de orden público, regulan todas las actividades que puedan generar factores de riesgo por el consumo de alimentos, y se aplicaran:

- a. A todas las fábricas y establecimientos donde se procesan los alimentos; los equipos y utensilios y el personal manipulador de alimentos.
- b. A todas las actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos en el territorio nacional.
- c. A los alimentos y materias primas para alimentos que se fabriquen, envasen, expendan, exporten o importen, para el consumo humano.
- d. A las actividades de vigilancia y control que ejerzan las autoridades sanitarias sobre la fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución, importación, exportación y comercialización de alimentos, sobre los alimentos y materias primas para alimentos.

Información tomada de <https://www.manipulaciondealimentoscolombia.com/normatividad>

¿Cuáles son las normas de calidad para la prestación del producto o servicio?

R/ Las normas son, la bioseguridad de los alimentos que deben ser tratados con suma delicadeza y mantenerlos en el lugar adecuado para que no se venzan o sufran algún defecto, ya que deben

cumplir con todas las normas para poder ser consumidos por el público y así mismo cuidando de la salud y seguridad de este.

El personal debe estar capacitado para el manejo de atención al público, manipulación de alimentos, etc... Teniendo estas capacitaciones, metodologías, duración, cronogramas y temas.

ECONOMICO.

¿Cuál es tu sector económico?

R/ Nuestro sector económico es el terciario, ya que nos enfocamos en actividades que ofrecen un servicio a la comunidad para satisfacer una necesidad.

¿Cómo va creciendo el sector en Colombia?

R/ El sector ha crecido considerablemente en los últimos años, ayudando al desarrollo de la economía del país y para que esta fluya, entre las actividades que se encuentran en este sector están los restaurantes, hoteles, transporte, el comercio y turismo.

¿Cuáles son los índices de precios?

R/ Los índices de precios los fijaremos según cuanto nos cobrara cada proveedor por los alimentos que adquiramos, nos atenderemos a ello para seguir continuando con nuestro proyecto.

Están sujetos al “IPC (El Índice de Precios al Consumo) es un indicador que mide la variación de los precios de una cesta de bienes y servicios en un lugar concreto durante un determinado periodo de tiempo.

Este índice se utiliza para medir el impacto de las variaciones en los precios en el aumento de coste de vida. Para ello selecciona productos concretos, que se asemejan al consumo de la una familia, como pueden ser determinados comestibles, calzado y textil, carburantes, transportes,

servicios... y realiza un seguimiento de sus precios durante un tiempo delimitado y concreto, que suele ser trimestral y anual.” <https://economipedia.com/definiciones/ipc-indice-precios-al-consumo.html>

¿Qué entidades pueden financiar el proyecto?

R/ Existen diferentes en el País, como pueden ser;

-Fondo emprender es un fondo de capital semilla creado por el gobierno nacional y que adscrito al servicio nacional de aprendizaje. Tiene como iniciativa financiar iniciativas empresariales creadas por aprendices o asaciones de aprendices, practicantes universitarios o profesionales.

SOCIAL.

¿Cuál es la cifra de la tendencia?

R/ En el año 2019 estuvo elevado el sector social de la gastronomía entre un 20% y 25%, pero en este año 2020 con el surgimiento del COVID19, han sido obligados a cerrar sus puertas lo cual ha sido una baja considerable, siguen haciendo ventas por domicilio pero no cubre todos los gastos de empleados, obligados hacer recortes y están actualmente según las tendencias en redes sociales entre 10% y 15%

“Restaurantes: un 30% ha tenido que cerrar por la pandemia

Según cifras de la Asociación Colombiana de la Industria Gastronómica (Acodrés), a la fecha se han tenido que cerrar 27.600 locales, es decir, un 30 por ciento de la industria, pues muchos de estos establecimientos no han podido llegar a acuerdos con sus arrendatarios o se les dificulta el proceso con las inmobiliarias.” <https://www.portafolio.co/economia/restaurantes-un-30-ha-tenido-que-cerrar-por-la-pandemia-542404>

¿Cómo acceden las personas al servicio?

R/ Por medio de tecnologías disruptivas, vía como página web, vía telefónica, Whatsapp, Instagram, Facebook, por estos medio las personas podrán adquirir nuestro servicio.

¿Dónde?

R/En el lugar del restaurante o por medio de la página web o redes sociales para domicilios.

¿Cuándo?

R/ De lunes a sábados, los días de semana de 8 am a 9pm y los sábados de 8:30 am a 9:30 pm

¿Quiénes?

R/ Todo tipo de personas de niños a adultos y ancianos, los menores de edad no podrán consumir licor por Ley y los jóvenes deberán presentar cédula.

¿Cuáles son los estilos de vida?

R/ Cualquier estrato, nivel de vida es bienvenido a nuestro restaurante, sin estigmatizar.

TECNOLÓGICO.

¿Qué avances tecnológicos hay en materia de la idea de negocio?

R/ Brinda avances importante ya que por medio tecnológicos las personas no tiene necesidad de ir directamente al local para adquirir nuestro servicio, ya que por medio de la tecnología como, página web o vía Whatsapp puede tener acceso a nuestro menú y adquirir el servicio con una muy buena atención.

¿Cuál ha sido el impacto de las TIC 'S en la idea de negocio?

R/ Ha sido un importante impacto, puesto que por medio de están se pueden hacer innovaciones, y facilitar los modos de trabajo ya sea manejando y almacenando la información del negocio por computador, también brinda poder hacer promociones, publicidad y las personas por medio de vías tan sencillas como una App pueden acceder a nuestro servicio, garantizando un crecimiento del local.

ECOLÓGICO.

¿Hay productos relacionados a la idea de negocio que cuiden el medio ambiente?

R/ Claro que sí, comida saludable que le brindamos al público, por medio de esta será baja en grasas saturadas que será un balance para una buena dieta, ya que serán alimentos horneados o asados que van a contener ricas verduras ayudando al medio ambiente por medio del cuidado de los recursos del local como gasto de agua por medio de filtros y la reutilización de esta, el debido reciclaje de las basuras, gestionar bien los residuos, una energía menos contaminante, envases biodegradables para las bebidas, limpiadores ecológicos para tener el restaurante limpio, todo esto creará una conexión social con los clientes por medio del cuidado del medio ambiente.

¿Cómo es la tendencia de consumo de estos productos?

R/ Es recomendable, ayuda a una buena dieta y es comida saludable baja en grasas, sodios, azúcares y con buen sabor.

¿Existe alguna legislación ambiental para la idea de negocio?

R/ Existe estas legislaciones;

“La norma ISO 14001 aplicada en hoteles y restaurantes

La norma ISO 14001 es la herramienta de gestión ambiental más extendida en el mundo. Hoteles y restaurantes podrán acreditar que cumplen con todos los requisitos que establece la norma ISO 14001 al implementar un Sistema de Gestión Ambiental que ayuda a prevenir los impactos ambientales, utilizando los medios necesarios para evitarlos, reducirlos o controlarlos. Pero, siempre se deberá mantener el equilibrio con la racionalidad socioeconómica, para la mejora continua. En la nueva ISO 14001 2015, el cumplimiento de la legislación ambiental es uno de los objetos básicos que debe satisfacer todo Sistema de Gestión Ambiental que quiera certificarse.”

■“Ley 373 del 6 de junio de junio del 1997(Ley 373 de 1997 página 14)

La cual reglamenta los programas para el uso eficiente y ahorro del agua en Colombia.

LEY 1333 del 21 de julio de 2009(Ley 1333 de 2009 página 14)

Por el cual crea el procedimiento sancionatorio ambiental para Colombia.

DECRETO 1076 DE 2015

La cual expide el decreto único reglamentario del sector ambiente y desarrollo sostenible

ARTÍCULO 2.2.5.1.3.7 la cual realiza el control a emisiones molestas de establecimientos comerciales. Los establecimientos comerciales que produzcan emisiones al aire, tales como restaurantes, lavanderías, o pequeños negocios, deberán contar con ductos o dispositivos que aseguren la adecuada dispersión de gases, vapores, partículas u olores, y que impidan causar con ellos molestias a los vecinos y/o transeúntes

(Decreto 1076 de 2015, s.f., pág. 14)

Resolución 1407 DE 2018

Expide la reglamentación sobre la gestión ambiental que se debe dar a los residuos de envases y empaques de papel, cartón, plástico, vidrio y metal en Colombia

(Resolución 1407 de 2018, s.f., pág. 14)

DECRETO 2104 DE 1983

Regula aspectos de la ley 2811 de 1974 y ley 9 de 1979 frente a los residuos solidos

(Decreto 2104 de 1983, s.f., pág. 14)”

¿Qué leyes existen en el sector? Descríbelas

R/ MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO.

Resolución No. 0347 de 2007 (27 de febrero).

REPÚBLICA DE COLOMBIA

Por la cual se definen los criterios para otorgar la calidad de turístico a los bares y restaurantes contemplados en la Ley 1101 de 2006

EL MINISTRO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO

En ejercicio de sus facultades legales y en especial de las que le confiere el parágrafo 3° del artículo 3° de la Ley 1101 de 2006, y

CONSIDERANDO

Que el parágrafo 3° del artículo 3° de la Ley 1101 de 2006, señala que corresponde al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo definir los criterios para otorgar la calidad de “turístico” a los bares y restaurantes contemplados en la mencionada Ley.

-Ley 1562 del 2012.

Por la cual se modifica el Sistema de Riesgos Laborales y se dictan otras disposiciones en materia de Salud Ocupacional.

(Ley 1562 del 2012, s.f., pág. 15)

Resolución 2674 de 2013.

La presente resolución tiene por objeto establecer los requisitos sanitarios que deben cumplir las personas naturales y/o jurídicas que ejercen actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos y materias primas de alimentos y los requisitos para la notificación, permiso o registro sanitario de los alimentos, según el riesgo en salud pública, con el fin de proteger la vida y la salud de las personas.

Ley 1074 de 2015; Por la cual expidió el decreto único reglamentario del sector comercio e industria.

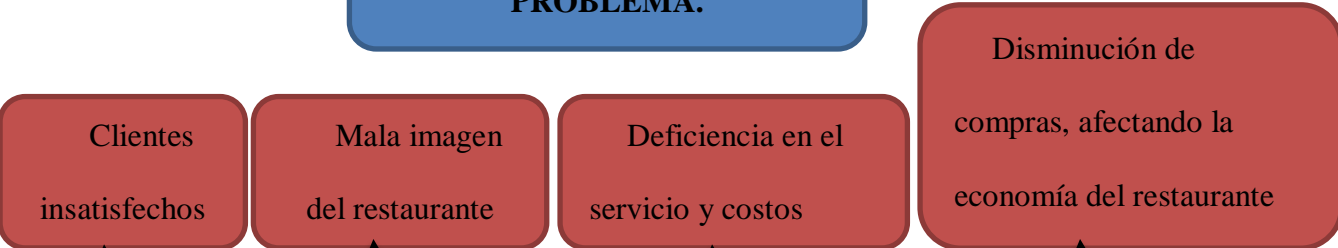
	Problema 1	Problema 2	Problema 3
Criterio	Falta de personal para atender al público	Ser un restaurante nuevo y sin clientes fijos	Satisfacer las necesidades gastronómicas

Conocimiento o experiencia	1	5	1
Asesoramiento de un experto (si se requiere, ¿lo tenemos?)	1	3	1
Alcance (¿Tenemos las herramientas?, ¿Podemos desplazarnos para evaluar el problema?, ¿Tenemos acceso a información datos, cifras, ¿Puedo darle solución?)	5	5	3

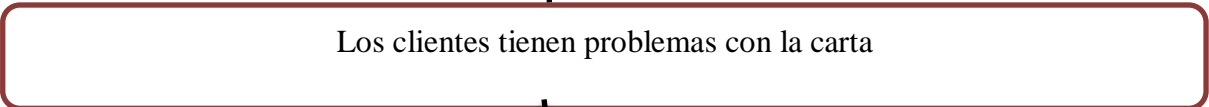
Impacto ¿Es trascendental? , ¿Representa un desafío para ustedes?	5	5	5
¿Qué tanto les llama la atención el desarrollo del problema?	5	5	5
TOTAL	17	23	15

MODELO DE ARBOL DE PROBLEMA.

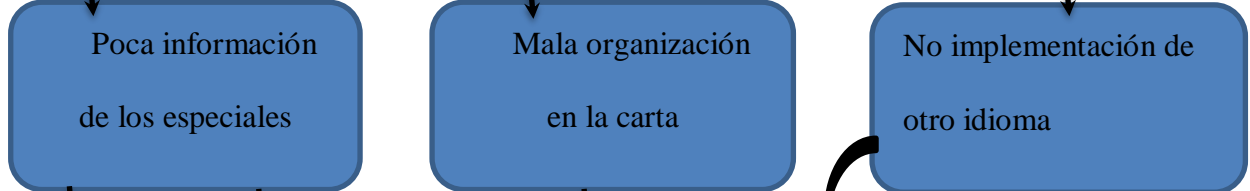
EFFECTOS.



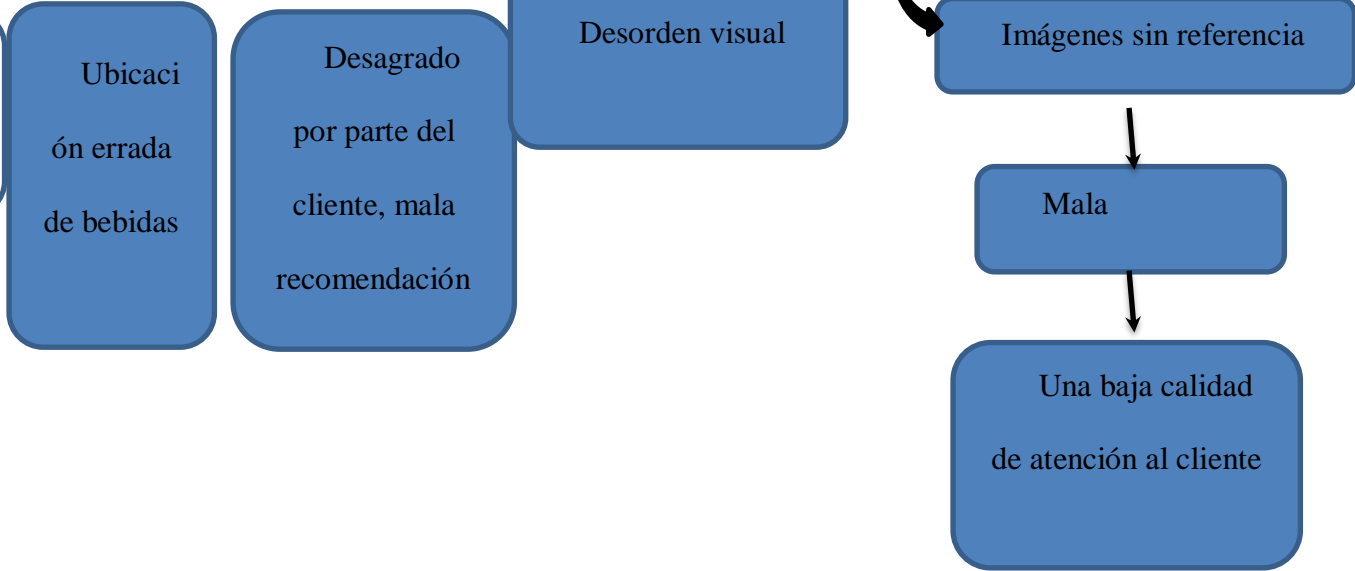
PROBLEMA



CAUSA 2



CAUSA 1



MODELO DE ARBOL DE OBJETIVOS

IMPACTO

Un mayor número de clientes satisfechos

Mejora considerable en la imagen del restaurante

Personal capacitado y precios ajustables

Aumento de clientes y compra de los platos

PROPOSITO

Solución en una mejora continua de los problemas que tienen los clientes con la carta

EFEECTO DIRECTO

Información de la carta ordenada

Mejor diseño de la carta

Contratar personal con conocimiento en otro idioma

PRODUCTO

Ubicación de las categorías, ejemplo; agua, licor, vinos, jugos

Una mejor recomendación del cliente a otras personas

Mejora en la estética e imagen de la carta

Un mejor servicio a turistas

Agregar el idioma ingles a la carta

Mejora en la calidad de atención al cliente



INTERÉS / DISPOSICIÓN AFIRMACIONES	ESCALA DE VALORACIÓN				
	(F)				(V)
- La Idea de Negocio que tengo se ajusta a lo que yo siempre he querido hacer.	1	2	3	4	5
- No me incomodaría decir a otros que me dedico a esta actividad.	1	2	3	4	5
- Estoy dispuesto a dedicar el tiempo que sea necesario para desarrollar el negocio.	1	2	3	4	5
- Considero que en seis (6) meses puedo tener el negocio funcionando.	1	2	3	4	5
Nº TOTAL DE AFIRMACIONES VALORADAS EN:					

Elaborado por: Jonathan Moreno R. / Coordinador del Servicio de Atención al Emprendedor

Veamos los puntajes obtenidos, siguiendo las siguientes instrucciones complete la tabla que sigue a continuación:

- Paso 1:

Coloque en la columna "A" el número total de afirmaciones que UD. haya contado.

- Paso 2:

Multiplique el resultado de la columna "A" por el valor de la columna "B" y el resultado anótelos en la columna "C".

- Paso 3:

Suma verticalmente los puntajes obtenidos en la columna "C" y coloque el resultado en el recuadro correspondiente al PUNTAJE TOTAL.

	A		B	=	C
Total de afirmaciones valoradas en 1:		x	1	=	
Total de afirmaciones valoradas en 2:		x	2	=	
Total de afirmaciones valoradas en 3:		x	3	=	
Total de afirmaciones valoradas en 4:		x	4	=	
Total de afirmaciones valoradas en 5:		x	5	=	
PUNTAJE TOTAL					

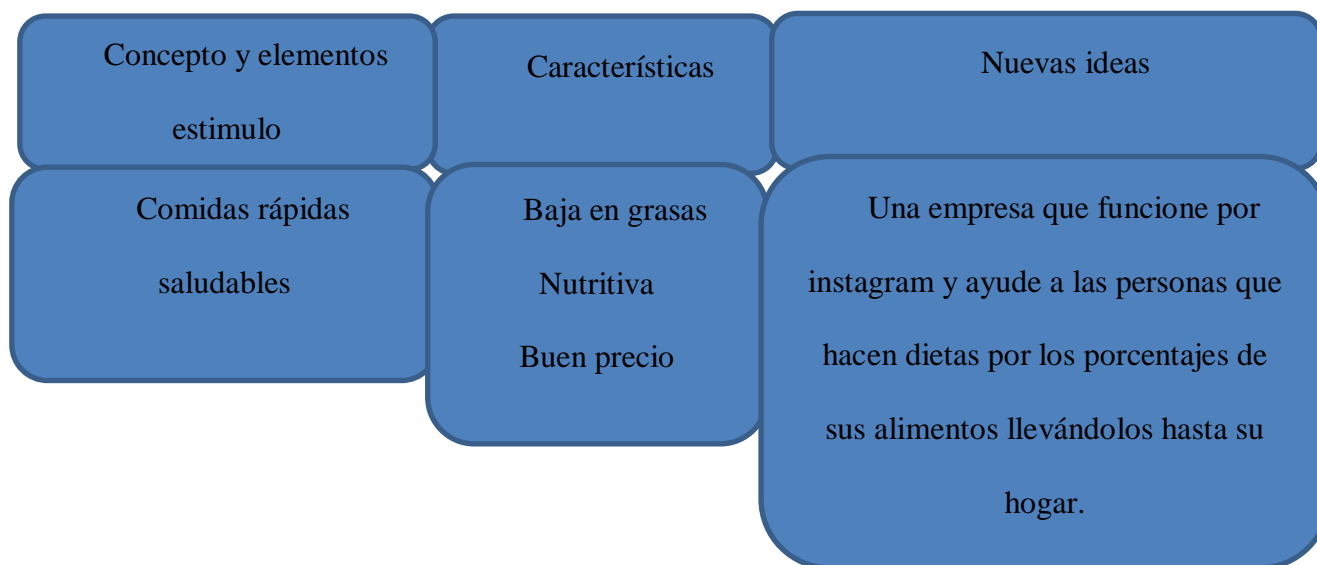
Interpretación del Puntaje Total

De 20 a 15 pts. = Tiene UD. una idea de negocio que le interesa realmente. Continúe analizándola.

De 15 a 10 pts. = Aparentemente esta idea de negocio no resulta apropiada para UD. Sin embargo, evalúe sus atributos para una mejor decisión al respecto.

Menos de 10 pts. = Para usted, en estos momentos, no vale la pena esta idea. No hay disposición para desarrollarla.

LLUVIA DE IDEAS.



Interés/ Disposición Afirmaciones	ESCALA DE VALORACIÓN.				
	F			V	
-La idea de negocio se ajusta a lo que yo siempre he querido hacer.	3	2	1	1	1
-No me incomodaría decirle a otros que me dedico a esto.	2	3	1	5	3
-Estoy dispuesto a dedicar el tiempo que sea necesario para desarrollar esta idea.	2	1	2	2	5
-Considero que en (6) mese puedo tener el negocio funcionando.	3	2	3	2	1
N° TOTAL DE AFIRMACIONES VALORADAS EN:	10	8	7	9	10

Total de afirmaciones valorados en 1:	3	2	6
Total de afirmaciones valorados en 2:	2	3	6
Total de afirmaciones valorados en 3:	1	1	1
Total de afirmaciones valorados en 4:	1	5	5
Total de afirmaciones valorados en 5:	1	3	3

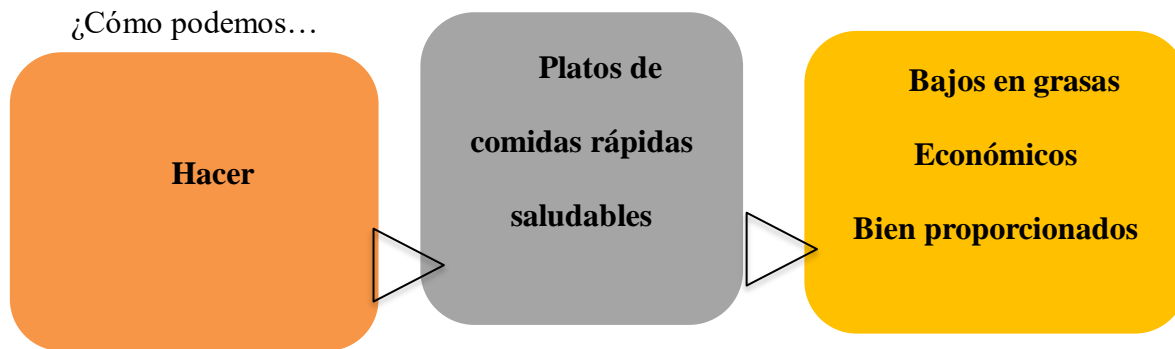
Puntaje total; 21

ESTRUCTURA DE LA IDEA.

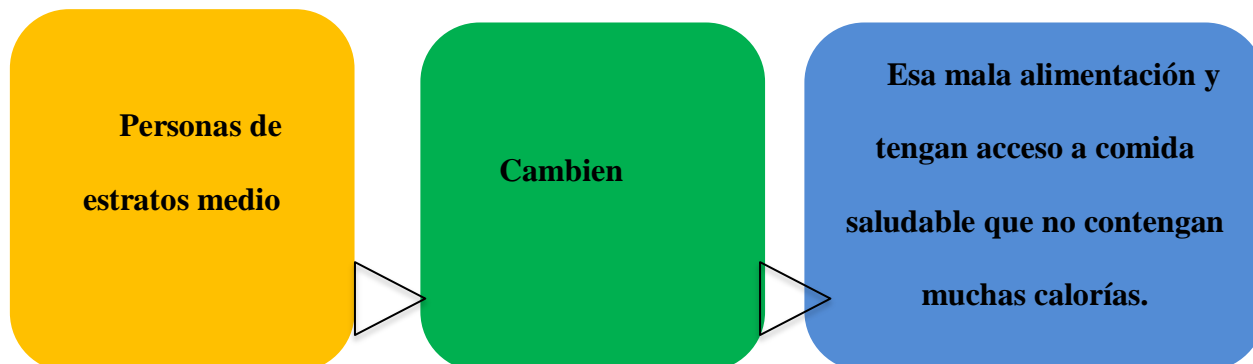
¿Cuál es el producto o servicio?	El punto saludable, son comidas rápidas saludables, que brindan mejor nutrición, ya que serán bajo en grasas saturadas y rica en fuentes nutritivas. Que podrán adquirir las personas de todos los estratos.
¿Quién es el cliente potencial?	Personas del estrato medio las cuales no cuentan con los recursos para ir a un sitio costoso y para todas esas personas que hacen ejercicio y desean cuidar su alimentación.
¿Cuál es la necesidad?	Satisfacer la necesidad de poder obtener ricos alimentos saludables por un costo ajustable.
¿Cómo funciona el producto o servicio?	Son platos de comidas rápidas bajo en grasas, fáciles de consumir y llevarlos a

	cualquier parte, ya que son con alimentos con un buen cuidado de bioseguridad
¿Por qué lo preferirían?	Son de precios ajustables, económicos y sirve para personas que sufran de obesidad, cuiden su alimentación y para personas que practiquen deporte.

¿Cómo podemos...



Para las



Semana 5.

4. Innovación

Seleccione al área en donde va a aplicar el factor de innovación.

Actividad Semana 4:

Una vez identificado el problema y desarrollado una idea de negocio inicial, es momento de sofisticarla y definir como esta idea se desarrollará en una solución innovadora.

El objetivo de esta actividad es desarrollar la idea para que se diferencia de soluciones ya existentes en el mercado, por medio de la innovación.

Para esto debes seguir los siguientes pasos:

1. Revisa la información sobre las estrategias de innovación presentadas en la plataforma del curso y el encuentro sincrónico.
2. Desarrolla por lo menos 4 alternativas a tu idea de negocio inicial, incluyendo las estrategias de innovación presentadas en la plataforma del curso y el encuentro sincrónico, teniendo en cuenta que una nueva idea puede salir de combinar diferentes estrategias.
3. Investiga y documenta (organiza la información en un documento) que otras empresas brindan soluciones al mismo problema que quieres resolver o están haciendo productos/ servicios similares (competencia).
4. Analiza las 4 alternativas tu idea de negocio (desarrolladas en el numeral 1 de esta actividad), con respecto a la competencia y escribe las conclusiones.
5. Si aun tu idea no se diferencia lo suficiente de lo que ya existe en el mercado, reformula tu idea de negocio con otras estrategias de Innovación, para hacerla más interesante y diferente. También puedes combinar ideas o modificarlas según la técnica SCAMPER.
6. Identifica y describe la idea más prometedora e innovadora.

El desarrollo final de los numerales 2 al 4, deben escribirse en un documento con normas APA.

4 Alternativas a la idea de negocio.

1- Una idea que puede surgir es llevarle a las personas a su casa, los productos para realizar ellas mismas el plato de comida saludable, con una serie de indicaciones de cómo puede prepararlo (Esto es opcional para la persona que desee prepararlo).

2- Otra alternativa es ayudar a las personas que lleven planes de alimentación (dietas) y prepararles sus comidas según el número de macro nutrientes y calorías que debe consumir y llevárselas hasta su casa (Esta preparación puede ser de hasta 1 semana).

3- Una alternativa más, sería colocar una tienda online de platos saludables que se puedan adquirir mediante pedidos y la persona según su sector le aparecerá cuanto demorara su pedido y también podrá comunicarse en una línea de atención al cliente, esto además ofrece que por tantas compras que se haga acumulará puntos y ganará un plato de comida gratis.

4- Por último una alternativa sería, no solo brindar comidas que sean solo una alternativa a una comida alta en grasa sino a todo tipo de público, como gente vegana.

Empresas que dan solución similar al mismo problema.

Existen Varios restaurantes que brindan el servicio de comidas saludables en la ciudad de Santa Marta, entre ellos se encuentra Natural Food, que es un restaurante de comida, en un enfoque de pastas, muffins, waffles y helados, está ubicado en la vía ziruma, es un competencia.

Otra competencia es un restaurante llamado Pitaya comida rápida que brinda comidas saludables en enfoque de jugos naturales, purés, platos gourmet, se encuentra ubicado en la parte del centro histórico de la ciudad. Es una competencia ya que tiene una clientela y tiene tiempo en el mercado.

Análisis con respeto a las alternativas con nuestra idea de negocio, respecto a las competencias;

Se puede concluir, que estas competencias ofrecen un servicio parecido con diferentes platos saludables, pero nosotros nos destacaremos por ayudar las personas que así lo deseen y quieran, incentivandolos, ayudándose con una buena alimentación por unos costos asequibles ya que va dirigido a ese grupo de personas de estratos bajos y también para todo tipo de público. Se tiene la alternativa que para esas personas que sigan un plan de alimentación se les pueda ayudar en esa parte.

Identifica y describe las ideas más innovadoras.

Sería la 2, ya que trata de una vinculación más cercana al cliente y negocio, creando una mayor cercanía y saber que quiere esa persona que adquiere el servicio. Puesto que es ayudar a las personas que lleven planes de alimentación (dietas) y prepararles sus comidas según el número de macro nutrientes y calorías que debe consumir y llevárselas hasta su casa (Esta preparación puede ser de hasta 1 semana).

VARIABLE	DESCRIPCIÓN DE LA INNOVACIÓN.
Producto o servicio.	Es un servicio que brinda a las personas platillos saludables basados en comidas rápidas, que son una alternativa para tener una alimentación saludable y mejor.
Mercadeo	Si se puede ya que hoy en día las personas están tomando una calidad de vida que se dirige a hacer deporte y hacer una mejor alimentación.
Proceso	Esto es algo que se debe tomar con cuidado y a medida que se vaya avanzando en el proyecto se va ir mirando cómo se dará este proceso.

Semana 6.

5. Fuerzas de la industria

5.1 Contextualización de la empresa

Escriba el nombre de la empresa; **Punto saludable.**

Actividad económica; **Actividades Secundarias. Código CIU- 1084 elaboración de comidas y platos preparados.**

Tamaño; **Microempresa.**

5.2 Análisis de la demanda

Investiga las influencias internas, externas; determina el tamaño y cuota del mercado.

¿Cómo es la personalidad de mis usuarios?

Aún no la conocemos ya que seremos un restaurante nuevo, y nuestro negocio será dirigido para personas de 18 años en adelante, pero también son bienvenidos menores de edad. Pero En este punto trataremos lo mejor posible intentar complacer a los clientes porque podemos distraer sus mentes siendo lo más amable que se necesita porque requiere valores, comportamientos, creencias, estilos de vida para que se sientan bien en el restaurante.

¿Cómo se comportan?

Planeamos categorizarlos al implementar estrategias como páginas web y sitios web, porque la mayoría de las personas pueden ver anuncios a través de sus teléfonos, por lo que la curiosidad por ver la promociones que haremos querrá comprar comida en el restaurante. Por otro lado esperamos que tengan un buen comportamiento, con los platos que les ofreceremos y queden satisfechos con su apetito, y pueda pasar un rato a gusto.

¿Cuáles son sus creencias?

Esto dependerá mucho de las personas, ya que todas no son iguales, y su personalidad y creencias tienden a cambiar a medida que transcurre el pasar de los años. Se tratará a todas las personas con el mayor respeto posible y no habrá discriminación ni malos tratos hacia los clientes.

¿Cuál es el tamaño del mercado?

Esto lo definiremos con análisis de los clientes que ingresen según, qué tan frecuente compran, y cuáles sean los platos mayor consumidos. Todo esto se segmentaría cuando iniciemos el proyecto en un local.

¿Cuál es la cuota del mercado?

5.3 Análisis de la oferta

ANÁLISIS DE LA OFERTA O COMPETENCIA: ¿Quién más está haciendo lo mismo que usted está intentando hacer?

Describa brevemente varios de sus competidores más próximos y más importantes.

¿Cuántas empresas existen?

-Existen varios restaurantes en nuestro entorno, pero la diferencia es que nosotros, brindaremos comida baja en grasas, brindando platos saludables y variables, estamos dispuestos a brindar un mejor servicio al cliente, hacer que ese breve momento que pase en nuestro restaurante sea un rato agradable.

¿Cuáles son sus estrategias?

-Viendo que se puede ver mucha competencia, debemos planificar estrategias y cómo obtener más beneficios de la promociones de nuestros productos que se harán a través de medios tecnológicos y productos de marketing digital.

¿A qué porcentaje del mercado llega cada uno?

-Inicialmente, ser un buen restaurante que satisfaga el apetito de los clientes que ingresen, y más adelante con la mira puesta a ser unos de los mejores, ya que pensamos ofrecer nuestros platos para todas las personas de diferentes estratos, puesto que estos tendrán precios ajustados.

¿Cuáles son sus puntos fuertes y sus puntos débiles?

-Los puntos fuertes es que principalmente nosotros como estudiantes y futuros socios tenemos un vínculo de amistad, que con el tiempo junto a los trabajadores es crear una familia, para sacar el mayor provecho y esfuerzo para hacer crecer este proyecto, llamado el punto saludable.

Puntos débiles, sería la desconfianza que tendremos en un principio por los resultados que puede que no sean buenos en un principio.

¿Qué puede aprender de la manera en que hacen negocios, de sus enfoques en cuanto a precios, publicidad y marketing general?

-Aprenderemos de la manera en que podemos tomar medidas claras y precisas, necesitamos interesarnos por el restaurante a la hora de tomar una decisión, porque podemos tomar medidas claras y precisas, y el marketing es una buena opción porque podemos ser visual o técnicamente amplios para publicidad. También repartiendo volantes por el sector donde se encuentre el restaurante y más abiertamente por la ciudad.

¿Cómo espera competir?

- Trabajando unidos, brindando lo mejor a los clientes, en atención y servicio, tratar con la mejor higiene en el restaurante ya que es uno de los pasos que más se usará más que nunca hoy en día para tener todo certificado, lo que habla es la calidad de nuestro entorno.

¿Cómo espera hacerlo mejor?

-Mejorar de la mano de los trabajadores día a día, realizando capacitaciones para ellos y charlas motivacionales, para que así haya un buen ambiente laboral y excelente rendimiento.

¿Qué competencia indirecta afrontará, por ejemplo, ventas en Internet, centros comerciales o importaciones internacionales?

-Se encuentran los pedidos por internet, que ya tengan más tiempo en el mercado ya que con esto tendrán una clientela fija, nosotros tendremos también pedidos de domicilios pero al ser nuevos, nos costará un poco.

¿Cómo se mantendrá al día en la tecnología y las tendencias cambiantes que pudieran afectar a su negocio en el futuro?

-Nos mantendremos chequeando todo tipo de tendencias del día a día respecto a nuestro mercado objetivo para así estar preparados al afrontar cualquier tipo de tendencia que pueda afectar, afrontarlo de una manera mejor.

¿Existen amenazas de nuevos bienes entrantes en el sector?

-Si claro, en todos los mercados siempre habrán nuevos bienes que puedan afectar, sin embargo es importante saber cómo afrontarlos e innovar siempre que se pueda para no dejar morir el producto o sacarle el mayor provecho.

Nombre del competidor.	Producto.	Precio.	Servicio (Ventaja competitiva).	Ubicación.
Natural Food, alimentación saludable.	pastas,	\$20.500	-Reducción de costos, Domicilios Lujosidad	carrera 4 No 3 VÍA ZIRUMA
	muffins,	\$4.250		
	waffles y	\$11.550		
	Ensaladas	\$15.650		
Pitaya Comida Rápida	jugos naturales,	\$8.250	Reducción de costos, Domicilios	Cl. 16 #4-41, I Centro Histón
	purés,	\$12.500		
	platos gourmet	\$25.520		

D) Análisis de la comercialización y de los proveedores: investigue cuáles son los proveedores que se requieren para la producción de su producto o servicio, que tipos de proveedores está usando su competencia y define unos criterios para seleccionarlos. De igual forma defina los canales para la distribución del producto o servicio.

Nota: para definir los criterios de selección de proveedores puede tener en cuenta las siguientes variables a modo de ejemplo:

-Precio; En el restaurante se encontraran comidas saludables con precios variables que se acomodan a la economía del usuario con el fin de satisfacer sus necesidades y poder ganar clientes en el mercado de la competencia. Para todo esto debemos encontrar que tipo de proveedor vamos a recurrir en contratar.

-Localización geográfica; Se buscarán proveedores que sean del país, ya que incluirá menos costos y no necesitamos materias primas que se deban exportar de otro país, en cuanto al restaurante será en la ciudad de la experiencia.

-Experiencia; La experiencia de ellos es esencial para nosotros, ya que nos dará fuente que ofrecerán productos de calidad y con un tiempo ya en el mercado, nos dará confianza en el canal de producción.

-Posibilidad de alianzas; Buscaremos alianzas con proveedores de la ciudad y más adelante para otras partes, debemos iniciar primordialmente en un mercado pequeño.

-Conocimiento del mercado; Primero deberemos hacer un estudio sobre la disponibilidad actual de insumos, sus precios, y con una visión en un futuro que se pueden generar, para poder implementar.

-Cumplimiento legal; Deben haber por escrito el cumplimiento legal, tener certificado de calidad ISO 9001, rapidez en entrega de los productos, es un factor a la hora de calidad-precio, al principio no se podrá trabajar con estos proveedores, pero se buscará que en un futuro se trabaje con ellos.

Semana 7.

1. Describa 15 bondades de su producto (bien o servicio) que proporciona.

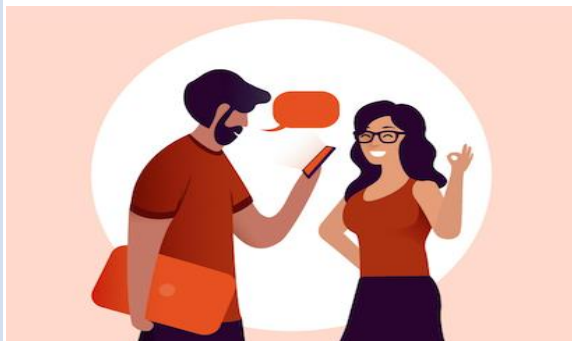
R/-Comida saludable

-Costos de platos económicos

-Buena atención

- Rápido servicio
 - Un buen ambiente
 - Solución al cliente
 - Variación de platos
 - Probaran cosas nuevas
 - Pasar un rato agradable
 - Trabajadores capacitados
 - Ricos alimentos
 - Se incentiva a cuidar tu alimentación
 - Un buen cuidado de bioseguridad
- Buyer personal.

INSERTA UNA FOTO DEL CLIENTE



DESCRIBE LOS MIEDOS, FRUSTRACIONES Y ANSIEDADES. -

Que los clientes no se sientan satisfechos con el servicio prestado y la atención no les parezca buena.

DESEA, NECESITA, ANHELA Y SUEÑA.

Queremos clientes fieles a nuestro restaurante, que una vez ingresen, deseen volver.

DEMOGRÁFICOS Y GEOGRÁFICOS

EDAD: de 18 años en adelante.

SEXO: m - f

¿QUÉ ESTÁN TRATANDO DE HACER Y PORQUÉ

¿CÓMO ALCANZAN ESAS METAS

<p>HORARIO: Día y noche.</p> <p>NACIONALIDAD: Colombia.</p> <p>REGIÓN: Caribe.</p> <p>POBLACIÓN: 1760,68 HAB/KM.</p> <p>CLIMA:33°/25°</p>	<p>ES IMPORTANTE PARA ELLOS?</p> <p>Que las personas queden a gusto con nuestros platos y sigan visitando nuestro restaurante para que a su vez pasen un rato agradable.</p>	<p>HOY? ¿HAY ALGUNA BARRERA EN SU CAMINO?</p> <p>Alcanzaremos esas metas haciendo una buena promoción (marketing) y que cuando los clientes degusten los platos comprueben que son buenos, una barrera sería que como seremos nuevos en el mercado no haya tantos clientes al principio.</p>
<p>FRASES QUE MEJOR DESCRIBEN SUS EXPERIENCIAS</p> <p>“Complace tus gustos sin hacerte daño.”</p>	<p>“Aquí resolvemos tu necesidad de apetito, comida rápida saludable para tu cuerpo”</p>	
<p>¿EXISTEN OTROS FACTORES QUE DEBERÍAMOS TENER EN CUENTA?</p> <p>La buena atención por parte del empleado hacia el cliente, con respeto</p>	<p>Trabajadores bien capacitados. (con el mayor profesionalismo)</p>	

3. Describa lo siguiente:

- a. En donde encuentra personas similares a su cliente ideal? Si su negocio es B2B, donde se encuentran las compañías que son sus clientes?

Como hoy en día se maneja todo por la tecnología y es fácil de acceder, mediante las redes sociales se pueden encontrar clientes similares, a ese grupo de segmentación que les gustaría probar nuestra comida y a su vez un servicio de calidad. Mediante una buena publicidad, promociones se pueden conseguir clientes similares.

b. ¿Qué valores destacan a su cliente ideal? Escriba mínimo 5

Respetuoso, Amable, Humilde, Tolerante, Responsable.

c. ¿Qué encuentra en el entorno de su cliente durante la semana? Con entorno, nos referimos a cómo y con quienes se relaciona durante una semana normal.

En el entorno, aún no sabríamos con certeza porque seremos un servicio nuevo, que supla una necesidad que es la comida, pero debe encontrar un entorno que interactúe con la familia, amigos, se debe manejar un entorno un tanto social, para atraer clientes que quieran probar nuestros platos para así hacer crecer el restaurante.

d. ¿Cuáles cree que sean las necesidades más urgentes que presenta su cliente ideal?

Suplir esa necesidad de hoy en día, que las personas están cuidando más su alimentación, con comidas ricas, saludables y que su apetito quede satisfecho, acompañado de un buen servicio de atención y seguridad.

4. Tome las bondades descritas en el numeral 1 y explique cómo se ajustan a su cliente ideal descrito en el numeral dos, teniendo muy en cuenta sus anotaciones del numeral 3.

Se ajustan de una manera que combinando todas esas bondades con el cliente ideal, se ajusta de que habrá un buen servicio, económico, variedad de platos, pasar un rato agradable, acompañado

de esa descripción de nuestro cliente idea, esperamos que todas esas necesidades o la mayoría podamos cumplirlas y las que no, sean acompañadas de una buena crítica constructiva para así mejorar día a día.

Ahora ya conoce a su cliente y sabe cómo su producto puede suplir la o las necesidades del mismo.

1. Tome nota de los otros actores del mercado que ofrecen cosas similares a su producto.

Otros actores que ofrecen cosas similares, claramente son los productos que venden en supermercados, tiendas de alimentos, suplementos, mercado de verduras y frutas, marcas de alimentos saludables como por ejemplo; Tosh, Tael, All-bran, son marcas de productos saludables bien segmentados en el mercado, actores que tienen variación de productos ya segmentados.

2.Cuál es la población total de personas o negocios que potencialmente podrían comprar su producto o productos similares al suyo.

La población que potencialmente puede consumir nuestro productos, puede ser de estrato 3, no hay distinción de quien podría obtener nuestro servicio en el restaurante pero principalmente está dirigido para esa población de estrato3, edad de 18 años en adelante 70 años, sexo Masculino y Femenino. En cuanto que negocios podrían adquirir nuestro servicio podrían ser cualquiera, ya que hoy en día las personas piden comida a domicilio, pero podrían ser negocios que se dediquen hacer fiestas, eventos y quieran agregar comida rápida saludable.

3. Cuántas personas o negocios necesariamente deben suplir su necesidad con un producto igual, similar o sustituto al suyo.

No sabemos con exactitud, ya que seremos un restaurante nuevo, y esperamos que sea el mayor número posible, al principio será difícil, pero día a día mejorando la calidad del servicio y atención se irán obteniendo ese número de personas y negocios que nos ayude a obtener buenas ganancias.

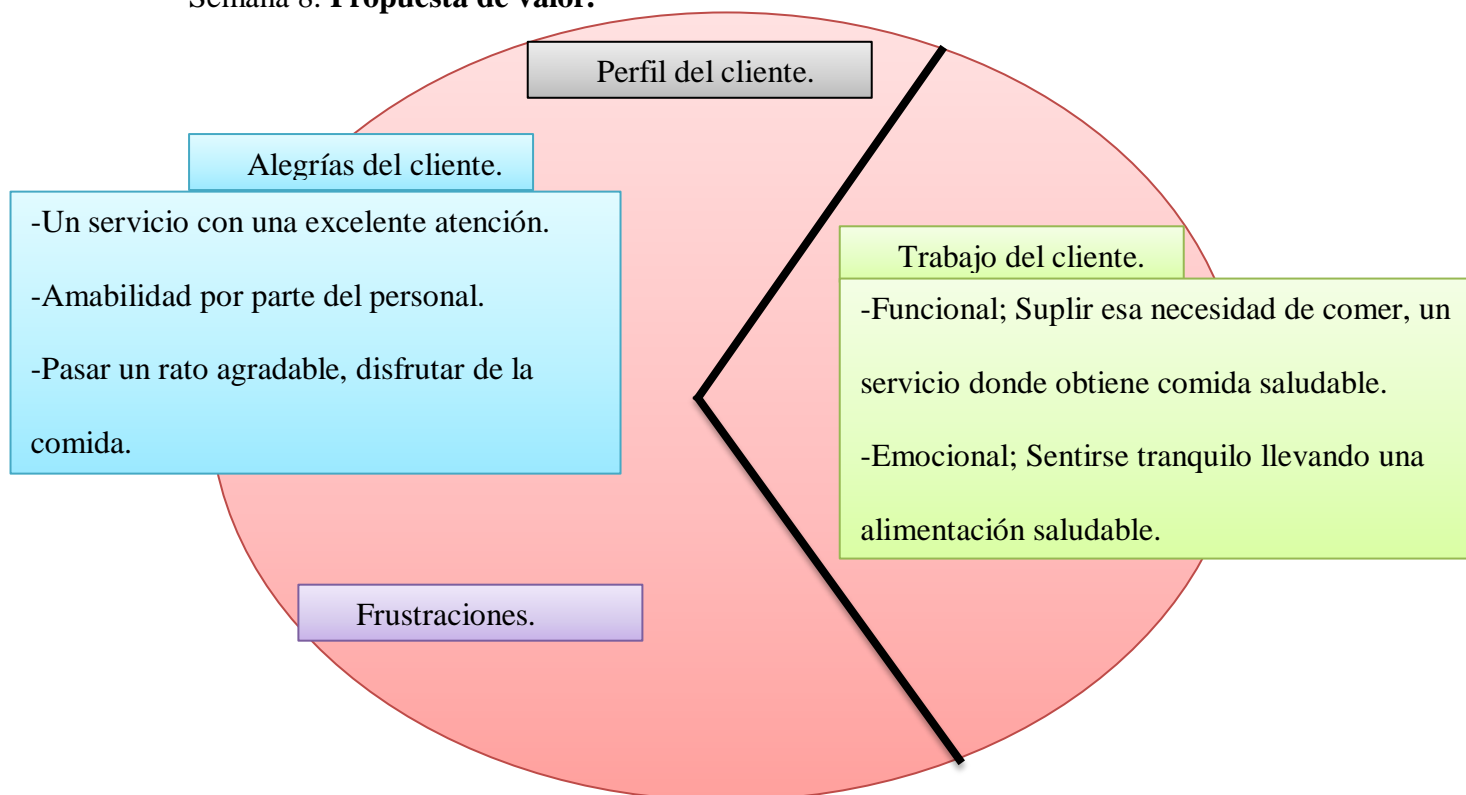
4. Cuántas personas o negocios presentan alto potencial de adquirir su producto

Esperamos que sea bastantes personas que pertenecen al estrato 3, de entre 18 y 70 años ya que suelen consumir comida rápida pero no saludable, que son altas en grasas y carbohidratos, buscamos llamar la atención de este público y que quieran consumir nuestro servicio.

5. Cuántas personas o negocios definitivamente suplirán sus necesidades con su producto

Definitivamente, serian personas de entre 18 años hasta los 58 años, que suelen consumir alimentos en restaurantes y si es dirigido a un público del estrato 3, es más factible que sean quien consumirá nuestro servicio.

Semana 8. Propuesta de valor.



-No obtener alimentos lo suficientes
buenos que sacien esa necesidad de comer
comida chatarra.
-Miedo a no saciar su hambre.

Creadores de alegría.

-Un lugar agradable que los incentive a comer saludable.
-Consumir comida que sea baja en grasas y calorías y a la vez sacien su hambre.
-Un rápido servicio a la hora de esperar un plato, con una muy buena atención.

Producto y servicio.

-Es un servicio tangible, donde
brindamos comida rápida saludable.

8. Diseño del producto.

8.1 Ficha técnica.

FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO / SERVICIO	
A. Nombre del producto o servicio; – Restaurante Punto Saludable	
B. Composición del producto (materias primas) / línea de atención al cliente -Estrategias tecnológicas.	
C. Presentaciones comerciales (litro, kilo, ml) / combos, paquetes especiales; -Comida rápida saludable- Descuentos- Promociones.	
D. Tipo de empaque o embalaje /canal de información; Empaques de vidrios que serían los platos, vasos y los de aluminio (los cubiertos). - mediante meseros o virtualmente el canal de comunicación.	
E. Material de empaque/ publicidad, brochure; -Elegante -estrategias de marketing-y marketing digital.	
F. Condiciones de conservación; -Clima adecuado que sería el frío ya que serán productos para cocina.	
G. Vida útil estimada / garantía; -Si se encuentra alguna anomalía o inconformidad en la comida se puede pedir respuestas	
H. Porción recomendada /recomendaciones por tipo de cliente; -De 1 a 2 porciones por plato.	
ELABORÓ: Restaurante Punto Saludable	
REVISÓ	
APROBÓ	

Aliviadores de frustraciones.

- Eliminar el miedo que comer saludable es tedioso
- Cumplir el deseo de poder disfrutar de una comida saludable
- Mejorar el tiempo a la hora de esperar un plato o pedido por vía domicilio.

Semana 9.

Diseña tu producto o servicio.

Definición estratégica; Para cumplir con la normatividad colombiana y evitar sanciones, es importante que quienes estén interesados en abrir al público un establecimiento de expendio de productos alimenticios cumplan con requisitos.

1) Requisitos de carácter obligatorio según Decreto 1879 de 2008:

1. Matrícula mercantil vigente. El establecimiento de comercio debe matricularse a más tardar dentro del mes siguiente a la fecha en la que inició actividades.

La solicitud de la matrícula se debe hacer en la cámara de comercio que corresponda según la ubicación del establecimiento, diligenciando el formulario Registro Único Empresarial- RUES para la matrícula de los establecimientos de comercio, sucursales o agencias, el cual se puede adquirir en las sedes de la Cámara de Comercio.

Se recomienda verificar que no exista un establecimiento registrado con el mismo nombre y esto se puede hacer en la página www.rues.org.co.

2) Ley 1101 de 2006; Registro Nacional de Turismo. Este registro es obligatorio para los prestadores de servicios turísticos relacionados en el artículo 12 de la Ley 1101 de 2006, dentro de los cuales se encuentran los restaurantes turísticos con ventas anuales superiores a los 500 SMMLV. Este registro se debe actualizar anualmente dentro de los primeros 3 meses del año.

Con solo ingresar al portal web del Registro Nacional de Turismo <http://rnt.rue.com.co/>, los empresarios podrán acceder al Registro a través de la cámara de comercio de la jurisdicción que

le corresponde y realizar el trámite que se requiera tales como inscripción, actualización o renovación, reactivación, solicitud de suspensión temporal o cancelación.

3) Ley 9 de 1979; Concepto sanitario. Todo establecimiento debe cumplir con las condiciones sanitarias que se describen en la Ley 9 de 1979, que está compuesta por títulos de carácter general como los de protección del medio ambiente, suministro de agua, y salud ocupacional, así como algunos específicos como el título V denominado Alimentos, en el que se establecen las normas específicas a las que están sujetos los establecimientos industriales y comerciales en los que se realicen actividades que se relacionan con alimentos.

En el caso de las personas jurídicas y naturales que ejercen actividades en torno a los alimentos como su fabricación, procesamiento, distribución y comercialización, deben también cumplir con los requisitos sanitarios establecidos en la Resolución 2674 de 2013. Esta norma alude específicamente en el capítulo VIII a las condiciones sanitarias que deben cumplir los restaurantes y establecimientos gastronómicos.

4) Resolución 2674 de 2013. La presente resolución tiene por objeto establecer los requisitos sanitarios que deben cumplir las personas naturales y/o jurídicas que ejercen actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos y materias primas de alimentos y los requisitos para la notificación, permiso o registro sanitario de los alimentos, según el riesgo en salud pública, con el fin de proteger la vida y la salud de las personas.

Información tomada de ; <https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-Lacteo-de-Bogota-Region/Noticias/2016/Abril-2016/Conozca-los-requisitos-para-abrir-un-nuevo-negocio-de-productos-alimenticios>

Diseño de conceptos; Para establecer un producto o un servicio, se necesitan una lista de materiales y maquinarias para la elaboración de ello.

- 1) **Maquinaria de frío.** Se incluye toda la maquinaria industrial de hostelería que sirve para congelar, enfriar, conservar, o generar productos finales o necesarios para la elaboración de servicios que se encuentren a baja temperatura. Aquí se incluye:

Generadores de frío

Congelador. Se requiere esta maquinaria para la cocina de un restaurante con el fin de conservar durante períodos largos los productos necesarios para sacar adelante la carta y que no se requiere que sean del día.

Frigorífico. Es otra maquinaria imprescindible para la cocina de un restaurante tanto para los alimentos que requieren de frío para su conservación antes de ser preparados, como para aquellos que se sirvan a estas temperaturas. Al elegir uno es importante seleccionar el industrial más adecuado que garantice los grados óptimos y calcular sus dimensiones en base al trabajo diario de cocina.

- 2) **Maquinaria de calor.** Son aquellos aparatos que permiten cocinar a alta temperatura y con los que se preparan las especialidades de la cocina.

Fogones. Se trata de un elemento imprescindible en el que se preparan buena parte de los platos. Elegir la fuente de energía adecuada dependerá del tipo de restaurante que vayas a abrir.

Hornos. El tipo de horno adecuado para tu local dependerá de lo que pretendas ofrecer. La maquinaria industrial de última generación ofrece modelos muy versátiles. Sin embargo, si pretendes ofrecer servicios específicos como la pastelería o las pizzas, puede

que haya que sumar elementos a este listado de maquinaria para la cocina de un restaurante imprescindible.

Freidora. Es otro de los básicos para conseguir un equilibrio en la rapidez del servicio. Dependiendo de tu carta tendrás que elegir modelos más o menos potentes y de mayor o menor capacidad.

3) **Material mecánico.** Se trata de los elementos necesarios para procesar alimentos y productos que se utilizan en las distintas preparaciones del restaurante

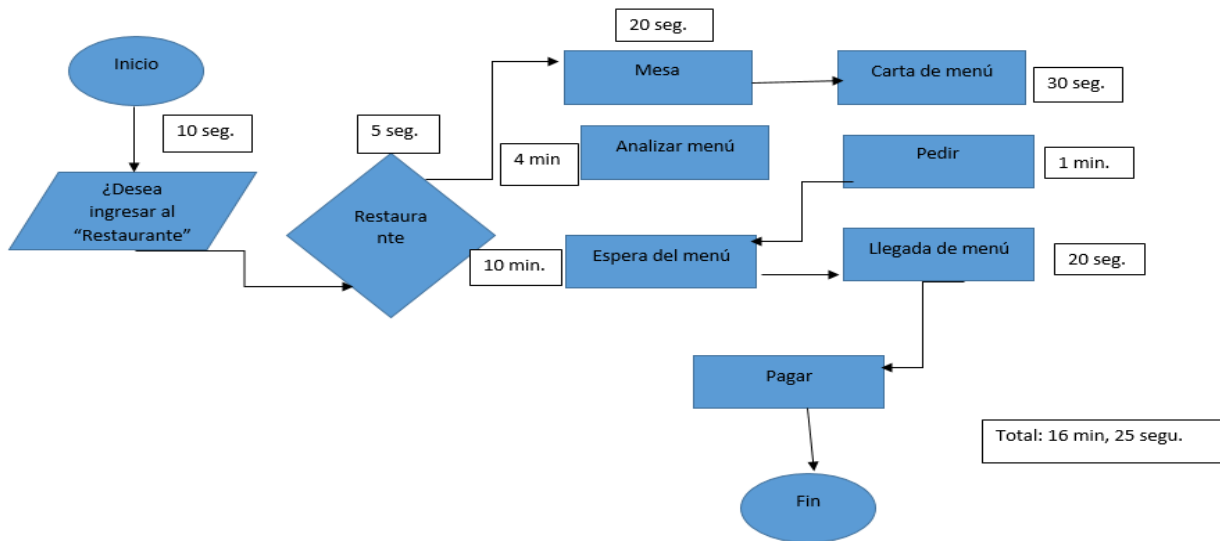
Triturador. Aunque está dentro de la maquinaria imprescindible de la cocina de un restaurante, no siempre se tiene en cuenta en ese listado inicial al inaugurar un restaurante. Sin embargo, sin él, la capacidad y rapidez en el procesamiento de ciertos alimentos será más limitada.

Batidora y amasadora. Es un plato básico para la cocina de un restaurante en el que exista servicio de postres. Sin embargo, en locales sin estas especialidades también resulta muy útil, sobre todo en la preparación de especialidades relacionadas con el pan y masas, así como en la elaboración de salsas.

Tomado de: <https://www.hostelmarkt.com/actualidad-hosteleria/top-maquinaria-para-cocina-de-restaurante/>

Diseño en detalle

- **Diagrama de bloques:** Es necesario para poder descubrir el proceso del servicio de nuestro restaurante punto saludable.



- **Cadena de distribución:** En nuestra cadena, vemos cómo se llevan los productos para el servicio del restaurante.



- **Costo de producción y precio de venta:** Para poder determinar el precio final del costo de los productos del restaurante, debemos ver cuánto nos cuesta hacer cada unidad.

Nombre del producto	Costo de producción	Precio de venta
Perro caliente	Sencillo: 1.000 Chorizo: 3.000	Sencillo: 4.000 Chorizo: 6.000
Hamburguesa	8.000	15.000
Salchipapa	Sencilla: 2.000 Chorizo: 3.000 Mixta pequeña: 6.000 Mixta mediana: 8.000 Mixta grande: 10.000	Sencilla: 5.000 Chorizo: 7.000 Mixta pequeña: 10.000 Mixta mediana: 15.000 Mixta grande: 30.000
Pizza	Personal: 8.000 Mediana: 9.000 Grande: 12.000	Personal: 13.000 Mediana: 18.000 Grande: 25.000

Validación y verificación: Para poder salir al mercado necesitamos evaluar la calidad o el éxito que llegará hacer nuestro restaurante.

- 1) Coste de producción.
- 2) Coste de materias primas.
- 3) Volumen de ventas.
- 4) Eficacia.
- 5) Satisfacción del cliente.
- 6) Competitividad.
- 7) Controlar y mejorar procesos.
- 8) Orientaciones.
- 9) Mejoras en el nivel de servicio

10) Tiempo de servicio.

Producción

Brochure: Es importante para poder describir, que hacemos, a qué nos dedicamos y que ofrecemos, y así nos podrán conocer nuestros clientes o futuros clientes.

<p>Punto saludable</p> <p>Complace tus gustos sin hacerte daño</p> <p>Santa Marta Magdalena</p>	<p>Que ofrecemos</p> <p>Ofrecemos un gran servicio a restaurante, donde brindamos una variedad de comidas rapidas como:</p> <p>Perro caliente Hamburguesas Salchipapas Pizza Entre otros</p>	<p>Como funcionamos</p> <p>Somos un restaurante de comidas rápidas muy saludables, que brinda un mejor cuidado para la salud.</p> <p>Donde los precios son muy considerables para nuestros consumidores.</p> <p>Con esta idea solucionaremos una problemática social, ya que suple una necesidad que es la comida y orienta a las personas a cuidarse por medio de lo que comen.</p> <p>Además generamos empleos, y ayudamos en medida un poco a este problema.</p>
---	---	--

Ficha técnica

FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO / SERVICIO
A. Nombre del producto o servicio; – Restaurante Punto saludable.
B. Composición del producto (materias primas) / líneas de servicio o portafolio;- Atención al cliente -Estrategias tecnológicas.
C. Presentaciones comerciales (litro, kilo, ml) / combos, paquetes especiales; -Comida rápida saludable- Descuentos- Promociones.
D. Tipo de empaque o embalaje /canal de información; Empaques de vidrios que serían los platos, vasos y los de aluminio (los cubiertos). - mediante meseros o virtualmente el canal de comunicación.
E. Material de empaque/ publicidad, brochure; -Elegante -estrategias de marketing-y marketing digital.
F. Condiciones de conservación; -Clima adecuado que sería el frio ya que serán productos para cocina.
G. Vida útil estimada / garantía; -Si se encuentra alguna anomalía o inconformidad en la comida se puede pedir respuestas
H. Porción recomendada /recomendaciones por tipo de cliente; -De 1 a 2 porciones por plato.
ELABORÓ: Restaurante Punto Saludable
REVISÓ
APROBÓ

Ciclo de vida: En esta etapa debemos saber en qué nivel nos encontramos.

Nos encontramos en la etapa de introducción “lanzamiento” ya que será nuestro comienzo en el mercado de restaurantes de comidas rápidas, tampoco sabemos cómo van a reaccionar los consumidores ante este nuevo restaurante, ya que también hay muchos competidores ya establecidos en el mercado.

SEMANA 10.

ACTIVIDAD DE PROTOTIPO

-Características del producto o servicio.

Nuestro producto o servicio es la comida rápida saludable, enfocándonos en brindar alimentos saludables que no afecten la salud de nuestros clientes, garantizando una línea de vida sana y promoviendo el bienestar de nuestros clientes.

-Características del prototipo

para la realización de los diferentes platos de comida rápida saludable utilizaremos máquinas a vapor las cual nos ayudará en el caso de las papas a la francesa a brindarle unas porciones saludables, libres de grasa y que cumplan con las expectativas del cliente, usaremos verduras frescas, conservadas, prepararemos salsas para las hamburguesas y demás las cuales no contienen tanta grasa y así de una u otra forma velar por el bienestar del cliente, las salchichas, tocinetas, y panes utilizados serán saludables y se freiran a vapor con nuestra máquina airfryer.

-Interacción del cliente con el prototipo.

Nuestros clientes tendrán la oportunidad de interactuar con el prototipo, ya que si así lo desea puede observar la preparación del plato o él mismo tener la oportunidad de servirse y darse cuenta de que nuestro producto es sumamente saludable, teniendo en cuenta la bioseguridad del producto y velando porque estos sean preparados con la mayor higiene posible.

-Evidencia del prototipo.





SEMANA 11

<p>Problema</p> <p>Algunos clientes no confían en que realmente sea comida rápida saludable</p>	<p>Solución</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Es una comida hecha a vapor 2. los platos son 99% saludables 3. Los platos son libre de grasa y no afectan tu salud 	<p>Propuesta de Valor única</p> <p>En el punto saludable, somos una empresa de comidas rápidas saludables preparadas a vapor, que vela por el bienestar de sus clientes y brinda platos saludables accesibles a todo tipo de público, visitanos para tener el gusto de atenderte.</p>	<p>Ventaja injusta</p> <p>Nuestro productos son saludables y preparados con higiene, cuidan la salud y el bienestar de los clientes.</p>	<p>Segmento de clientes</p> <p>Nuestra empresa está dirigida a personas que cuiden su estilo de vida y comen saludable</p>
--	---	---	---	---

	<p>Métricas Clave</p> <p>No dejar de preparar en nuestra máquina los platos y continuar con la mayor higiene posible siempre.</p>		<p>Canal es</p> <p>Contamos con página web, watsa ap, punto físico y redes sociales, que son vías de fácil acceso a nuestro negocio, por medio de estas pueden realizar su pedido a domicilio</p>	
<p>Estructura de costes</p> <ul style="list-style-type: none"> -Compra de productos necesarios para la realización de platos -Pago a trabajadores -medios de transporte para domicilios -servicios públicos en punto físico. -arriendo o compra del local -publicidad -entre otros 		<p>Fuentes de ingresos</p> <p>En nuestra inauguración, planteamos estrategias que nos sirvan de una u otra forma para generar ingresos considerables para mantenernos en el mercado, realizando promociones, mediante el cobro de domicilio, platos adicionales con mayor coste, etc.</p>		

SEMANA 12

Actividad de validación de negocios

Mediante la encuesta que realizaremos, vamos a abarcar un segmento de mercado el cuál nos arrojará resultados para la validación de nuestro negocio, en este caso escogimos a personas entre los 17 y 60 años de edad, la encuesta se realizará mediante la plataforma de Formularios Google con un número de 10 preguntas, además se les pedirá sus nombres y su edad, las preguntas a realizar serán relacionadas con las comidas rápidas y si estas han tenido algún punto negativo en cuanto a la salud de estas personas y si estas estarían dispuestas a consumir en un punto de comida rápida saludable.

SEMANA 13

1. Defina el objetivo de la investigación :

El objetivo de esta investigación, es conocer si las personas estarían dispuestas a comprar y visitar un punto de comida rápida saludable, en el cual estos podrán disfrutar de una deliciosa comida rápida saludable y nosotros contribuir en el cuidado de la salud de estos. una vez tengamos resultado positivos en la encuesta, procederemos con la aplicación de esta misma en nuestra idea de negocio, teniendo así un plus para alcanzar nuestros objetivos.

-Obtener resultados positivos en la encuesta para aplicarla en la idea de negocio

-Identificar las necesidades de los clientes

-Satisfacer las necesidades de nuestros clientes

2. Determinación del tipo de investigación.

La Investigación cuantitativa, ya que el método utilizado para la recolección de datos fue una encuesta.

3. Formulario de encuesta.

[https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdwkXCgMWvf9xsFAwdyceQ2E8oeKREKPBTOZWCTlw8A9AHO1w/viewform?usp=sf link](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdwkXCgMWvf9xsFAwdyceQ2E8oeKREKPBTOZWCTlw8A9AHO1w/viewform?usp=sf_link)

4. Determinar el tamaño de la muestra.

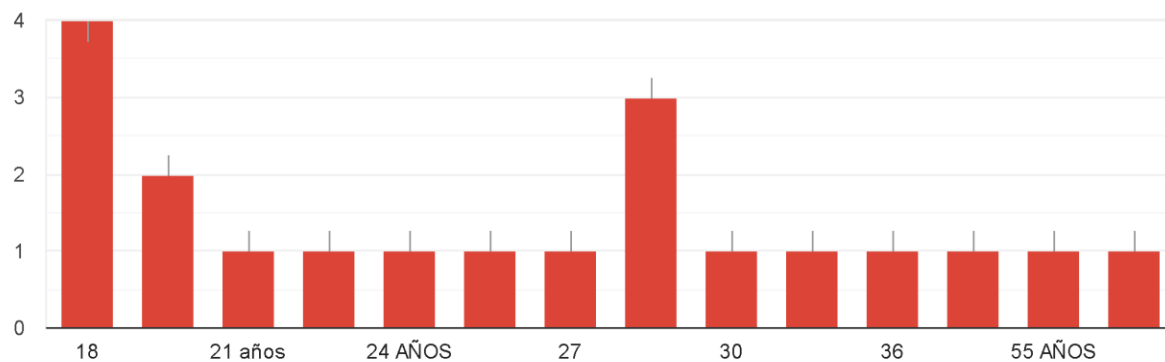
20 personas

SEMANA 14

Las edad destacada en la encuesta es de jóvenes de 18 años

Edad

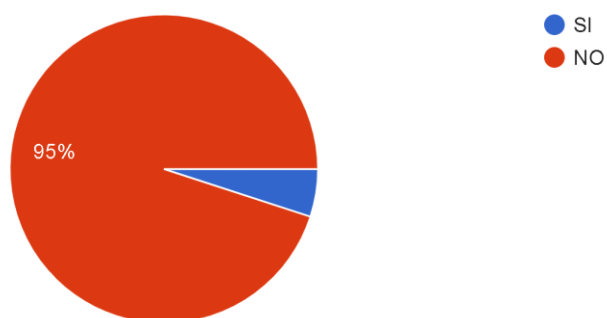
20 respuestas



El 95% de las personas indicó que las comidas rápidas no son buenas para la salud, mientras que el 5% de las personas considera que son buenas.

¿Son las comidas rápidas buenas para la salud?

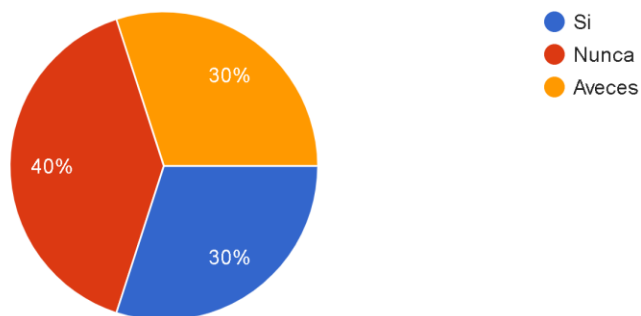
20 respuestas



El 40% de las personas ha llegado a tener problemas de salud a causa de las comidas rápidas, como se evidencia en la gráfica, el 30% responde que a veces, mientras que el otro 30% nunca ha tenido problemas de salud.

¿Ha llegado a tener problemas de salud?

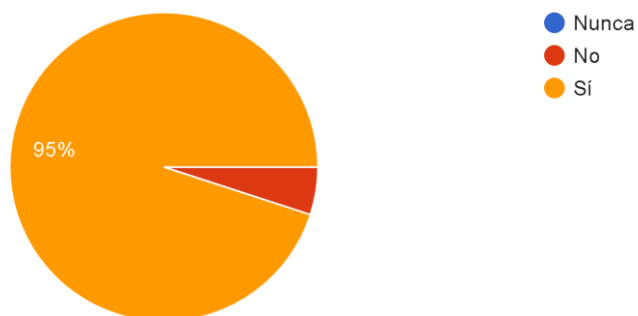
20 respuestas



El 95% de las personas considera que las comidas saturadas en grasa son malas para la salud

¿Sabías que las comidas saturadas en grasa son malas para tu salud?

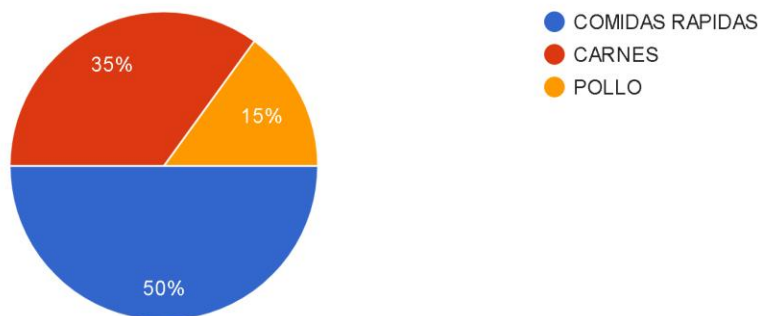
20 respuestas



En el gráfico podemos evidenciar que el 50% de las personas encuestadas les gusta consumir comidas rápidas, mientras que al 35% le gusta consumir carnes y al 15% de las personas consumen pollo.

¿Que tipo de comida te gusta consumir?

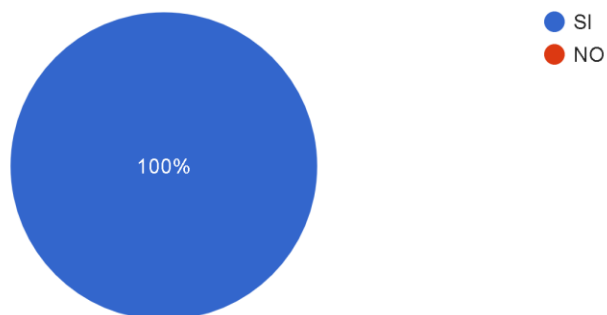
20 respuestas



podemos evidenciar que en esta gráfica al 100% de las personas le gusta la comida rápida

¿Te gusta la comida rápida?

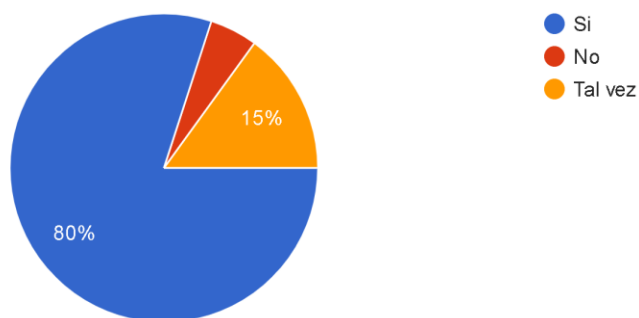
20 respuestas



Según la respuesta de los encuestados al 80% de ellos creen que al mercado puede llegar un restaurante especializado en la comida rápida saludable, el 15% tal vez , mientras que el 5% restante dice que no.

¿Crees que al mercado podría llegar un restaurante especializado en la comida rápida saludable?

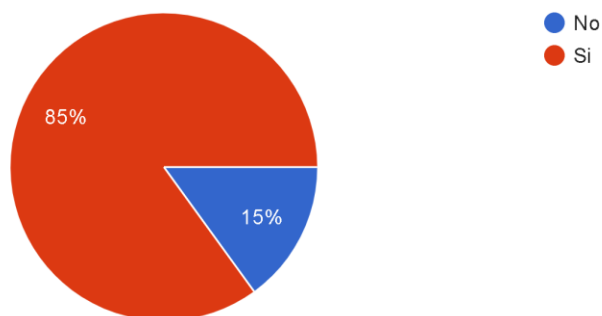
20 respuestas



El 85% de las personas estarían dispuestas a comprar y consumir en el restaurante de comida rápida saludable.

¿Estarías dispuesto a comprar y consumir en el restaurante de comida saludable?

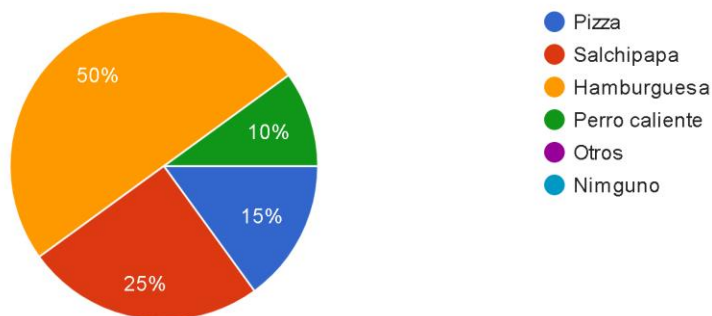
20 respuestas



dentro de las variedades de comida rápida al 50% de las personas le gusta comer Hamburguesa, al 25% salchipapa, al 15% pizza y al 10% perros calientes.

¿De la variedad de comida rapida, cual te gusta mas?

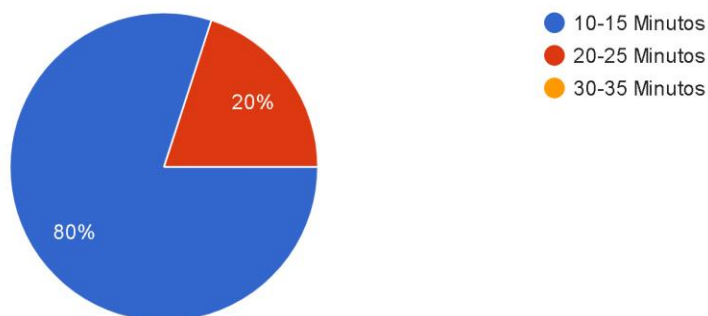
20 respuestas



En el tiempo de espera que el cliente desearía estar a la espera de su pedido el 80% de las personas responde que de 10 a 15min, mientras que el 20% responde que de 20 a 25 min

¿Cuanto tiempo te gustaría esperar tu pedido?

20 respuestas



El 95% de las personas encuestadas está dispuesta a llevar una vida saludable

¿Estarías dispuesto a llevar una vida totalmente saludable?

20 respuestas

