

PROYECTO CAFÉ BAR TENTACIONES COLOMBIANAS

PRESENTADO POR

LAURA MILENA ROCHA

NATALIA CAMARGO RODRIGUEZ

CREACION DE EMPRESAS II

CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR – CUN

ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

BOGOTÁ D.C., NOVIEMBRE 2020

Logo y Redes sociales



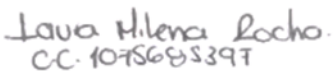
<https://www.facebook.com/tentaciones.colombianas.12>

<https://guiacolombia.com.co/empresas/cafe-bar-tentaciones-colombianas.html>

COMPROMISO DE AUTOR

Yo, Laura Milena Rocha Robayo con célula de identidad 1075685397 de Zipaquirá y estudiante del programa Administración de empresas, declaro 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 hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firma: 
CC. 1075685397

COMPROMISO DE AUTOR

Yo, Natalia Camargo Rodríguez con célula de identidad 1016102814 de Bogotá y estudiante del programa Administración de empresas, declaro 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 hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firma: 

Resumen Ejecutivo

Resumen

En la actualidad los mercados han evolucionado han cambiado de una manera extraordinaria, los perfiles de los consumidores han variado y por medio de este trabajo conoceremos e impulsaremos nuestra creación de empresa, en el municipio de Chía – Cundinamarca (Colombia). Por medio de este punto llegaremos a estrategias y especialmente dirigidas a nuestros clientes, pues ellos son una pieza fundamental para lograr llegar al posicionamiento de la marca y de nuestros productos. Para el desarrollo de nuestro proyecto debemos conocer cada rincón del mercado, de la marca digital, de la segmentación del mercado, las características de los consumidores, es decir, en que rango de edades nos vamos a enfocar, en el género, en la marca de los productos, en la cantidad o con qué frecuencia compran el café o las bebidas ofrecidas, también nos enfocamos en el tipo de establecimiento ofrecido que sea amplio y acogedor para los clientes pues ellos también tiene la libertad de elegir la temática que quieren, es decir alguna fecha especial ya sea un cumpleaños o aniversario entre otros temas, pues hemos llegado a la conclusión que es lo que más le atrae al público, es decir la diversión y la tranquilidad.

Introducción

Hoy en día en Chía Cundinamarca existen diferentes tipos de Café-Bar, pero estos no son tan sofisticados como el de nosotros pues es una idea de negocio innovadora, una idea que les gustará mucho a nuestros clientes pues el ambiente será acogedor, con temáticas diferenciadoras con un área llena de tranquilidad y la otra a gusto de los consumidores. Por lo anterior decidimos llevar esta idea de negocio de acuerdo a estudios realizados en Colombia, el café es la bebida que más consumen los colombianos sumado por el agua de llave y se suma el café con leche. Según estudios realizados por Toma Café y la Federación Nacional de Cafeteros, el 92% de las personas mayores de 18 años dicen ser consumidora de café, sin embargo, los jóvenes buscan opciones frías, diferentes, por ende, hoy en día se ven granizados entre otros con fin de satisfacer las necesidades de los consumidores en referencia a los diferentes gustos que hay en el mercado, mientras que los adultos prefieren productos que generen una carga en su día. En el país, se registra que el consumo anual continuo con un crecimiento del 4% es por esto que se nos dio la oportunidad o el espacio de abrir esta idea de negocio pues hay que aprovechar que los consumidores colombianos han pasado del tinto tradicional a la gran variedad de preparaciones que hoy en día se pueden ofrecer.

Referente al bar es uno de nuestros elementos importantes pues es de gran importancia para la sociedad y más cuando, nuestro portafolio es amplio en licores y en temáticas, este café bar se encuentra situado en la calle principal de Chía pues es la calle principal con mayor comercio ya que este proyecto está con el objetivo de saciar las necesidades de los consumidores pues serán quienes nos ayudarán a impulsarnos, los bares temáticos últimamente han crecido de manera satisfactoria y sabemos que por nuestra zona no hay un lugar como el de nosotros.

Tentaciones colombianas busca ser un gran diferenciador en el mercado, busca tener clientes preferentes, pues este proyecto beneficia a los habitantes de Chía, como ha profesionales,

estudiantes, es decir al público en general. Y en lo principal ayudar a generar empleo, ayudar a la economía y además de ello buscamos que el consumo sea alto tanto como en café como en licores.

Objetivos

Objetivo General

Determinar los perfiles y necesidades del consumidor para la creación de nuestra empresa, que brinde aquellas características de innovación, entretenimiento y estrategias que aumenten la participación en el municipio de chía.

Objetivos Específicos:

- Definir el perfil del consumidor en cuanto a las preferencias, necesidades y hábitos de consumo en el municipio de chía.
- Evolucionar y proponer estrategias que lleven el aumento en la participación del mercado.
- Ofrecer un producto y servicio de buena calidad con un precio justo para nuestros consumidores.
- Producir bebidas y alimentos para ser comercializados en nuestro ambiente acogedor.

Claves para el éxito

La idea de negocio está enfocada en las satisfacer las necesidades de los consumidores, de acuerdo a nuestras estrategias y objetivos que ayuden a impulsar nuestro cumplimiento y nuestro proyecto adelante, por ejemplo: en Tentaciones colombianas buscamos que el cliente este siempre cómodo por el servicio y el medio ambiente, por eso es que diseñamos las temáticas para que interactúen compartan, se sientan en un lugar único, algo que digan ellos este es el lugar al que siempre quiero volver, porque aparte de llegar a los corazones de nuestros clientes queremos dejar una huella, una esencia, por la cual siempre nos prefieran.

Productos de calidad, precios que sean aptos para nuestros clientes, promociones y entre otros factores únicos son los que nos diferenciara y nos ayudaran al éxito de la idea de negocio presentada.

1. DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NOGOCIO

1.1. Descripción de la idea de negocio

- ¿Cuál es el producto o servicio?

Satisfacer las necesidades de los clientes en la creación de un café bar con identidad colombiana, en el sector de chía que brinde nuevas alternativas de innovación y entretenimiento al igual que la variedad de productos y servicios.

- ¿Quién es el cliente Potencial

Nuestros clientes potenciales son los jóvenes pues son nuestra mayor fuente de ingresos, debido a que ellos van conociendo siempre gente y en un posible futuro son quienes nos van a traer clientes nuevos y estos a su vez no generan posibles ingresos futuros.

- ¿Cuál es la necesidad?

Para nosotros como empresa es importante que nuestros clientes se sientan satisfechos a la hora de entrar a nuestro establecimiento, pues ellos son nuestra fuente de vida, por ende, a la hora de la compra entregamos un producto refrescante en excelente estado y lo más importante que sea lo que el cliente solicite, pues es de vital importancia que nuestro servicio de pertenencia, seguridad y reconocimiento.

- ¿Cómo?

Tentaciones colombianas tiene como objetivo la localización principal del parque central de chía, fue escogida para el desarrollo del proyecto por diferentes variables que permiten que nuestro proyecto sea viable.

- ¿Por qué la preferirán?

De acuerdo a nuestro estudio realizado, sabemos que marcaremos huella debido a la confianza que brindaremos, a la experiencia, pues nuestro entretenimiento como ya lo dijimos será personalizado y esto llama la atención en gran medida, aparte de las actividades que se brindan para pasar más tiempo en familia y amigos, sabemos que un factor diferenciador sería el precio y promociones en días especiales, esto captará más la atención del cliente y este también sería un gran factor por el cual nos preferirán.

Descripción de la idea de negocio.

La descripción o la idea de negocio, en este caso la que estamos por iniciar debido a su nombre Tentaciones Colombianas, en la que deseamos transmitir una idea general y bien estructurada, las cualidades únicas que hacen diferente nuestra idea frente a las empresas similares que compiten por los mismos clientes, es tratar de fundir pasión por la tradición, por lo original y único.

Se pretende establecer las necesidades del consumidor de buscar un espacio para poder pasar un rato con amigos y poder conversar cómodamente. Este proyecto pretende incluir dos ambientes uno en cafetería y el otro de un bar, pero el bar siempre va a tener temáticas diferentes para que el cliente se sienta a gusto y en ambiente.

Hoy en día es muy común encontrar establecimientos como cafeterías donde solo venden lo común o en el bar lo que más abunda es la cerveza, por ello nos esforzamos por explorar diferentes bebidas que tengan gran impacto hacia los clientes, por eso nuestro portafolio es bien amplio tanto como en bebidas alcohólicas como para bebidas de la cafetería y snacks. Por último y acorde con el esquema definiremos estrategias que sirvan para emprender nuestro proyecto.

La idea de negocio es fundamental en todo plan de estudios, pues detallamos las ventajas competitivas y lo que queremos hacer y brindar a nuestros clientes, esta idea nace para todo tipo de edades, especialmente está enfocada hacia los jóvenes, hacia los estudiantes, familias y temáticas que los clientes soliciten.

Es precisamente que nuestro diferenciador será ofrecer un servicio personalizado, de acuerdo a cualquier evento que adquiera el cliente, tanto como la música y bebidas, ya que todo lo que ofreceremos será 100% producto colombiano, diferente pasa bocas, variedad de frutas típicas de cada una de las regiones de nuestro país.

1.2. MODELO DE NEGOCIO

1.2.1. Estructurar la idea de negocio y defina el negocio a través del siguiente lienzo:

SEGMENTO ¿Quiénes son los clientes?	DEBE RESOLVER PROBLEMAS O SATISFACER NECESIDADES ¿Cuál es la propuesta de valor?	ARQUITECTURA DEL SERVICIO ¿Cuáles son los recursos y procesos necesarios?
Segmentación geográfica: Parque central de Chía Segmentación demográfica: Edad: 18-40 años. Segmentación pictográfica: Estilo de vida. Nuestro Café- Bar tiene claro que el mercado objetivo de la zona tiene diferentes gustos.	Tentaciones Colombianas desea ser una empresa que lidere en el sector de café bares en el municipio de Chía, que se diferencie de los demás por ser un lugar cómodo que brinde un servicio de ámbito cultural, social y colectivo, adicional que sea reconocido por tener innovación tecnológica, por proporcionar atención personalizada, que los clientes no busquen los productos por su bajo costo si no que lo busquen por la relación de calidad-precio aumentando las expectativas de los clientes. Que el cliente empiece a notar las estrategias de diferenciación que ofrecemos respecto a otros café	Los recursos básicos que el Café-Bar Tentaciones Colombianas requiere para desarrollar la idea de negocio son: recursos humanos, recursos financieros propios, recursos materiales, instalaciones, equipo, materias primas para la elaboración del producto y recursos técnicos o tecnológicos. Dentro de los procesos necesarios encontramos la capacitación del personal (lo cual permitirá brindar un servicio de calidad), las relaciones con los proveedores, la caracterización económica y la constitución legal de la idea de negocio.

	<p>bases y poder satisfacer las necesidades del cliente proporcionándoles seguridad, tranquilidad y diversión y de alguna u otra forma ayudándole a conseguir sus sueños mediante la relación del sitio, producto, cliente y familia, por ende, se ofrece una alta variedad de productos, contenido original en cuanto a las temáticas.</p>	
<p>COSTOS Y PRECIO ¿Cuáles son los costos para entregar una propuesta de valor?</p>	<p>MECANISMOS DE ENTREGA ¿Cómo se entrega la propuesta de valor?</p>	<p>GANANCIAS ESPERADAS ¿Cómo generar ingresos y fuentes de financiación?</p>
<p>Según el análisis de precios que realizamos en el sector la estrategia de fijación de precios geográfica teniendo en cuenta que el servicio y los productos que vamos a ofrecer a nuestros clientes los podemos encontrar en la</p>	<p>En nuestro café bar nos vamos a enfocar en los productos a base de café en sus distintas presentaciones, diferentes pasa bocas y variedad de en el portafolio de bebidas con o sin alcohol.</p>	<p>Inicialmente se acudirá a medios de financiación para obtener los recursos necesarios, lo cual se hace con la confianza de obtener la máxima utilidad, ya que con el funcionamiento del establecimiento se espera</p>

<p>zona por nuestra competencia directa e indirecta.</p>	<p>Atributos físicos en las instalaciones se verá reflejada la imagen colombiana resaltar la cultura, ofreciendo un servicio completo en el ámbito social, cultural y colectivo del municipio de Chía. Atributos funcionales ofreceremos variedad de sabores, colores y texturas con nuevos diseños que sean llamativos en donde se verá reflejada la originalidad de nuestra empresa, con presentaciones únicas con un valor agregado en la calidad y la atención que se le brindara de manera personalizada que permita satisfacer sus necesidades.</p>	<p>obtener una buena liquidez para así mantener el proyecto a flote.</p>
<p>RECURSOS ¿Cómo puede ser sostenible?</p>	<p>FIDELIDAD ¿Cómo se puede generar relaciones con los clientes?</p>	<p>CADENA ¿Qué alianzas estratégicas se pueden generar?</p>

<p>Vamos a diferenciar la oferta de productos para llegar al objetivo de satisfacer las necesidades múltiples de nuestro mercado objetivo, gracias a ella podemos optar por una gran cobertura del producto y por una especialización selectiva en este caso podemos lograr la diferencia del producto basándonos en una adaptación de la forma llamativa en cuanto a la parte física del producto.</p>	<p>Los principales beneficios de nuestro servicio serán de ámbito cultural, social y colectivo, ya que las personas tendrán acceso a un sitio donde podrán entretenerse, pasar un rato agradable, conocer gente nueva. Para fidelizar nuestros clientes se creará lo siguiente: Estrategias de email marketing en fechas especiales o de bienvenida. Que el contenido en nuestras redes sociales sea de valor para que el cliente interactúe con nuestro producto. Ofrecer la integración de todos los medios de pago y adicional incluir la estrategia de las compras como envíos gratis, adicional brindarle información al cliente sobre el estado del pedido, mediante el WhatsApp Bussines.</p>	<p>Dentro de las alianzas estratégicas que se pueden generar encontramos a nuestros proveedores quienes mediante el compromiso mutuo nos permitirán beneficiarnos y brindar un servicio de calidad. Puesto que juegan un papel muy importante el cual nos ayuda a equilibrar nuestro negocio y crear alianzas estratégicas. Ejemplo: Los proveedores más importantes son los del café y los licores.</p>
---	--	--

1.2.2. Escoja un modelo de negocio de ventas por internet y responda las siguientes preguntas:

Nosotros escogimos Peer to Peer

a) ¿Cómo captará sus clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?

Es una comunidad colaborativa ya que nos podemos vincular con un proveedor de servicios y así llegar al cliente más rápido, es decir ejemplo si estamos entrando a un aplicativo sea juego o en YouTube, nuestra publicidad llegara al cliente en cuestión de segundos.


b) ¿Como y que alternativas ofrecerá a los clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?

Por medio de la publicidad es decir promociones, así los clientes les llaman la atención es decir entraran a nuestra página Facebook, e Instagram con el fin de solicitar el producto, debido a que tenemos una amplia variedad de productos ya que, no solo nos enfocamos en lo común si no que siempre estamos innovando.

c) ¿Como cerrara la venta por Internet y cuáles podrían ser los métodos de pago utilizados acorde al modelo?

Las ventas por internet serán vía Facebook, Instagram y WhatsApp, por esos tres medios se puede concretar la venta, y los métodos de pago serán contra entrega o por medios electrónicos, es decir tarjetas de crédito o pse.

2. INNOVACIÓN SOSTENIBLE Y ECOLÓGICA

	AGUA	ENERGÍA	MATERIAS PRIMAS	EMISIONES	RESIDUOS
<p>Producto o servicio</p> <p>¿El producto tiene un eco diseño?</p>	<p>Si usamos el agua frecuentemente más que todo para los baños, se tiene la idea de tanques que reciclan el agua de las lluvias y que están directamente conectadas a las instalaciones del baño. En cuanto a lo demás si lo tomamos del acueducto debido que es para consumo</p>	<p>En la energía se utilizan bombillos led vintage en forma de globo y cadena nos da un bajo consumo y nos ayuda a contribuir con el medio ambiente, los equipos que se utilizan es un equipo mini</p>	<p>No utilizamos ningún tipo de químico. Los insumos que utilizamos es más que todo en panadería y lácteos pues tenemos variedad de productos. Los envases son biodegradables llevan nuestra marca, los demás son en cerámica y vidrio. Los empaques y el embalaje que utilizamos</p>	<p>Si hemos medido la huella de carbono le debemos 10 árboles compensando la huella, es decir podemos apadrinar árboles para ayudar al medio ambiente y así ayudamos a disminuir las emisiones</p>	<p>Los residuos que deja el consumidor se utilizan para alimentar a los animalitos, a los indigentes que están en las calles, así no perdemos o votamos la comida si no que se la damos a quien lo necesita, es decir los</p>

	<p>del ser humano.</p>	<p>componente y altavoces que nos permite un buen nivel acústico.</p>	<p>también son biodegradables.</p>		<p>ponqués, cafés y todo en cuento a cafetería.</p>
<p>Marketing ¿Realiza algún tipo de campaña que favorezca el medioambiente?</p>	<p>Si tenemos publicidad en gran parte del establecimiento más que todo en los baños para que los consumidores recuerden lo importante que es que cuidemos el agua ya que es parte fundamental de nuestras vidas.</p>		<p>Siempre en todos los empaques hacemos campaña para que el personal y las personas que consumen el producto se den cuenta de la importancia de cuidar el medio ambiente.</p>		

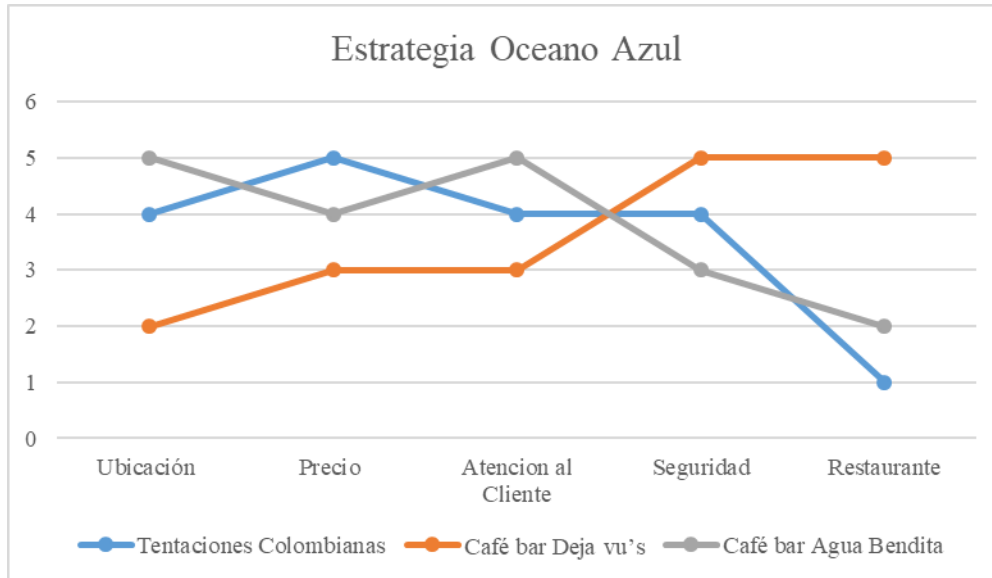
3. ANÁLISIS DEL SECTOR

3.1. ESTRATEGIA OCÉANO AZUL

- Identifique quién es su competencia
- Defina las variables importantes para su idea de negocio
- De le un valor de (1 a 5)
- Desarrolle la estrategia con su explicación de (incrementar, reducir, eliminar o mantener)

Desarrolle estrategias claras con respecto a las variables importantes que van a diferenciarlo con su competencia:

	Ubicación	Precio	Atención al Cliente	Seguridad	Restaurante
Tentaciones Colombianas	4	5	5	4	3
Café bar Dejavu's	2	3	3	5	5
Café bar Agua Bendita	5	4	4	3	2
Estrategia	Incrementar	Mantener	Incrementar	Incrementar	Eliminar



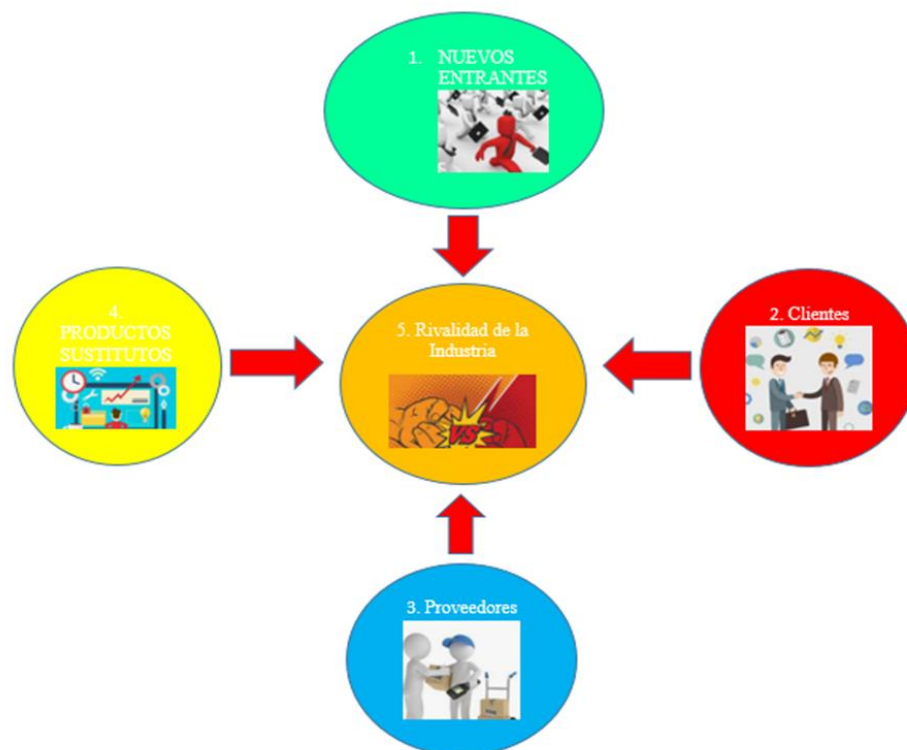
Estrategia incremental: dentro de esta estrategia se encuentran 3 variables que frente a la competencia debemos fortalecer como lo son la ubicación, atención al cliente y la seguridad ya que juegan un papel importante al momento del cliente realizar su elección. Cuando hablamos de la ubicación se analizó el sector más concurrido y sobresaliente para la diversión en Chía, la zona del parque central es una de las más concurridas y por esta razón nos pareció adecuado por el reconocimiento de los establecimientos ya que nosotros podemos captar y atraer más mercado para el sector.

Cuando hablamos de atención al cliente es importante resaltar el posicionamiento con el cual cuenta la competencia es por ello que debemos incrementar y analizar que estrategias se podrían implementar para fortalecer y generar filiación con nuestros clientes. Por último esta la seguridad una variable que necesitamos incrementar ya que cuando hablamos de seguridad no solo hablamos de la ubicación o del establecimiento como tal sino también podemos hacer referencia a la seguridad que le podemos generar a nuestros clientes al momento de consumir todos nuestros productos.

Estrategia Eliminar: dentro de las fortalezas de la competencia encontramos el servicio de restaurante el cual no aplica para nosotros puesto que el servicio que deseamos ofrecer no incluye esta opción dentro del portafolio, basados en ello podemos pensar en una estrategia de diferenciación que fortalezca el servicio que brindamos.

Estrategia Mantener: en esta ubicamos una variable de gran importancia como lo es el precio puesto que la idea es penetrar en el mercado con un precio exequible que no solo sea llamativo, sino que podamos dar a nuestros clientes la relación calidad-costos, que a la vez nos permite ser más competitivos en el mercado. Como lo nombramos anteriormente según el análisis de precios que realizamos en el sector nos basaremos en la estrategia de fijación de precios geográfica, teniendo en cuenta que el servicio y los productos que vamos a ofrecer a nuestros clientes los podemos encontrar en la zona por nuestra competencia directa e indirecta.

3.2. ANÁLISIS DE PORTER



Las cinco fuerzas determinan la intensidad competitiva en el sector, por ende, resulta crucial

Poder de negociación con los clientes: Los clientes son importantes para nuestra empresa pues tendremos los clientes que serán siempre fieles a nosotros y otros que nos pueden visitar cada año, es decir vuelven, pero esporádicamente, sin embargo, el hecho de sea más sensible el precio y conocer los detalles del cliente, con estudios y encuestas por eso cuando vuelvan la experiencia será lo más agradable posible pues una de las claves para mantener la clientela.

Por ende, una buena promoción y publicidad será importante para darnos a conocer y así poder llegar a los clientes que no nos conocen y nos visiten por primera vez, para que sientan esa huella que transmitimos.

Poder de negociación con los proveedores: Los proveedores son fundamentales en nuestra empresa pues son quienes inyectan los suministros para poder llegar a la cima del éxito, por lo cual siempre es importante mantener una muy buena relación con ellos, negociar y mantener los suministros más importantes pues ya se tiene una confianza y ellos ya saben el nivel de ventas que podemos alcanzar, pues nos darán precios realmente competitivos por lo que es más probable que estemos obteniendo más margen bruto que la competencia en algunos productos, por eso es que son tan importantes para nosotros.

Amenaza de productos sustitutos: Las empresas hoy en día están compitiendo debido a que hay empresas que tiene la misma característica y estos limitan los rendimientos de un sector como el de nosotros, por ende, debemos ofrecer nuestros productos de manera atractiva para poder generar altas utilidades. Por ende, podría pasar que los clientes preferentes que tengamos se vayan si nos les brindamos comodidad en precios es decir ofertas por lo cual debemos implementar estrategias:

- Diminución en precios, es decir precios asequibles
- Promociones que llamen la atención al consumidor
- Un excelente servicio de calidad

Amenaza de productos entrantes: Al entrar al mercado no sería raro que entren nuevos competidores que ofrezcan tanto productos como servicios similares, tendrán más fácil aproximarse a nuestros productos en lo referente en cafetería y licor, pero en algo muy importante en que, si los podemos diferenciar en el trato hacia el consumidor, el ambiente, entre otros, por eso siempre es importante estar atento a los cambios que nos trae el comercio, las tecnologías pues gracias a ello podemos actuar de forma rápida y así estar al nivel de ese nuevo competidor, sin embargo la elaboración de nuevas ideas será propias pues es también una clave importante que nos diferencia.

- Mejorar los canales de ventas.
- Diversificar la producción hacia posibles productos sustitutos en el mercado.
- Realizar una mejora en los canales de venta.
- Incrementar la calidad del producto.

Rivalidad entre los competidores: Este es uno de los aspectos más claves pues debemos evaluar al detalle, debemos marcar la diferencia, ser un factor de marketing diferenciador, y llevar a cabo una estrategia ganadora. La competencia nos exigirá estar en continua mejora y estar siempre cambiantes a los gustos o necesidades del consumidor. Esta será una de las claves que nos diferenciarán de la competencia ya sea en productos o servicios, para analizar a los rivales de nuestro sector sería desglosando la competencia, estudiarla por crecimiento, costes, entradas y salidas.

- Rebajar nuestros costes fijos.

- Mejorar la experiencia del usuario.
- Realizar un aumento en la inversión de Marketing.

4. MARKETING MIX

Estrategias de producto para clientes

Núcleo:

- **CAFÉ:** es la bebida que se obtiene a partir de las semillas tostada y molidas de los frutos de la planta del café, es una bebida altamente estimulante por su contenido de cafeína. Se caracteriza por su aroma, sabor y acidez, a nivel mundial tiene una gran variedad de modalidades de ser tomado
- **LICOR:** bebida alcohólica de alta graduación que se obtiene por destilación en especial la de sabor dulce elaborado con esencias o sabor a frutas hierbas o especias o con extractos vegetales como lo son: el aguardiente, el coñac, el whiskey, el vodka entre otros.
- **PASABOCAS:** porción de comida pequeña que se consume generalmente acompañada de alguna bebida. Estos pueden ser dulces o salados según el gusto del comensal.
- **PUNTO DE VENTA:** el local estará ubicado en el sector de Chía, nuestro Café- Bar “Tentaciones Colombianas”, además de brindar variedad de productos ofreceremos el servicio a domicilio.

Calidad:

En Tentaciones Colombianas nos vamos a enfocar en ofrecer una variedad de productos colombianos como el café, diferentes pasa bocas y variedad de licores. Los atributos físicos del café bar se caracterizará en las instalaciones las cuales reflejan la imagen colombiana de igual manera los productos y materiales típicos colombiano, lo cual permite marcar la diferencia ante la competencia.

Envase y diseño:

Ofreceremos variedad de sabores, colores y texturas con nuevos diseños en las copas y demás, en donde se verá la originalidad de nuestra empresa, con presentaciones únicas reflejando la calidad del servicio.

Servicio:

Nuestro producto será ofrecido mediante un servicio, el cual será para su consumo final, el cual contara con las siguientes características que permiten marcar la diferencia:

- Ofrecemos gran variedad de cocteles, cafés y pasa bocas.
- Noches temáticas, karaoke, baile, disfraces.
- Ofreceremos días de Happy hour
- Abriremos en diferentes horas del día mañana, tarde y noche
- Nuestra decoración le dará un toque de tranquilidad, armonía a nuestro café bar.
- Nuestro café bar se destacará por la atención al cliente
- Alquilaremos nuestro lugar para diferentes eventos.

Portafolio

- Servicio de cafetería: esta recibe un público más variado, miembros de una familia, y dispone también de mesas y sillas para que los clientes puedan permanecer mayor tiempo.
- Servicio de pub: es el que abre de noche, las personas podrán elegir su música preferida y vende preferiblemente bebidas alcohólicas.
- Servicio de restaurante: este corresponde al servicio que brindamos de pasa bocas, que los clientes se sientan cómodos para consumirlos.

- Servicio de taberna: generalmente ofrece la posibilidad de consumir comida en un entorno informal, en la barra o en mesas, contará con el servicio por parte del establecimiento.

Estrategia de precios

Fijación de precios basados en la competencia: teniendo en cuenta que en el sector encontramos más establecimientos que ofrecen el mismo servicio, se toma la decisión de tomar los precios de la competencia para establecer los precios propios. De acuerdo con los objetivos del café bar las tácticas de penetración en el mercado pueden variar ya que para nosotros es importante resaltar la calidad del servicio, que los clientes no busquen los productos por su bajo costo si no que los busquen por la relación de calidad-precio aumentando las expectativas de los clientes.

PRODUCTO	Vaticano	Deja'vus	Barcelona	San Sebastián
Cerveza	3.000	3.000	3.000	2.500
Néctar ½	30.000	30.000	25.000	24.000
Néctar botella	50.000	50.000	55.000	54.000
Antioqueño ½	35.000	35.000	29.000	28.000
Antioqueño botella	55.000	60.000	55.000	55.000
Café	1.000	1.000	1.500	1.500

Costos:

ARROZ CON LECHE

ITEM	UNIDAD DE COSTEO			COSTO UNITARIO	CANTIDAD A USAR		CONVERSIÓN		COSTO VARIABLE UNITARIO
INSUMOS DE OPERACIÓN									
LECHE	litro	1	L	\$ 800	88,0	ml	0,088	L	\$ 70
ARROZ	libra	500	G	\$ 700	100	G	0,2	L	\$ 140
AZUCAR	libra	500	G	\$ 600	28	g	0,056	libra	\$ 34
CANELA EN POLVO	paquete	50	G	\$ 1.000	1	u	0,02	paquete	\$ 20
UVAS PASAS	paquete	500	G	\$ 1.000	1	g	0,002	paquete	\$ 2
SUBT LO									\$ 266
MATERIALES									
CANASTILLO GALLETA	paquete	54	u	\$ 3.000	1	u	0,01851852	paquete	\$ 56
SUBT MATER									\$ 56
M.O.D									
BARMAN	hora			\$ 4.399	0,036842105				\$ 162
								C. V. U.	\$ 484

SALARIO BASE DE LIQUIDACION	CARGA PRESTACION AL		HORAS MENSUALES
\$ 750.000	22%	\$ 915.000	208

UNIDADES A PRODUCIR	MARGEN DE GANANCIA
1900	30%

COSTOS FIJOS
\$ 2.700.000

C. F. H.	\$ 12.981				
C. F. U.	\$ 478				
COSTO TOTAL UNITARIO	\$ 962	PRECIO DE VENTA	\$ 1.374	VENTAS DEL MES	\$ 2.610.774
GANANCIAS	\$ 412	COSTOS DEL MES	\$ 1.827.542		
	\$ 783.232				
	3,99	1.374,09			

CAPUCHINO DE CAFÉ, PLÁTANO Y LECHE DE ALMENDRAS

ITEM	UNIDAD DE COSTEO			COSTO UNITARIO	CANTIDAD A USAR		CONVERSIÓN		COSTO VARIABLE UNITARIO
INSUMOS DE OPERACIÓN									
CAFÉ EXPRESO	unidad	3	U	\$ 4.600	13,0	ml	0,013	L	\$ 60
LECHE	litro	1	L	\$ 800	0,25	u	0,025	u	\$ 20
AZUCAR	libra	900	G	\$ 1.300	50	g	0,1	paquete	\$ 130
GELATINA	caja	20	g	\$ 300	10,0	g	0,5	caja	\$ 150
HUEVO	cupeta	30	u	\$ 5.800	1	u	0,03	cupeta	\$ 193
ALMENDRAS CRUDAS	paquete	50	g	\$ 1.500	12,5	g	0,25	paquete	\$ 375
PLATANO	unidad	1	u	\$ 300	0	u	0,25	paquete	\$ 75
SUBT Insumos									\$ 1.003
MATERIALES									
POCILLO	caja	10	u	\$ 1.800	1	u	0,1	paquete	\$ 180
PLATO	caja	10	u	\$ 1.400	1	u	0,1	paquete	\$ 140
SUBT MATER									\$ 320
M.O.D									
BARMAN	hora			\$ 4.399	0,02				\$ 88
								C. V. U.	\$ 1.411

SALARIO BASE DE LIQUIDACION	CARGA PRESTACIONAL		HORAS MENSUALES
\$ 750.000	22%	\$ 915.000	208

CAFÉS	MARGEN DE GANANCIA
3000	15%

COSTOS FIJOS
\$ 2.700.000

C. F. H.	\$ 12.981				
C. F. U.	\$ 260				
COSTO TOTAL UNITARIO	\$ 1.671	PRECIO DE VENTA	\$ 1.966	VENTAS DEL MES	\$ 5.896.692

GANANCIAS	\$ 295	COSTOS DEL MES	\$ 5.012.188
	\$ 884.504		

\$ 1.323

1,87 - 1.913,79

SALARIO BASE DE LIQUIDACION	CARGA PRESTACIONAL		HORAS MENSUALES
\$ 750.000	22%	\$ 915.000	208

LULADA	MARGEN DE GANANCIA	COSTOS FIJOS	
1200	30%	\$ 2.700.000	
	C. F. H.	\$ 12.981	
	C. F. U.	\$ 757	
	COSTO TOTAL UNITARIO	\$ 2.440	PRECIO DE VENTA \$ 3.486
	GANANCIAS	\$ 1.046	COSTOS DEL MES \$ 2.928.587
\$ 1.427		\$ 1.255.109	VENTAS DEL MES \$ 4.183.695

Estrategia de distribución directa

Este describe una situación en la que el productor vende un producto directamente a un consumidor sin la ayuda de intermediarios. Una cadena de distribución directa puede implicar una venta cara a cara, ventas por computadora o por correspondencia, pero no implica ningún tipo de distribuidor que no sea el productor original. Basados en esto le brindaremos a nuestros clientes un servicio directo que estará acompañado de estrategias que permitan tener una experiencia positiva para que los consumidores se sientan como en casa.

Estrategia de comunicación

Nos apoyaremos en los proveedores y en nuestros colaboradores, quienes juegan un papel muy importante a la hora de cumplir con las expectativas de los clientes.

Marketing Mix						
Estrategia	Objetivo Smart	Como	Quien	Cuando	Donde	Valor
Producto	Satisfacer las necesidades múltiples de nuestro mercado objetivo	Alcanzar y mantener los más altos estándares de satisfacción al cliente en nuestra industria, a través de productos y servicios innovadores.	Nos apoyaremos en los proveedores y en nuestros colaboradores, quienes juegan un papel muy importante a la hora de cumplir con las expectativas de los clientes.	Se realizará un estudio de mercado en el cual aplicaremos una encuesta para conocer las necesidades del mercado objetivo y cómo podemos satisfacerlas.	La atención hacia los clientes se realizará de forma personalizada por los meseros y administrador del Café Bar	El costo de los productos variara de acuerdo a los proveedores.

Precio	Mantener una óptima relación entre calidad y precio.	Evolucionar económica mente, como negocio que logre cumplir de manera eficiente los gustos y necesidades de nuestros clientes.	Teniendo en cuenta que en el sector encontramos más establecimientos que ofrecen el mismo servicio, se toma la decisión de tomar los precios de la competencia para establecer los precios propios.	El análisis de precios se realizará en el parque central de chía donde está ubicado nuestro café bar.	El estudio de precios se realizará en el sector de Chía, donde ubicaremos nuestro establecimiento.	La fijación de precios se basará en la competencia, teniendo en cuenta que en el sector encontramos más establecimientos que ofrecen el mismo servicio.
---------------	--	--	---	---	--	---

Promoción y comunicación	Diseñar paquetes de descuentos y ofertas enfocadas a atraer a nuevos clientes al establecimiento, satisfacer los intereses de los clientes habituales y generar interés en el público.	Responder a las necesidades de los clientes en un espacio de tiempo breve, garantizando o plenamente su satisfacción en cada una de nuestras acciones y productos.	Nos apoyaremos en las redes sociales para dar a conocer nuestros servicios, Dentro del contenido de estas páginas podrán encontrar nuestro portafolio, ubicación, eventos próximos a realizar, fechas especiales,	Se realizará como estrategia de penetración y reconocimiento en el mercado	La promoción y publicidad de nuestros productos y servicios se realizarán en el municipio de Chía.	Basados en la importancia que tiene conocer la experiencia de los clientes como testimonios, comentario o anécdotas, le brindaremos al cliente la oportunidad de calificar nuestro servicio y
---------------------------------	--	--	---	--	--	---

			conocer la calificación que le dan nuestros clientes basados en la experiencia .			sus comentario s son los que nos permitirán conocer el nivel de satisfacción por el servicio brindado.
--	--	--	--	--	--	--

5. MATRIZ DE DESARROLLO DE MARCA

Nombre de la idea	Café Bar Tentaciones Colombianas	
Pasos	Objetivos	Resultado
Primer paso: Diagnostico de mercado	A. Identificar el sector	Tentaciones colombianas tiene como localización principal el parque central de chía, fue escogida para el desarrollo de nuestro proyecto por diferentes variables que permiten que nuestro proyecto sea viable, es una localidad visitada por personas catalogadas del estrato 2 a 4 que

		favorecen la demanda de nuestros productos.
	B. Identificar las marcas en competencia	<p>Nuestra competencia esta ubicada en el parque principal de Chía, estos ofrecen entretenimiento nocturno muy parecidos al de nosotros, han tenido éxito debido a que llevan experiencia en el sector, hacen promociones lo cual hace obtener más clientela, más ingresos. Dentro del café bar que representan nuestra competencia directa están:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Café bar Deja vu's - Café bar Barcelona - Café bar Agua bendita
	C. Soluciones principales y alternativas	<p>Nos enfocamos en la satisfacción de las necesidades de nuestros clientes y con una mejora continua podremos superar a los competidores, lo que nos diferencia de la competencia es que tenemos dos ambientes para mayor comodidad y así el cliente elija libremente lo que desee, se</p>

		<p>ofrece variedad de cafés, licores, pasa bocas, variedad de géneros musicales y servicios, pero la marca de todo es el ambiente tan acogedor que ningún otro establecimiento ofrecerá.</p>
	D. Tendencias del mercado	<p>Podemos encontrar gran diversidad de centros comerciales y algunos de los cafés más tradicionales del sector lo que nos puede indicar que nuestro proyecto es viable ya que en el sector hay gran demanda de nuestro producto y servicio.</p>
	E. Arquetipo de la marca	<p>Nuestra meta es ser una empresa lidere en el sector de café bares en el municipio, que se diferencie de los demás por ser un lugar cómodo y propio de la cultura, por tener innovación tecnológica, por proporcionar atención personalizada, que los clientes no busquen los productos por su bajo costo si no que lo busquen por la relación de</p>

		<p>calidad-precio aumentando las expectativas de los clientes, lógicamente no exagerando los precios, sino que sean razonables y asequibles para el consumidor.</p>
<p>Segundo paso: Realidad psicológica de la marca</p>	<p>A. Percepción de la marca de la competencia</p>	<p>Lo que nos diferencia de la competencia es que tenemos diversificación de temáticas, promociones, productos es decir licores de alta calidad entre otras y lo más importante la comodidad que ninguna otra ofrece eso es lo que nos diferencia a las demás y en especial el excelente servicio que le ofreceremos a nuestros clientes.</p>
	<p>B. Identificación de variables del neuromarketing</p>	<p>Teniendo en cuenta que somos parte de un mercado de competencia perfecta esto nos permite obtener una alta demanda en compra. Es por ello que Ofrecemos un servicio de diversión relajación, interacción social, un lugar donde escuchar música, el cual permita generar un</p>

		<p>cambio de ambiente permitiendo salir de la rutina diaria. Para satisfacer estas necesidades el bar cuida de aspectos como la calidad de los productos, trato personal, limpieza, decoración, ambientación, entre otros.</p>
<p>Tercer paso: Posicionamiento</p>	<p>A. Identificar top of mind</p>	<p>El producto principal de nuestro café bar es el café rescatando nuestra cultura, reconociéndolo como un icono de reconocimiento a nivel mundial, es por ello que dentro de nuestro servicio ofrecemos de todo tipo de bebidas que incluyan el café, pero también aquellas que resalten en nuestra cultura.</p>
	<p>B. identificar top of heart</p>	<p>Responder a las necesidades de los clientes en un espacio de tiempo breve, garantizando plenamente su satisfacción en cada una de nuestras acciones y productos</p>

Cuarto paso: Realidad material de la marca	Traducir nuestra propuesta de valor en la marca	Tentaciones Colombianas desea ser una empresa líder para ello los principales beneficios de nuestro servicio serán de ámbito cultural, social y colectivo, ya que las personas tendrán acceso a un sitio donde podrán entretenerse, pasar un rato agradable, conocer gente nueva, des estresarse y poder lograr que nuestros clientes dejen a un lado su rutina y así lograr que las personas se lleven una buena imagen de nuestro establecimiento.
Quinto paso: Estrategia de comunicación	Desarrollar acciones continuas para la introducción de la marca en el mercado, que estén ligadas a la medición tecnológica y de redes sociales.	Basados en la importancia que tiene conocer la experiencia de los clientes como testimonios, comentarios o anécdotas, le brindaremos al cliente la oportunidad de calificar nuestro servicio y sus comentarios son los que nos permitirán conocer el nivel de satisfacción por el servicio brindado.

6. MARKETING DIGITAL

<https://laurarochoa1771.wixsite.com/misitio>



Como podemos generar seguidores

- Invitar a nuestros contactos personales, pues son los que también nos van ayudar en gran parte a dar publicidad y ayudarnos a que más gente conozca de nuestra empresa.
- Podemos incluir la caja de Fans o en su defecto un Blog ya que es una de las estrategias más utilizadas y capturan una gran atención.

- Utilizando videos en Facebook, pues son los que ocupan un arma potencial para conseguir seguidores.
- Integrar comentarios, fomentar la conversación, plantar actividades promociones y demás para que la gente interactúe.

En conclusión, tenemos 5 personas interesadas en el proyecto por el momento mientras, seguimos dando publicidad y así adquirir más clientes.

7. ESTUDIO TÉCNICO

7.1.Ubicación

Macro localización:

Tentaciones colombianas tiene como localización principal en el municipio de chía, fue escogida para el desarrollo de nuestro proyecto por diferentes variables que permiten que nuestro proyecto sea viable, es una localidad visitada por personas catalogadas del estrato 2 a 4 que favorecen la demanda de nuestros productos. Podemos encontrar gran diversidad de centros comerciales y algunos de los cafés más tradicionales del sector lo que nos puede indicar que nuestro proyecto es viable ya que en el sector hay gran demanda de nuestro producto.



Fuente tomada de: https://www.viamichelin.es/web/Mapas-Planos/Mapa_Plano-Chia--Cundinamarca-Colombia

Micro localización:

El bar estará ubicado en la calle 12 por toda la principal de Chía, pues hay mucha afluencia de turistas, de personas que viven en la propia Chía, pues este municipio también nos ayuda debido que contamos con un clima templado por lo que atraeremos clientes para el consumo de nuestros productos a cualquier hora.

Debido a la localización de nuestro bar sabemos que podemos tener unas muy buenas ventas y también el hecho de que nuestra competencia estará frente a nosotros, tendremos mayor facilidad de ver sus falencias.



Fuente de:

[https://www.google.com/maps/place/Ch%C3%ADa,+Cundinamarca/@4.8612108,-](https://www.google.com/maps/place/Ch%C3%ADa,+Cundinamarca/@4.8612108,-74.0602119,19.12z/data=!4m5!3m4!1s0x8e3f878dd475a989:0x4211096980b5302!8m2!3d4.864758!4d-74.050918?hl=es)

[74.0602119,19.12z/data=!4m5!3m4!1s0x8e3f878dd475a989:0x4211096980b5302!8m2!3d4.864758!4d-74.050918?hl=es](https://www.google.com/maps/place/Ch%C3%ADa,+Cundinamarca/@4.8612108,-74.0602119,19.12z/data=!4m5!3m4!1s0x8e3f878dd475a989:0x4211096980b5302!8m2!3d4.864758!4d-74.050918?hl=es)

7.2. Localización del proyecto

Tentaciones colombianas tiene como localización principal el parque central de Chía, fue escogida para el desarrollo de nuestro proyecto por diferentes variables que permiten que nuestro proyecto sea viable, es una localidad visitada por personas catalogadas del estrato 2 a 4 que favorecen la demanda de nuestros productos. Podemos encontrar gran diversidad de centros comerciales y algunos de los cafés más tradicionales del sector lo que nos puede indicar que nuestro proyecto es viable ya que en el sector hay gran demanda de nuestro producto. El bar estará ubicado en la calle 12 por toda la principal de Chía, pues hay mucha afluencia de turistas, de personas que viven en la propia Chía, pues este municipio también nos ayuda debido que

contamos con un clima templado por lo que atraeremos clientes para el consumo de nuestros productos a cualquier hora.

Debido a la localización de nuestro bar sabemos que podemos tener unas muy buenas ventas y también el hecho de que nuestra competencia estará frente a nosotros, tendremos mayor facilidad de ver sus falencias.

Requerimientos de operación

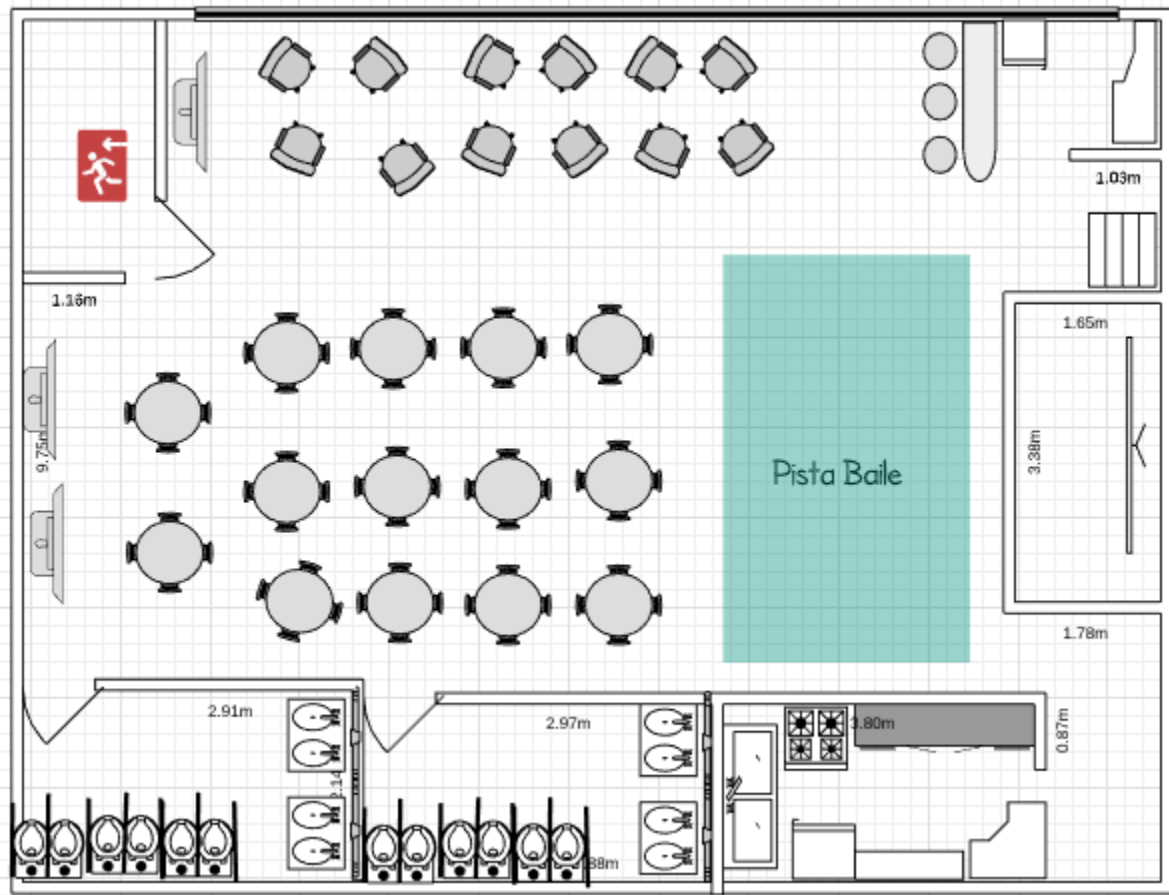
Tipo de Archivo	Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Requisitos Técnicos
Infraestructura – adecuaciones	Tendrá un tamaño de 60m ² , con dos salas, tendrá dos entradas, en cuanto al aseo tendrá su propio cuarto de servicios, dos baños uno para damas y otro para caballeros, cada uno con 6 estaciones de baño y con su respectivo	Este a su vez nos presta la capacidad de admitir 220 Personas		

	dispensador de papel higiénico y secador de manos.			
Maquinaria y Equipos	Las maquinas que se utilizan son máquina de café, más que todo las profesionales, vitrinas para los pasábamos, pasteles entre otras. Máquina de hielo y granizada, caja registradora, licuadoras. Dispensador de cervezas.	1 para el café, 4 vitrinas, 1 para hielo, 2 cajas registradoras. 1 dispensador, 1 licuadora.		
Equipo de Comunicación y computación	Contamos con el sistema de audio, parlantes, micrófonos, consolas y TV LD	3 computadores 4 tv, 5 micrófonos, 1 proyector.		

	51”, computadores, Proyector de video.			
Muebles y enferes y otros	Para este espacio adquirimos el mayor número posible de muebles pues la idea es que el espacio sea bien amoblado para nuestros clientes.	150 sillas 8 Pff 7 sillas en la barra, 5 sofás, 30 mesas inteligentes y 2 barras de 5MT.		
Otros (incluidos Herramientas)	Otros son las luces, las decoraciones, las temáticas y cámaras de humo.	2 luces neón 2 cuerdas de bombillos vintge, y 2 cámaras de humo.		
Gastos preoperativos	Acá hablamos del pago de sueldo, pago de proveedores y pago de administración y trabajadores			

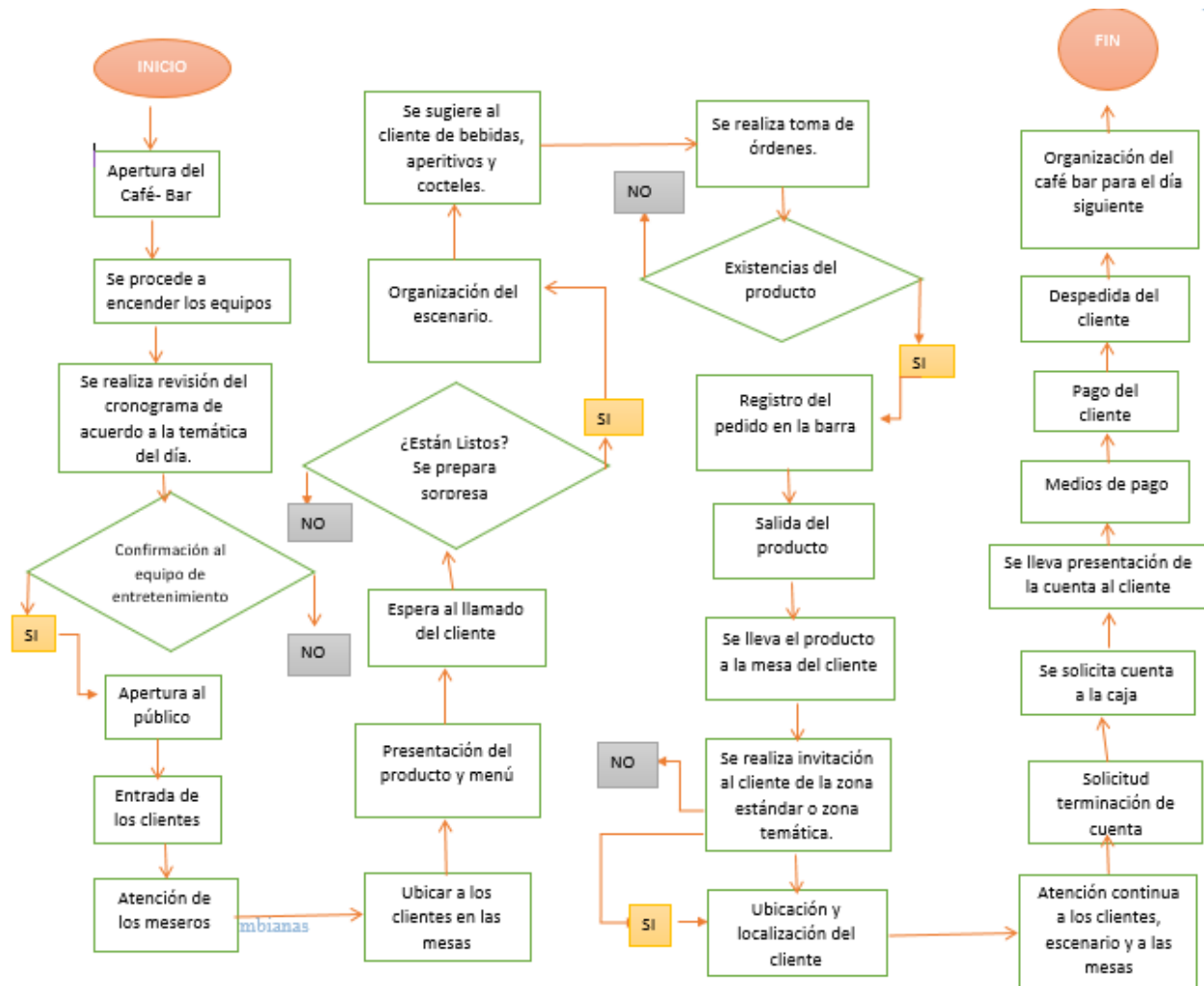
7.3.Plano

<https://lucid.app/lucidchart/311296cc-2852-40ca-966f-57ac914f9059/edit>



8. INGENIERÍA DEL PRODUCTO

8.1. Flujograma



Clasificación del producto y servicio:

En nuestro café bar nos vamos a enfocar en los productos típicos colombianos, en los tipos de café, diferentes pasa bocas y variedad de frutas típicas de cada una de las regiones de nuestro país.

Atributos físicos de la empresa tendremos que en nuestras instalaciones se verá reflejada la imagen colombiana de igual manera los productos y materiales típicos colombianos.

Atributos funcionales tendremos variedad de sabores, colores y texturas con nuevos diseños en las copas y demás en donde se verá la originalidad de nuestra empresa, con presentaciones únicas reflejando nuestra cultura colombiana.

Nuestro producto será ofrecido mediante un servicio y será para su consumo final.

- Ofrecemos gran variedad de cocteles, cafés y pasa bocas colombianos
- Noches temáticas, karaoke, baile, disfraces.
- Ofreceremos días de Happy hour
- Abriremos en diferentes horas del día mañana, tarde y noche
- Nuestra decoración le dará un toque de tranquilidad, armonía a nuestro café bar
- Nuestro café bar se destacará por la atención al cliente
- Alquilaremos nuestro lugar para diferentes eventos.

8.2.Materias primas e insumos

Listado de productos

CODIGO DE BARRAS	UNIDADES	CODIGO INTERNO	DESCRIPCION
1116	800	CERVEZA	POKER
1114	300	AGUARDIENTE	GALOPERO
1138	100	TEQUILA	CORRALEJO REPOSADA
1119	700	CERVEZA	AGUILA
1132	170	RON	BLANCO TRES ESQUINAS
1120	400	CERVEZA	AGUILA CERO
1105	200	AGUARDIENTE	NECTAR VERDE
1102	211	POSTRE	ARROZ CON LECHE
1128	40	WHISKY	JHONY WALKER SELLO NEGRO
1124	100	WHISKY	OLD PAR
1127	100	WHISKY	JHONY WALKER SELLO ROJO
1121	400	CERVEZA	AGUILA LIGHT
1126	30	WHISKY	SOME THING SPECIAL
1100	433	COCTEL	SOUR
1102	211	POSTRE	ARROZ CON LECHE
1104	300	PASABOCA	ENVUELTO
1136	48	TEQUILA	JOSE CUERVO
1119	700	CERVEZA	AGUILA
1108	333	AGUARDIENTE	ANTIOQUEÑO ROJO
1130	50	RON	VIEJO DE CALDAS

1101	600	CAFÉ	CAPUCCINO DE PLATANOS ALMENDRAS
1106	200	AGUARDIENTE	NECTAR ROJO
1121	400	CERVEZA	AGUILA LIGHT
1143	90	VINO	SANSON
1108	333	AGUARDIENTE	ANTIOQUEÑO ROJO
1136	100	TEQUILA	JOSE CUERVO
1121	400	CERVEZA	AGUILA LIGHT
1138	48	TEQUILA	CORRALEJO REPOSADA
1116	200	CERVEZA	POKER
1119	700	CERVEZA	AGUILA
1129	68	WHISKY	JHONY WALKER SELLO AZUL
1141	75	VINO	MOSCATO PASSITO
1144	55	VINO	ESTORIL VINO DULCE
1115	600	AGUARDIENTE	SUPERIOR
1118	240	CERVEZA	SMIRNOF
1116	200	CERVEZA	POKER
1118	240	CERVEZA	SMIRNOF
1132	40	RON	BLANCO TRES ESQUINAS
1120	400	CERVEZA	AGUILA CERO
1129	300	WHISKY	JHONY WALKER SELLO AZUL
1100	433	COCTEL	SOUR

Valores e inventarios

CODIGO DE BARRAS	CODIGO INTERNO	DESCRIPCION	UNIDADES INVENTARIADAS
1100	COCTEL	SOUR	2600
1101	CAFÉ	CAPUCCINO DE PLATANOS Y ALMENDRAS	3000
1102	POSTRE	ARROZ CON LECHE	1900
1103	BEBIDA	LULADA	1200
1104	PASABOCA	ENVUELTO	1670
1105	AGUARDIENTE	NECTAR VERDE	996
1106	AGUARDIENTE	NECTAR ROJO	1050
1107	AGUARDIENTE	NECTAR AZUL	792
1108	AGUARDIENTE	ANTIOQUEÑO ROJO	946
1109	AGUARDIENTE	ANTIOQUEÑO AZUL	850
1110	AGUARDIENTE	CRISTAL	620
1111	AGUARDIENTE	BLANCO	600

1112	AGUARDIENTE	LLANERO	400
1113	AGUARDIENTE	LIDER	500
1114	AGUARDIENTE	GALOPERO	600
1115	AGUARDIENTE	SUPERIOR	600
1116	CERVEZA	POKER	3150
1117	CERVEZA	HEINEKEN	1420
1118	CERVEZA	SMIRNOF	1225
1119	CERVEZA	AGUILA	2800
1120	CERVEZA	AGUILA CERO	1980
1121	CERVEZA	AGUILA LIGHT	1980
1122	CERVEZA	CORONA	1290
1123	WHISKY	BUCANAS	430
1124	WHISKY	OLD PAR	460
1125	WHISKY	CHIVAS RIGAL	380
1126	WHISKY	SOME THING SPECIAL	415
1127	WHISKY	JHONY WALKER SELLO ROJO	262
1128	WHISKY	JHONY WALKER SELLO NEGRO	450

PEPS (fifo)								
Café Bar - Arroz con leche								
FECHA	ESPECIE		EXISTENCIAS	\$/Unidad entrada	\$/Unidad salida	valores		saldo
	Entrada	Salida				debe	haber	
mar-20	250		250	\$ 490		\$ 122.500		\$ 122.500
mar-24	266		516	\$ 490		\$ 252.840		\$ 375.340
mar-29	299		815	\$ 490		\$ 399.350		\$ 774.690
abr-03		120	695		\$ 490		\$ 58.800	\$ 715.890
abr-03		130	565		\$ 490		\$ 63.700	\$ 652.190
abr-10		266	299		\$ 490		\$ 130.340	\$ 521.850
may-10		260	39		\$ 490		\$ 127.400	\$ 394.450

PEPS (fifo)								
Café Bar - COCTEL AGUARDIENTE SOUR								
FECHA	ESPECIE		EXISTENCIAS	\$/Unidad entrada	\$/Unidad salida	valores		saldo
	Entrada	Salida				debe	haber	
mar-20	300		300	\$ 700		\$ 210.000		\$ 210.000
mar-24	265		565	\$ 700		\$ 395.500		\$ 605.500
mar-29	310		875	\$ 700		\$ 612.500		\$ 1.218.000
abr-03		300	575		\$ 700		\$ 210.000	\$ 1.008.000
abr-03		167	408		\$ 700		\$ 116.900	\$ 891.100
abr-10		98	310		\$ 700		\$ 68.600	\$ 822.500
may-10		300	10		\$ 700		\$ 210.000	\$ 612.500

PEPS (fifo)								
Café Bar - CAPUCHINO DE PLATANO Y LECHE DE ALMENDRAS								
FECHA	ESPECIE		EXISTENCIAS	\$/Unidad entrada	\$/Unidad salida	valores		saldo
	Entrada	Salida				debe	haber	
mar-20	340		340	\$ 1.100		\$ 374.000		\$ 374.000
mar-24	300		640	\$ 1.100		\$ 704.000		\$ 1.078.000
mar-29	267		907	\$ 1.100		\$ 997.700		\$ 2.075.700
abr-03		280	627		\$ 1.100		\$ 308.000	\$ 1.767.700
abr-03		60	567		\$ 1.100		\$ 66.000	\$ 1.701.700
abr-10		300	267		\$ 1.100		\$ 330.000	\$ 1.371.700
		259	8		\$ 1.100		\$ 284.900	\$ 1.086.800

PEPS (fifo)								
Café Bar - LULADA								
FECHA	ESPECIE		EXISTENCIAS	\$/Unidad entrada	\$/Unidad salida	valores		saldo
	Entrada	Salida				debe	haber	
mar-20	310		310	\$ 900		\$ 279.000		\$ 279.000
mar-24	289		599	\$ 900		\$ 539.100		\$ 818.100
mar-29	300		899	\$ 900		\$ 809.100		\$ 1.627.200
abr-03		310	589		\$ 900		\$ 279.000	\$ 1.348.200
abr-03		200	389		\$ 900		\$ 180.000	\$ 1.168.200
abr-10		89	300		\$ 900		\$ 80.100	\$ 1.088.100
may-10		289	11		\$ 900		\$ 260.100	\$ 828.000

8.3.Requerimientos de producción


Bien / Servicio


Unidades a producir:				
Actividad del proceso.	Tiempo estimado de realización (Minutos/horas)	Cargos que participan en la actividad	Número de personas que intervienen por cargo	Equipos y máquinas que se utilizan. Capacidad de producción por maquina (cantidad de producto/unidad de producto).
Apertura del Bar	3 minutos	Administrador	1	
Encender equipos del bar	2 minutos	Meseros (Ayudantes)	1	
Revisión de cronograma	3 minutos	Administrador	1	
Confirmación del equipo de entretenimiento	2 minutos	DJ, animadores	5	Equipos de comunicación
Apertura al público	2 minutos	Meseros (Ayudantes)	1	
Entrada de los clientes	5 minutos	Meseros (Ayudantes)	1	
Atención de los meseros	5 minutos	Meseros (Ayudantes)	1	
Ubicar los clientes	1 minutos	Meseros (Ayudantes)	1	
Presentación del producto y menú	1 minutos	Meseros (Ayudantes)	1	
Esperar al llamado del cliente	10 minutos	Meseros (Ayudantes)	1	
Organización del escenario	15 minutos	DJ, animadores	1	luces, equipos de sonido
Sugerencia de bebidas y aperitivos	1 minutos	Meseros (Ayudantes)	1	
Se realiza toma de ordenes	9 minutos	Meseros (Ayudantes)	1	

Existencias del producto	1 minuto	Meseros (Ayudantes)	1	
Registro del pedido en barra	5 minutos	Meseros (Ayudantes)	1	
Salida del producto	20 minutos	Meseros (Ayudantes)	1	Bebidas, comida, pasabocas
Se lleva el producto a la mesa del cliente	3 minutos	Meseros (Ayudantes)	1	
Invitación al cliente de la zona estándar o zona temática	2 minutos	Meseros (Ayudantes)	1	
Ubicación y localización del cliente	1 minuto	Meseros (Ayudantes)	1	
Atención continua a los clientes escenario y mesas	5 minutos	Administrador y meseros	1	
Solicitud terminación cuenta	5 minutos	Meseros (Ayudantes)	1	
Se solicita cuenta a la caja	5 minutos	Meseros (Ayudantes)	1	
Presentación de la cuenta al cliente	3 minutos	Meseros (Ayudantes)	1	
Medios de pago	2 minutos	Meseros (Ayudantes)	1	
Pago del cliente	3 minutos	Administrador	1	Caja y medios electrónicos.
Despedida del cliente	1 minuto	Meseros (Ayudantes)	1	
Organización del café bar para el día siguiente	40 minutos	Equipo de trabajo	15	Meseros, equipo de aseo

9. ESTUDIO TÉCNICO III

Ficha técnica de los productos y servicios: a continuación, relacionamos la ficha técnica de algunos de los productos que ofrecemos dentro de nuestro portafolio.

	CAFÉ BAR TENTACIONES COLOMBIANAS		
	CODIGO 1100	VERSIÓN 01	NOV-20
FICHA TECNICA DEL PRODUCTO			
A. NOMBRE DEL PRODUCTO (Defina el nombre técnico del producto)			
Coctel: Aguardiente Sour			
B. COMPOSICION DEL PRODUCTO EN ORDEN DECRECIENTE			
Aguardiente colombiano 6 oz, jugo de limón 2 oz, 1 cucharada de azúcar, 1 clara de huevo ligeramente batida y canela en polvo.			
C. PRESENTACIONES COMERCIALES			
Onzas			
D. TIPO DE ENVASE			
Vaso de vidrio semigrueso			
E. MATERIAL DE ENVASE			
Vidrio semigrueso			
F. CONDICIONES DE CONSERVACION			
Los licores y el agua tónica se pueden mantener a temperatura fría o temperatura ambiente depende de cómo lo desee el cliente. El zumo de limón debe estar en temperatura fría ayuda a su conservación, para no alterar las condiciones del producto.			
G. TIPO DE TRATAMIENTO (PROCESO DE ELABORACION)			
Mezclar todos los ingredientes en una coctelera llena de hielo hasta que esté bien combinado y espumoso. Cuele y servir.			
H. VIDA UTIL ESTIMADA			
Como bien sabemos las bebidas alcohólicas no tienen fecha de caducidad, pero algunas si tienen fecha de consumo preferente, al estar acompañado por frutas considerados como perecederos, su conservación define la vida útil de cada coctel.			
I. PORCION RECOMENDADA			

8 onzas (aproximadamente 240ml)			
J. PERFIL DE QUIEN INTERVIENE EN EL PROCESO			
Bar tender			
Funciones			
<ul style="list-style-type: none"> • Sirve tragos, cervezas, coctelería y shots. • Atiende a los clientes, para hacerlos sentir bien en la barra. • Lleva inventarios y control de los licores. 			
Perfil requerido			
Características Personales (Comprende los valores que debe cumplir el postulante)			
<ul style="list-style-type: none"> • Presentación personal • Cortesía • Puntualidad • Honestidad • Buena memoria 			
Relaciones Humanas (Forma de tratar las personas)			
<ul style="list-style-type: none"> • Fisonomista • Buen trato • Imagen • Discreto • Forma de hablar y expresarse 			
Técnicas y experiencia			
<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento del puesto • Conocimiento de gastronomía • Conocimiento del lugar de trabajo • Certificados o diplomas de estudio en mesa y bar y atención al cliente • Experiencia mínima de dos años. 			
Tipo de contratación: contrato termino indefinido			
Dedicación y remuneración: se requiere dedicación de tiempo completo con una Remuneración de \$1.150.000 más auxilio de transporte, horas extra, dominicales, de igual manera este debe afiliarse y cotizar a seguridad social (Salud, Pensión y ARP).			
K. GRUPO POBLACIONAL			
Población ubicada en el municipio de Chía entre los 18-40 años. Estilo de vida. Nuestro Café- Bar tiene claro que el mercado objetivo de la zona tiene diferentes gustos			
Firma del responsable del producto:		JEFE DE PRODUCCION	
Nombre del responsable del producto	Natalia Camargo	Firma:	



CAFÉ BAR TENTACIONES COLOMBIANAS

CODIGO 1101

VERSIÓN 01

nov-20

FICHA TECNICA DEL PRODUCTO

A. NOMBRE DEL PRODUCTO (Defina el nombre técnico del producto)

Café: Capuchino

B. COMPOSICION DEL PRODUCTO EN ORDEN DECRECIENTE

Leche fría de la nevera 50 ml, 1 taza de Café, 1 taza Cacao en polvo o canela molida, opcional y al gusto Azúcar o edulcorante

C. PRESENTACIONES COMERCIALES

Onzas

D. TIPO DE ENVASE

Taza blanca de porcelana

E. MATERIAL DE ENVASE

Porcelana: por su material ayuda a mantener la temperatura de la bebida en este caso el capuchino

F. CONDICIONES DE CONSERVACION

La leche debe conservarse en un ambiente frío y la demás materia prima como lo es el azúcar, el capuchino y la canela a temperatura ambiente.

G. TIPO DE TRATAMIENTO (PROCESO DE ELABORACION)

Esta receta de café capuchino la puedes preparar en caliente o en frío, en los dos casos estará delicioso. El primero de los ingredientes a tener en cuenta es preparar una buena taza de café, un truco para que quede un café delicioso es añadir media cucharada de canela a la mezcla. Una vez tenemos el café listo, añadimos el azúcar al gusto. En una taza de cristal ponemos el café en el fondo. Añadimos la leche caliente si le damos un toque nos hará un poco de espuma, algo necesario para darle mayor vistosidad. Por último, coronamos este café con nata montada y un poco de chocolate rallado o en polvo.

H. VIDA UTIL ESTIMADA

Cada materia prima tiene su fecha de vencimiento por lo que la vida útil del capuchino depende de la misma.

I. PORCION RECOMENDADA

6 o 7 onzas (aprox 200ml)

J. PERFIL DE QUIEN INTERVIENE EN EL PROCESO

Mesero

Funciones

- Darles la bienvenida a los clientes, guiarlos a sus mesas de ser necesario y brindarles servicio una vez estén ubicados
- Entregar y describir el portafolio y especiales del día, hacer recomendaciones y dar respuesta a cualquier inquietud.
- Dar recomendaciones sobre las bebidas, además de abrir la botella frente a los clientes y servirlo debidamente en su envase.
- Tomar nota de los pedidos de pasabocas y bebidas y entregar la comanda en la cocina o el bar para su preparación.
- Servir los alimentos y bebidas y velar por el disfrute de los clientes.
- Entregarles la factura a los clientes y recibir su pago o, en su defecto, guiarlos a la caja.
- Agradecer a los clientes por su visita.

Perfil requerido

Características Personales (Comprende los valores que debe cumplir el postulante)

- Cuidar uniforme y aseo personal
- Discreto
- Buena imagen
- Puntual
- Respetuoso
- Cortesía
- Ser honesto

Relaciones Humanas (Forma de tratar las personas)

- Buena convivencia con los compañeros
- Buen trato con los comensales


Técnicas y experiencia

- Cumplir con las normas de higiene y manipulación de alimentos de igual manera cursos del mismo
- Responsable de normas de seguridad
- Pleno conocimiento de productos que se venden en el establecimiento
- Despachar y cobrar productos
- Brindar un buen servicio al cliente
- Conocimiento del protocolo en la mesa y bar y atención al cliente

Tipo de contratación: contrato termino indefinido

Dedicación y remuneración: se requiere dedicación de tiempo completo con una remuneración de Salario mínimo + recargos nocturnos (después de las 10 p.m.) + horas extras (si las hay), también tiene derecho a sus prestaciones de ley: Cesantías, Prima, intereses de cesantías y vacaciones proporcional al tiempo laborado.

K. GRUPO POBLACIONAL

Población ubicada en el municipio de Chía entre los 18-40 años. Estilo de vida. Nuestro Café- Bar tiene claro que el mercado objetivo de la zona tiene diferentes gustos			
Firma del responsable del producto:		JEFE DE PRODUCCION	
Nombre del responsable del producto	Natalia Camargo	Firma:	

	CAFÉ BAR TENTACIONES COLOMBIANAS		
	CODIGO 1130	VERSIÓN 01	NOV-20
FICHA TECNICA DEL PRODUCTO			
A. NOMBRE DEL PRODUCTO (Defina el nombre técnico del producto)			
Pasabocas: Empanadas			
B. COMPOSICION DEL PRODUCTO EN ORDEN DECRECIENTE			
Tentaciones Colombianas no se dedica a la fabricación de este producto, estos productos los adquirimos por fabricantes directos.			
C. PRESENTACIONES COMERCIALES			
Caja que contiene 20 unidades de 120 gr de peso aproximado que adquiere Tentaciones colombianas y canasta artesanal para consumo individual recomendado.			
D. TIPO DE ENVASE			
Caja de cartón debidamente sellada que proporciona el proveedor y canasta de fique artesanal. Estas serán presentadas en pequeñas canastas para su consumo.			
E. MATERIAL DE ENVASE			
Fique artesanal			
F. CONDICIONES DE CONSERVACION			
Se mantiene a una temperatura aproximada de 37° a 60° para su consumo y debidamente refrigerado para conservar el producto			
G. TIPO DE TRATAMIENTO (PROCESO DE ELABORACION)			
Ya que no se elaboran directamente en el establecimiento, solo es necesario calentar a la temperatura deseada para así ser servida.			

H. VIDA UTIL ESTIMADA

No tiene fecha de vencimiento, pero lo mejor es consumir antes de 3 días ya que es un alimento natural pero perecedero

I. PORCION RECOMENDADA

3 unidades o a pedido del cliente

J. PERFIL DE QUIEN INTERVIENE EN EL PROCESO

Mesero

Funciones

- Darles la bienvenida a los clientes, guiarlos a sus mesas de ser necesario y brindarles servicio una vez estén ubicados
- Entregar y describir el portafolio y especiales del día, hacer recomendaciones y dar respuesta a cualquier inquietud.
- Dar recomendaciones sobre las bebidas, además de abrir la botella frente a los clientes y servirlo debidamente en su envase.
- Tomar nota de los pedidos de pasabocas y bebidas y entregar la comanda en la cocina o el bar para su preparación.
- Servir los alimentos y bebidas y velar por el disfrute de los clientes.
- Entregarles la factura a los clientes y recibir su pago o, en su defecto, guiarlos a la caja.
- Agradecer a los clientes por su visita.

Perfil requerido**Características Personales** (Comprende los valores que debe cumplir el postulante)


- Cuidar uniforme y aseo personal
- Discreto
- Buena imagen
- Puntual
- Respetuoso
- Cortesía
- Ser honesto

Relaciones Humanas (Forma de tratar las personas)

- Buena convivencia con los compañeros
- Buen trato con los comensales


Técnicas y experiencia


- Cumplir con las normas de higiene y manipulación de alimentos de igual manera cursos del mismo
- Responsable de normas de seguridad
- Pleno conocimiento de productos que se venden en el establecimiento
- Despachar y cobrar productos
- Brindar un buen servicio al cliente
- Conocimiento del protocolo en la mesa y bar y atención al cliente

Tipo de contratación: contrato termino indefinido			
Dedicación y remuneración: se requiere dedicación de tiempo completo con una remuneración de Salario mínimo + recargos nocturnos (después de las 10 p.m.) + horas extras (si las hay), también tiene derecho a sus prestaciones de ley: Cesantías, Prima, intereses de cesantías y vacaciones proporcional al tiempo laborado.			
K. GRUPO POBLACIONAL			
Población ubicada en el municipio de Chía entre los 18-40 años. Estilo de vida. Nuestro Café- Bar tiene claro que el mercado objetivo de la zona tiene diferentes gustos			
Firma del responsable del producto:		JEFE DE PRODUCCION	
Nombre del responsable del producto	Natalia Camargo	Firma:	


	CAFÉ BAR TENTACIONES COLOMBIANAS		
	CODIGO 1132	VERSIÓN 01	NOV-20
FICHA TECNICA DEL PRODUCTO			
A. NOMBRE DEL PRODUCTO (Defina el nombre técnico del producto)			
Bebidas sin Alcohol: Gaseosas y jugos			
B. COMPOSICION DEL PRODUCTO EN ORDEN DECRECIENTE			
Tentaciones Colombianas no se dedica a la fabricación de este producto, estos productos los adquirimos por fabricantes directos Mixta Postobón, mixta Coca cola e hit mixto Postobón			
C. PRESENTACIONES COMERCIALES			
Canasta x 30 unidades y cada unidad contiene 350ml en una botella de vidrio (se le ofrecerá vaso de vidrio al cliente si este lo desea).			
D. TIPO DE ENVASE			
Botella de vidrio que proporciona el proveedor y vaso de vidrio semi grueso			
E. MATERIAL DE ENVASE			
Vidrio semi grueso			
F. CONDICIONES DE CONSERVACION			
Temperatura ambiente y frio de acuerdo como lo dese el cliente			


G. TIPO DE TRATAMIENTO (PROCESO DE ELABORACION)
Ya que no se elaboran directamente en el establecimiento, solo es necesario servir a temperatura ambiente o fría según lo dese el cliente.
H. VIDA UTIL ESTIMADA
Fecha de consumo de seis meses aproximadamente
I. PORCION RECOMENDADA
350 ml de consumo recomendado por producto
J. PERFIL DE QUIEN INTERVIENE EN EL PROCESO
Mesero
<p>Funciones</p> <ul style="list-style-type: none"> • Darles la bienvenida a los clientes, guiarlos a sus mesas de ser necesario y brindarles servicio una vez estén ubicados • Entregar y describir el portafolio y especiales del día, hacer recomendaciones y dar respuesta a cualquier inquietud. • Dar recomendaciones sobre las bebidas, además de abrir la botella frente a los clientes y servirlo debidamente en su envase. • Tomar nota de los pedidos de pasabocas y bebidas y entregar la comanda en la cocina o el bar para su preparación. • Servir los alimentos y bebidas y velar por el disfrute de los clientes. • Entregarles la factura a los clientes y recibir su pago o, en su defecto, guiarlos a la caja. • Agradecer a los clientes por su visita.
<p>Perfil requerido</p> <p>Características Personales (Comprende los valores que debe cumplir el postulante)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cuidar uniforme y aseo personal • Discreto • Buena imagen • Puntual • Respetuoso • Cortesía • Ser honesto <p>Relaciones Humanas (Forma de tratar las personas)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Buena convivencia con los compañeros • Buen trato con los comensales <p>Técnicas y experiencia</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cumplir con las normas de higiene y manipulación de alimentos de igual manera cursos del mismo • Responsable de normas de seguridad • Pleno conocimiento de productos que se venden en el establecimiento • Despachar y cobrar productos

<ul style="list-style-type: none"> • Brindar un buen servicio al cliente • Conocimiento del protocolo en la mesa y bar y atención al cliente 			
<p>Tipo de contratación: contrato termino indefinido</p> <p>Dedicación y remuneración: se requiere dedicación de tiempo completo con una remuneración de Salario mínimo + recargos nocturnos (después de las 10 p.m.) + horas extras (si las hay), también tiene derecho a sus prestaciones de ley: Cesantías, Prima, intereses de cesantías y vacaciones proporcional al tiempo laborado.</p>			
<p>K. GRUPO POBLACIONAL</p>			
<p>Población ubicada en el municipio de Chía entre los 18-40 años. Estilo de vida. Nuestro Café- Bar tiene claro que el mercado objetivo de la zona tiene diferentes gustos</p>			
<p>Firma del responsable del producto:</p>		<p>JEFE DE PRODUCCION</p>	
<p>Nombre del responsable del producto</p>	<p>Natalia Camargo</p>	<p>Firma:</p>	


	<p>CAFÉ BAR TENTACIONES COLOMBIANAS</p>		
	<p>CODIGO 1132</p>	<p>VERSIÓN 01</p>	<p>NOV-20</p>
<p>FICHA TECNICA DEL PRODUCTO</p>			
<p>A. NOMBRE DEL PRODUCTO (Defina el nombre técnico del producto)</p>			
<p>Bebidas con alcohol: Cerveza</p>			
<p>B. COMPOSICION DEL PRODUCTO EN ORDEN DECRECIENTE</p>			
<p>Tentaciones Colombianas no se dedica a la fabricación de este producto, Águila tradicional, águila cero, águila light, póker, corona, Miller lite, Pilsen y costeña</p>			
<p>C. PRESENTACIONES COMERCIALES</p>			
<p>Canasta de cerveza x 30 unidades y x 24 unidades, su embalaje por unidad es una Botella de 330 ml y jarra para consumo individual recomendado o en lata de acuerdo a solicitud del cliente.</p>			
<p>D. TIPO DE ENVASE</p>			
<p>Botella de vidrio que proporciona el proveedor, canasta de plástico, lata, jarra de vidrio semi grueso y vaso semigrueso.</p>			
<p>E. MATERIAL DE ENVASE</p>			


Vidrio semi grueso o lata
F. CONDICIONES DE CONSERVACION
Temperatura ambiente y frio de acuerdo como lo desee el cliente.
G. TIPO DE TRATAMIENTO (PROCESO DE ELABORACION)
Ya que no se elaboran directamente en el establecimiento, solo es necesario servir a temperatura ambiente o fría según lo dese el cliente.
H. VIDA UTIL ESTIMADA
La cerveza trae una fecha de consumo de un año aproximadamente.
I. PORCION RECOMENDADA
450ml de cerveza recomendado
J. PERFIL DE QUIEN INTERVIENE EN EL PROCESO
Mesero
<p>Funciones</p> <ul style="list-style-type: none"> • Darles la bienvenida a los clientes, guiarlos a sus mesas de ser necesario y brindarles servicio una vez estén ubicados • Entregar y describir el portafolio y especiales del día, hacer recomendaciones y dar respuesta a cualquier inquietud. • Dar recomendaciones sobre las bebidas, además de abrir la botella frente a los clientes y servirlo debidamente en su envase. • Tomar nota de los pedidos de pasabocas y bebidas y entregar la comanda en la cocina o el bar para su preparación. • Servir los alimentos y bebidas y velar por el disfrute de los clientes. • Entregarles la factura a los clientes y recibir su pago o, en su defecto, guiarlos a la caja. • Agradecer a los clientes por su visita.
<p>Perfil requerido</p> <p>Características Personales (Comprende los valores que debe cumplir el postulante)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cuidar uniforme y aseo personal • Discreto • Buena imagen • Puntual • Respetuoso • Cortesía • Ser honesto <p>Relaciones Humanas (Forma de tratar las personas)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Buena convivencia con los compañeros • Buen trato con los comensales <p>Técnicas y experiencia</p>

<ul style="list-style-type: none"> • Cumplir con las normas de higiene y manipulación de alimentos de igual manera cursos del mismo • Responsable de normas de seguridad • Pleno conocimiento de productos que se venden en el establecimiento • Despachar y cobrar productos • Brindar un buen servicio al cliente • Conocimiento del protocolo en la mesa y bar y atención al cliente 			
<p>Tipo de contratación: contrato termino indefinido</p> <p>Dedicación y remuneración: se requiere dedicación de tiempo completo con una remuneración de Salario mínimo + recargos nocturnos (después de las 10 p.m.) + horas extras (si las hay), también tiene derecho a sus prestaciones de ley: Cesantías, Prima, intereses de cesantías y vacaciones proporcional al tiempo laborado.</p>			
<p>K. GRUPO POBLACIONAL</p>			
<p>Población ubicada en el municipio de Chía entre los 18-40 años. Estilo de vida. Nuestro Café- Bar tiene claro que el mercado objetivo de la zona tiene diferentes gustos</p>			
<p>Firma del responsable del producto:</p>		<p>JEFE DE PRODUCCION</p>	
<p>Nombre del responsable del producto</p>	<p>Natalia Camargo</p>	<p>Firma:</p>	

	<p>CAFÉ BAR TENTACIONES COLOMBIANAS</p>		
	<p>CODIGO 1132</p>	<p>VERSIÓN 01</p>	<p>NOV-20</p>
<p>FICHA TECNICA DEL PRODUCTO</p>			
<p>A. NOMBRE DEL PRODUCTO (Defina el nombre técnico del producto)</p>			
<p>Bebidas con alcohol: Ron</p>			
<p>B. COMPOSICION DEL PRODUCTO EN ORDEN DECRECIENTE</p>			
<p>Tentaciones Colombianas no se dedica a la fabricación de este producto, Ron viejo de caldas y ron santa fe.</p>			
<p>C. PRESENTACIONES COMERCIALES</p>			
<p>Botella de vidrio que proporciona el proveedor y copa pequeña de vidrio semi grueso.</p>			
<p>D. TIPO DE ENVASE</p>			

Botella de vidrio que proporciona el proveedor, canasta de plástico, lata, jarra de vidrio semi grueso y vaso semigrueso.
E. MATERIAL DE ENVASE
Vidrio semi grueso marrón y semi transparente
F. CONDICIONES DE CONSERVACION
Temperatura ambiente y frio de acuerdo como lo dese el cliente
G. TIPO DE TRATAMIENTO (PROCESO DE ELABORACION)
Ya que no se elaboran directamente en el establecimiento, solo es necesario servir a temperatura ambiente o fría según lo dese el cliente.
H. VIDA UTIL ESTIMADA
Por ser licor no tiene fecha de vencimiento
I. PORCION RECOMENDADA
3 onzas
J. PERFIL DE QUIEN INTERVIENE EN EL PROCESO
Mesero
<p>Funciones</p> <ul style="list-style-type: none"> • Darles la bienvenida a los clientes, guiarlos a sus mesas de ser necesario y brindarles servicio una vez estén ubicados • Entregar y describir el portafolio y especiales del día, hacer recomendaciones y dar respuesta a cualquier inquietud. • Dar recomendaciones sobre las bebidas, además de abrir la botella frente a los clientes y servirlo debidamente en su envase. • Tomar nota de los pedidos de pasabocas y bebidas y entregar la comanda en la cocina o el bar para su preparación. • Servir los alimentos y bebidas y velar por el disfrute de los clientes. • Entregarles la factura a los clientes y recibir su pago o, en su defecto, guiarlos a la caja. • Agradecer a los clientes por su visita.
<p>Perfil requerido</p> <p>Características Personales (Comprende los valores que debe cumplir el postulante)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cuidar uniforme y aseo personal • Discreto • Buena imagen • Puntual • Respetuoso • Cortesía • Ser honesto <p>Relaciones Humanas (Forma de tratar las personas)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Buena convivencia con los compañeros • Buen trato con los comensales

Técnicas y experiencia			
<ul style="list-style-type: none"> • Cumplir con las normas de higiene y manipulación de alimentos de igual manera cursos del mismo • Responsable de normas de seguridad • Pleno conocimiento de productos que se venden en el establecimiento • Despachar y cobrar productos • Brindar un buen servicio al cliente • Conocimiento del protocolo en la mesa y bar y atención al cliente 			
Tipo de contratación: contrato termino indefinido			
Dedicación y remuneración: se requiere dedicación de tiempo completo con una remuneración de Salario mínimo + recargos nocturnos (después de las 10 p.m.) + horas extras (si las hay), también tiene derecho a sus prestaciones de ley: Cesantías, Prima, intereses de cesantías y vacaciones proporcional al tiempo laborado.			
K. GRUPO POBLACIONAL			
Población ubicada en el municipio de Chía entre los 18-40 años. Estilo de vida. Nuestro Café- Bar tiene claro que el mercado objetivo de la zona tiene diferentes gustos			
Firma del responsable del producto:		JEFE DE PRODUCCION	
Nombre del responsable del producto	Natalia Camargo	Firma:	

	CAFÉ BAR TENTACIONES COLOMBIANAS		
	CODIGO	VERSIÓN 01	NOV-20
FICHA TECNICA DEL SERVICIO			
A. NOMBRE DEL SERVICIO (Defina el nombre del servicio)			
Café - bar			
B. OBJETIVO			
Ofrecer un servicio de diversión relajación, interacción social, un lugar donde escuchar música, el cual permita generar un cambio de ambiente permitiendo salir de la rutina diaria.			
C. METODOLOGIA			
El servicio será brindado directamente al cliente, quien contará con la ayuda de uno de nuestros colaboradores quien le dará a conocer nuestro portafolio de productos y servicios disponibles. El cliente tendrá la opción de elegir y nuestro colaborador se encargará de brindarle la atención necesaria para que el cliente se sienta lo más cómodo posible.			

D. DESCRIPCIÓN GENERAL

Nuestro producto será ofrecido mediante un servicio, el cual será para su consumo final, el cual contara con las siguientes características que permiten marcar la diferencia:

- Ofrecemos gran variedad de cocteles, cafés y pasa bocas.
- Noches temáticas, karaoke, baile, disfraces.
- Ofreceremos días de Happy hour
- Abriremos en diferentes horas del día mañana, tarde y noche
- Nuestra decoración le dará un toque de tranquilidad, armonía a nuestro café bar.
- Nuestro café bar se destacará por la atención al cliente
- Alquilaremos nuestro lugar para diferentes eventos.

D. DURACION

La duración de nuestro servicio depende del tiempo que cliente disponga para compartir en nuestras instalaciones, siempre y cuando este dentro de los horarios de la prestación del servicio.

E. ENTREGABLES

Presentación del portafolio, principalmente este le permitirá conocer al cliente los distintos servicios. Este será presentado por nuestros colaboradores quienes podrán asesorar al cliente ante cualquier inquietud.

G. PERFIL DEL CLIENTE

Población ubicada en el municipio de Chía entre los 18-40 años.

Estilo de vida. Nuestro Café- Bar tiene claro que el mercado objetivo de la zona tiene diferentes gustos

G. PERFIL DE QUIEN ENTREGA EL SERVICIO

Mesero

Funciones

- Darles la bienvenida a los clientes, guiarlos a sus mesas de ser necesario y brindarles servicio una vez estén ubicados
- Entregar y describir el portafolio y especiales del día, hacer recomendaciones y dar respuesta a cualquier inquietud.
- Dar recomendaciones sobre las bebidas, además de abrir la botella frente a los clientes y servirlo debidamente en su envase.
- Tomar nota de los pedidos de pasabocas y bebidas y entregar la comanda en la cocina o el bar para su preparación.
- Servir los alimentos y bebidas y velar por el disfrute de los clientes.
- Entregarles la factura a los clientes y recibir su pago o, en su defecto, guiarlos a la caja.
- Agradecer a los clientes por su visita.

Perfil requerido

Características Personales (Comprende los valores que debe cumplir el postulante)

- Cuidar uniforme y aseo personal
- Discreto
- Buena imagen
- Puntual
- Respetuoso

- Cortesía
- Ser honesto

Relaciones Humanas (Forma de tratar las personas)

- Buena convivencia con los compañeros
- Buen trato con los comensales

Técnicas y experiencia

- Cumplir con las normas de higiene y manipulación de alimentos de igual manera cursos del mismo
- Responsable de normas de seguridad
- Pleno conocimiento de productos que se venden en el establecimiento
- Despachar y cobrar productos
- Brindar un buen servicio al cliente
- Conocimiento del protocolo en la mesa y bar y atención al cliente

Tipo de contratación: contrato termino indefinido

Dedicación y remuneración: se requiere dedicación de tiempo completo con una remuneración de Salario mínimo + recargos nocturnos (después de las 10 p.m.) + horas extras (si las hay), también tiene derecho a sus prestaciones de ley: Cesantías, Prima, intereses de cesantías y vacaciones proporcional al tiempo laborado.

Bartender

Funciones

- Sirve tragos, cervezas, coctelería y shots.
- Atiende a los clientes, para hacerlos sentir bien en la barra.
- Lleva inventarios y control de los licores.

Perfil requerido

Características Personales (Comprende los valores que debe cumplir el postulante)

- Presentación personal
- Cortesía
- Puntualidad
- Honestidad
- Buena memoria

Relaciones Humanas (Forma de tratar las personas)

- Fisonomista
- Buen trato
- Imagen
- Discreto
- Forma de hablar y expresarse

Técnicas y experiencia

- Conocimiento del puesto
- Conocimiento de gastronomía
- Conocimiento del lugar de trabajo
- Certificados o diplomas de estudio en mesa y bar y atención al cliente
- Experiencia mínima de dos años.

