



MONBLACK

Héctor Fabian Salcedo Pire

Corporación unificada nacional

Bogotá D.C

Tabla de contenido

Nota de autor.....	1
Objetivos de investigación.....	2
Introducción.....	3
Resumen.....	4
Valor compartido.....	5
Análisis del sector económico.....	6
Identificación de oportunidad.....	11
Criterio de evaluación de problema.....	12
Árbol de problemas.....	14
Árbol de objetivos.....	15
Técnica de ideación.....	16
Cuadro de valoración.....	17
Descripción de la idea de negocio.....	19
Alternativa idea de negocio.....	21
Fuerzas de la industria.....	24
Segmento del mercado.....	30
Propuesta de valor.....	40
Diseño de concepto.....	42

Diseño en detalle.....	44
Cadena de distribución y servicio.....	45
Costos de producción y venta.....	46
Indicadores de calidad.....	48
Ficha técnica.....	49
Prototipo.....	50
Modelo Running Lean.....	52
Validación.....	54
Formulario de cuestionario.....	55
Tamaño de la muestra.....	57
Tabulación.....	58
Conclusión.....	70
Bibliografía.....	71

Nota de autor:

Yo Héctor Fabian Salcedo Pire identificado con C.C 1.023.020.167 estudiante del programa administración en hotelería y turismo 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 con dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales practicas.

FIRMA:

A rectangular box containing a handwritten signature in black ink. The signature is stylized and appears to be the name of the author, Héctor Fabian Salcedo Pire.

Objetivo de investigación

Identificar si los dulces tradicionales y caseros ofrecidos en los minibares de los hoteles son de agrado y bien recibidos por parte del usuario final, con esto sabremos si la variedad de dulces que nosotros queremos ofrecer, si lo consumirían o existe más el gusto por consumir snacks de grandes marcas comerciales.

Objetivos específicos

- Establecer los principales gustos a la hora de elegir un snack
- Determinar los factores de la elección de consumir snacks del minibar cuando se esta hospedando en hoteles.
- Aplicar mejoras de presentación de los dulces tradicionales.

Introducción

La idea de negocio consiste en crear una empresa el cual preste el servicio de minibares para hoteles, la diferencia de esta idea es el incorporar la gastronomía colombiana desde la incorporación de los dulces tradicionales ya que con el tema relacionado en turismo la gastronomía es muy importante para generar experiencia de un lugar, evidenciamos que las empresas dedicadas a este negocio es basada en la utilización de productos alimenticios de grandes empresas, inclusive incorporando productos internacionales el objetivo de esta idea es ayudar a la población de la informalidad o toda personal el cual fabrica productos tradicionales de los dulces de algún departamento, como principales proveedores de estos productos como bien lo sabemos los implementos utilizados de los dulces tradicionales y todo con su envoltura tendrían características biodegradables, de esta manera en el entorno social ayudaría demasiado ya que esta población son las que menos generan ingresos y tienen poca oportunidad de mejora calidad de vida.

Resumen

El servicio de minibar para hoteles hace parte de una buena experiencia para huéspedes a la hora de alojarse en hoteles. Este trabajo está enfocado en saber cuáles son los factores principales a la hora de hacer una elección o saber las preferencias de el huésped en general a la hora de consumir alimentos del minibar, teniendo en cuenta calidad, salubridad y precio, en la actualidad el mundo sufre una contaminación ambiental grave debido a los malos procesos industriales, falta de cultura ciudadana al desechar la basura en zonas donde no se debe, por consiguiente se busca que nuestros proveedores sean las microempresas que implementen la utilización de empaques biodegradables para minimizar al máximo la contaminación ambiental.

La idea de negocio busca la utilización de dulces tradicionales con el fin de aumentar el reconocimiento de los dulces tradicionales que se encuentran en la gastronomía colombiana.

Objetivos de desarrollo sostenible

Los objetivos de desarrollo sostenible a la idea de negocio serian oportunidades laborales por lo tanto habría crecimiento económico y ayudaría a tener estabilidad para varias familias relacionadas con la empresa.

Valor compartido en monblack

El valor compartido se incluiría en esta idea de negocio para mejor productividad ya que dependemos de la comunidad de cada región para la obtención de productos, con esto el éxito de la empresa depende de las personas con las que operamos partiendo de regiones turísticas por ejemplo Barranquilla, Cartagena, Santa Marta donde se evidencia que la informalidad en esta zona es demasiada alta también basándonos en otros lugares que sean destacados como zonas turísticas y encontramos variedad de gastronomía como lo son el eje cafetero Quindío Risaralda en general de estos lugares nuestros proveedores son las principales personas el cual conocen su gastronomía y es la mayor orientación para poder ofrecer en los hoteles los productos de acuerdo a cada región.

Análisis del sector económico

Pestel

Político

Desde el plan sectorial del turismo 2018-2022, consiste en desarrollar diversas opciones en pro de ayuda a los temas de innovación con el turismo dando herramientas para dar a cabo una opción de empresa, partiendo que el MINCIT colaborara agilizando proceso para registrarse en el RNT (registro nacional de turismo), también nos brinda apoyo con la creación de nuevas tecnologías que nos dará información de procesos que se llevan a cabo para operar en las diferentes regiones del país y la incorporación de programas donde capaciten y nos den un conocimiento mas extenso, partiendo que la apuesta en el turismo colombiano es en el turismo sostenible, será en ayuda conjunta con MINAMBIENTE Y MINCULTURA. Relacionado a nuestra empresa es pensada en desarrollo sostenible y social ya que se llevara a cabo desde el cuidado ambiental y el fortalecimiento con las comunidades, también habrá una actualización de las tipologías del turismo, en donde lo relacionamos con la idea de operar de nuestra innovación que en muchas regiones del país no es conocida a fondo la parte gastronómica todo este estudio de las zonas se llevara a cabo entre Dian, migración Colombia, policía de turismo y gremios del sector turístico, con esto obtendríamos mas lugares donde se podría operar con la idea de negocio ya que muchas zonas también serán certificadas como atractivos turísticos y así extenderíamos la idea de generar experiencia con los dulces tradicionales desde la parte de hospedaje en hoteles.

Económico

El sector económico en el que se encuentra monblack es el comercio y servicio dado que la actividad a desarrollar es la prestación de un servicio para hoteles con la cual se comercializa productos alimenticios el crecimiento del comercio esta de la mano con el crecimiento del turismo en el país debido a que cada vez el sector turístico es un ente de desarrollo económico grande con eso las ocupaciones de los hoteles aumentaría y de esa misma manera las ventas podrían dar un aumento significativo ya que en la actualidad el comercio al por menor va en aumento favorablemente con un incremento del 7,4 % en 2019.

Crecimiento del sector

Dada la actividad donde operaria la empresa se podría decir que el crecimiento es en el sector turismo a sido positivo, teniendo en cuenta que ha tenido crecimiento progresivo en el cual ha sido destacado como uno de los principales contribuyentes al desarrollo económico.

Financiamiento

Algunas de las entidades que podrían financiar la idea de negocio son:

*Fontur

*Bancoldex

Social

Desde donde se piensa dar un inicio a la idea de negocio por ejemplo la región caribe o el eje cafetero, donde los productos obtenidos detrás de ellos están los estilos de vida cultura y tradición.

La ubicación geográfica de la región caribe está al norte de Colombia y tiene una extensión de al menos 100mil hectáreas, limita al sur con la región Andina, al oeste con la región Pacífica, al este con Venezuela y al norte con el mar Caribe. Esta región tiene una extensión total de 132.218 km², lo que representa el 21,4% del territorio nacional las ciudades principales donde se quiere dar a conocer esta idea de negocio se centran en esta región.

Esta región cuenta con un aproximado de 9.7 millones de habitantes corresponde al 21,4% de la población del país adicionalmente cuenta con un incremento de población mayor que en el resto del país con esto es una de las zonas que cuenta con un alto índice de pobreza por la carencia de ingresos y la poca oportunidad laboral teniendo una tasa de desempleo del 10,8%.

En el eje cafetero esta sobre los andes occidentales, donde se encuentra buena parte de la región, ofrecen unas condiciones geográficas muy especiales para la prosperidad de los pueblos cafeteros: clima, geografía, hidrografía. La puesta en juego de estas características le otorga al Eje Cafetero un paisaje quebrado, por llamarlo de alguna manera, que es propicio para todo tipo de cultivos. Básicamente lo que se puede hacer con estos suelos no tiene comparación: el café es el ejemplo incontestable. La cordillera central y la occidental delimitan los accidentes naturales de la geografía del Eje Cafetero, como la formación de los valles, las mesetas y las pequeñas e interesantes cadenas montañosas

que de un momento a otro pasan de los verdes colmados de cafetales, platanales y frutales a las grandes alturas coronadas de impecable nieve. Al respecto, un regio ejemplo lo encontramos en el PNN de los Nevados donde predomina la altura del Nevado del Ruiz (5310 msnm). Las fuentes de agua que atraviesan este lienzo nacen desde las frías montañas, en la mayoría de los casos estas corrientes son de una pureza incuestionable, entre estas se cuentan ciénagas, lagunas, quebradas y miles de riachuelos que bañan el campo.

Esta zona también es una de las mas afectadas por desempleo aunque no tiene una tasa de crecimiento poblacional exponencial existe mucho desempleo debido a factores como estratos 1,2,3 en esta población la falta de estudio y experiencia hace que aumente la oportunidad laboral y las pocas vacantes por eso recuren a remesas subsidiadas y cada vez se genera mas desempleo ya que en población juvenil están ocupados en carreras universitarias pero el resto de población es el que sufre mas este factor de desempleo.

Tecnológico

Dentro de los avances tecnológicos para el enfoque de la empresa habría un retroceso dado a que ya en el mercado hay maquinas inteligentes dispensadoras de alimentos el cual ubicarían en cada habitación y con solo quitar un producto se cargaría directamente a la cuenta el cual también existe un problema con esta forma de operar ya que existen muchas quejas el cual por ejemplo un huésped puede tomar un producto mas no consumirlo y retornarlo al lugar pero las quejas van en aumento debido a que como se mencionaba antes se carga directamente a la cuenta, pero el enfoque de la empresa es dar a conocer los productos internamente en cada habitación del hotel y con personal bien

instruido para ofrecer un servicio de calidad y que las quejas por cobros de consumos no realizados disminuya y quede una buena experiencia en el cliente.

Ecológico

Los efectos que tendría en el medio ambiente son buenos dado que los productos de los proveedores tendrían una envoltura que es biodegradable con esto el proceso desde la obtención de productos hasta el consumidor final, nos genera a lo último no contaminar el medio ambiente teniendo en cuenta que los lugares de consumo manejan un sistema de reciclaje de residuos. Partiendo que en la actualidad en nuestro país la apuesta en la norma técnica sectorial para el turismo es el desarrollo sostenible con esto se quiere aportar en todos los aspectos posibles que contribuyan al medio ambiente.

Legal

Dentro de los marcos legales para poder operar damos inicio nos registramos como menciona la ley 1429 de 2010 como persona natural o jurídica, luego definido esto como menciona la ley 1558 de 2008 se crea la sociedad por acciones simplificada ya que inicialmente esta constituida por una persona con esto ya la persona adquiere obligaciones y derechos y será responsable judicialmente y así mismo asumirá obligaciones de la actividad comercial.

Luego obtendremos el registro de matrícula mercantil, después a la DIAN para tramitar e inscribirnos en el RUT con esto obtendríamos el NIT y ya estaríamos registrados, también se debe registrar en registro industria y comercio por ultimo para la

operación de la actividad dentro de los hoteles se necesitara el certificado de manipulación de alimentos de las personas el cual coordinen toda la actividad operacional en los hoteles.

Identificación de oportunidad

El punto de vista de monblack es una oportunidad el cual consiste en dar a conocer mediante la hotelería productos o dulces tradicionales de Colombia, teniendo en cuenta que este servicio es de suma importancia para los hoteles de categoría media-alta dando la opción de disfrutar de un minibar, ya que queremos que el reconocimiento de nuestra gastronomía aumente ya que muchos residentes nacionales no conocen todo lo que ofrece nuestras regiones y de esta misma manera para los visitantes internacionales generar una experiencia gastronómica.

Desde este punto se ha evidenciado que para los clientes de un hotel en cuestión de hospedaje, el consumo realizado por ellos varía dependiendo de diferentes factores como lo son productos de calidad, precios asequibles por esto es un punto fundamental para ofrecer dentro de los hoteles ya que han desistido en consumir dentro de sus habitaciones debido a sus altos costos o productos en mal estado, adicionando un mal servicio por las personas que coordinan esta actividad, para la comunidad es crecimiento en sentido que nuestro objetivo es que nuestros proveedores sean la comunidad las personas relacionadas a fondo con sus regiones el cual queremos trabajar en conjunto para que exista oportunidad laboral y podamos tener valor compartido con las comunidades, adicionando que se quiere ayudar a el desarrollo sostenible en conjunto con

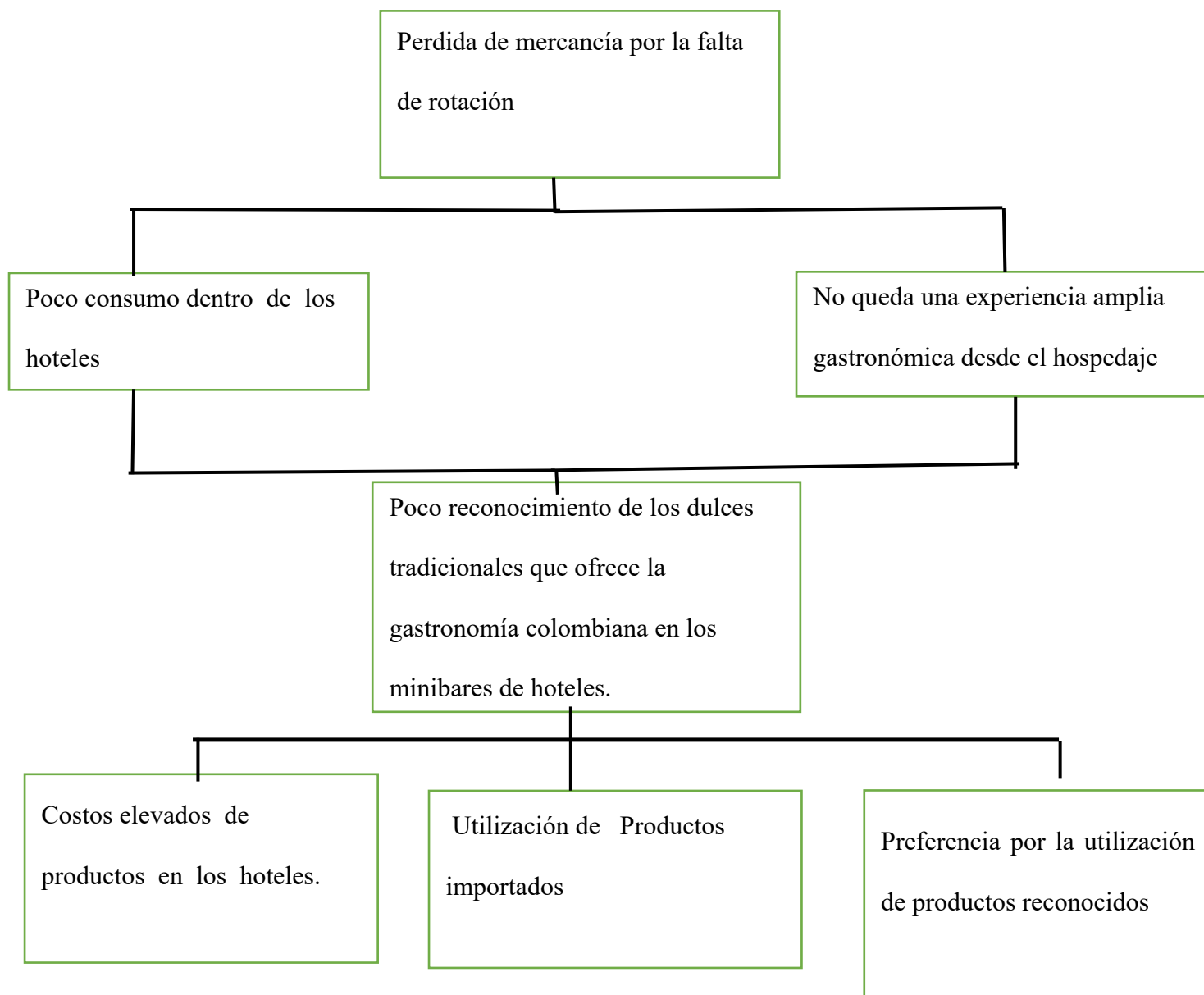
estas comunidades aremos que todo los procedimientos y envolturas para los productos finalmente estén realizando un aporte biodegradable en la utilización de sus materiales.

Criterio de evaluación problema

CRITERIO	PROBLEMA 1	PROBLEMA 2
	Como mejorar la experiencia y reconocimiento desde la parte gastronómica con los dulces tradicionales en hoteles	Pocas ventas de productos sin registro Invima
Conocimiento o experiencia	5	3
Asesoramiento de un experto (se requiere) si o no	5	2
Alcance (técnico ¿tenemos las herramientas? ¿podemos	4	2

desplazarnos para evaluar el problema? Puedo darle una solución		
Impacto ¿es trascendental? Representa un desafío para ustedes	4	4
Que tanto les llama la atención el desarrollo del problema	5	4
TOTAL	22	15

Árbol de problemas



Problema central:

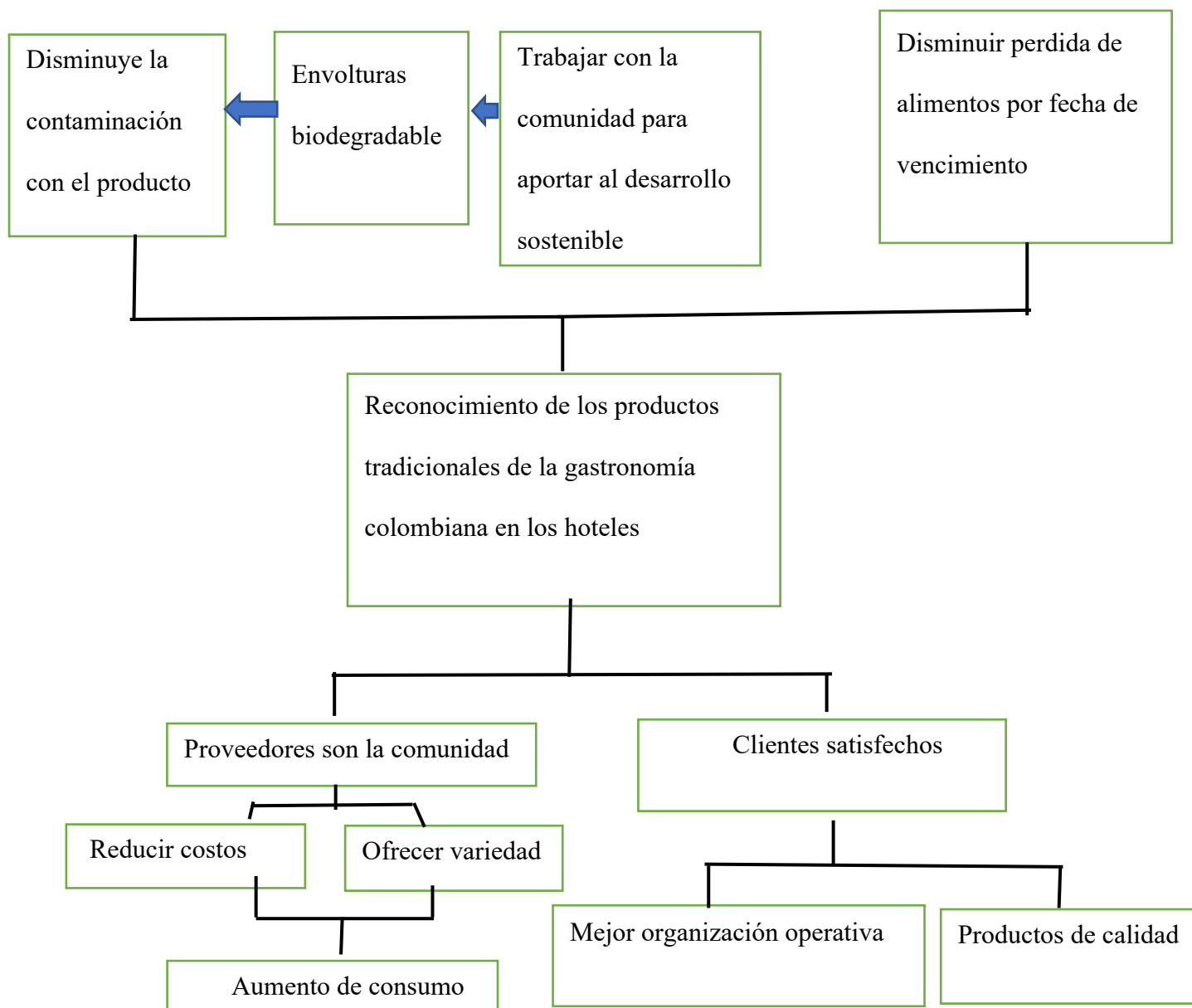
Poco reconocimiento de los dulces tradicionales que ofrece la gastronomía colombiana en los minibares de hoteles.

Se quiere aumentar el reconocimiento de los dulces tradicionales que obtenemos en nuestras regiones ya que en el sector del turismo más específicamente en el alojamiento

es una opción viable para que aumente este reconocimiento y genere una mejor experiencia desde la parte gastronómica ya sean usuarios nacionales e internacionales en estos hoteles donde se iniciara la actividad hoteles, centros vacacionales, hostales y campamentos.

¿ Como podríamos dar reconocimiento a los dulces tradicionales que ofrece la gastronomía colombiana en los minibares de los hoteles ?

Árbol de objetivos



Técnica de ideación

¿ Como podríamos dar reconocimiento a los dulces tradicionales que ofrece la gastronomía colombiana en los minibares de los hoteles ?



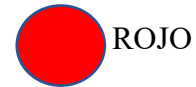
BLANCO

Los alimentos podrían tener forma de animales.



VERDE

Los Alimentos deben ser los colores representativos de Colombia.



ROJO

Dar degustaciones en miniatura.



NEGRO

La oferta en habitaciones no funcionaría ya que la oferta por fuera del hotel es mucho mayor y habría precios y variedad mucho mas amplia.



AMARILLO

Exclusivo por que ofrecemos alimentos caseros y tradicionales.



AZUL

El contexto global entre precios bajos, productos tradicionales y mejora de calidad de servicio funciona debido a el ofrecimiento diferente del modelo de negocio habitual

INTERES/DISPOCISION AFIRMACIONES	ESCALA DE VALORACION				
* La idea de negocio que tengo se ajusta a lo que 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 (6) meses tengo el negocio funcionando	1	2	3	4	5
Nº TOTAL DE AFIRMACIONES VALORADAS EN:	0	1	0	0	3

	A		B		C
Total de afirmaciones valorados 1:		×	1	=	
Total de afirmaciones valoradas en 2:	1	×	2	=	2
Total de afirmaciones valoradas en 3:		×	3	=	
Total de afirmaciones valoradas en 4:		×	4	=	
Total de afirmaciones valoradas en 5:	3	×	5	=	15

TOTAL = **17**

Descripción de la idea de negocio

¿Cuál es el producto o servicio?	Se quiere dar a conocer la gastronomía colombiana con los dulces tradicionales que se encuentren en las diferentes regiones, ofreciéndolos en los minibares de cada habitación de los hoteles.
¿ Quien es el cliente potencial?	El cliente potencial son los huéspedes que quieren disfrutar de un pequeño dulce o bocadillo desde sus habitaciones sin la necesidad de salir de ellas.
¿ Cual es la necesidad ?	Es necesidad de ofrecer este servicio nosotros como empresa externa y no directamente los hoteles por diferentes temas como costos que genera ofrecer este servicio.
¿ Como funciona el producto o servicio?	La variedad de productos se dispondrán en todas las habitaciones del hotel, de esta manera genera consumo y serán cargadas a la cuenta.
¿ Por que lo preferirían?	Nos podrían preferir ya que nos diferenciamos por que estamos

	<p>ofreciendo dulces caseros y tradicionales de nuestra gastronomía colombiana y no productos comerciales conocidos, adicionando que traeríamos precios bajos y un trabajo de calidad por quien coordine los minibares en cada hotel.</p>
--	---

Comercializar	Vender alimentos o dulces tradicionales en las habitaciones de todo el hotel
Productos tradicionales colombianos	Dar reconocimiento a los dulces tradicionales que ofrece nuestra gastronomía colombiana
Económico Sostenible Nutritivo	Económico por ser tradicional y casero reduciría costos añadiendo aporte a la sostenibilidad por el proceso que se le llevara a los alimentos añadiendo una parte nutricional a cada producto implementando todo esto con las comunidades de cada región como los principales proveedores
Huéspedes de un hotel	Nuestros clientes en general son los huéspedes de los hoteles, pero la forma de operar y el incremento posible en ventas se daría en hoteles que estén en una zona turística

Reforme

Modificación o mejora en ofrecer mas alimentos tradicionales y aumentar reconocimiento de lo que ofrece nuestro país, ya que lo habitual son alimentos comerciales de grandes marcas

Contribuir con la población de venta informal

Dado el fin de monblack, se quiere tener un valor compartido con las regiones de nuestro país de esta manera con la población informal

Alternativas idea de negocio

Dentro de los alojamientos se tiene en conocimiento que cada una de sus habitaciones están divididas para un tipo de huésped diferente con una variedad como son habitaciones twin, doble, estándar, suite, suite junior con esto queremos ofrecer un minibar temático ya que la actividad y hospedaje del hotel varia podemos ofrecer por ejemplo para planes románticos y las habitaciones que dispongan para este fin el incluir licor artesanal, adicionalmente a los alimentos estando dentro de nuestro concepto de ofrecer lo tradicional y casero y así una temática diferente para los diferentes huéspedes.

Creación de una maquina dispensadora en un lugar central del lobby del hotel con el fin de dar el ofrecimiento solo en este lugar ya que se ofrecería tanto para huéspedes como visitantes ya que muchos de los alojamientos prestan más servicios adicionales que solo el alojamiento, en este se quiere que la maquina dispensadora tuviera dos opciones el pago en efectivo o un sistema el cual con la

llave de cada habitación digitara el producto a consumir y fuese cargado ese consumo automáticamente a su cuenta.

Por cuestión de privacidad y acceso a la habitación se podría implementar el solo dejar dentro de la habitación la carta, como en similitud a la carta de room services el cual como operador aparte disponer de un surtido de acuerdo con la necesidad exacta del huésped cuando sea solicitado.

Implementar un dispositivo tecnológico el cual este en cada habitación y se realice la solicitud de manera virtual adicionando que cada producto tenga una descripción de sus componentes nutricionales y algo de historia de ese producto, de esa manera obtienen mas conocimiento del producto y seleccionan los productos y a un sistema tecnológico llegan los pedidos por decirlo así y en cuestión de cobros el modo habitual del hotel y luego será llevado a la habitación dentro del menor tiempo posible los productos.

Competencia

En Colombia las empresas dedicadas a ofrecer este mismo servicio, encontramos dentro de las mas reconocidas y escogidas por las grandes cadenas hoteleras del país operan de la misma manera y para estas empresas sus proveedores principales son marcas comerciales conocidas, en Colombia el ofrecer este servicio para los hoteles se ha basado en lo mismo ofrecer un snack o bebida ya se alcohólica o no alcohólica para el disfrute de sus huéspedes como tal el negocio lo basan en comprar a grandes marcas. Con esto evidenciamos que la

función y estrategia de esta variedad de empresas esta en comprar al por mayor para obtener la compra de un producto con buen descuento pero la comercialización, adicionalmente hay acuerdos el cual consiste sacar todos los productos próximos a vencer para ser cambiados por estos proveedores por esto los inventarios o Kardex no sufren una parte de perdidas, en conjunto que sus precios de comercialización dentro de los hoteles son triplicados, en conclusión la solución a esta necesidad para estas empresas es solo vender productos.

En conclusión nuestro enfoque como empresa esta tratando de dar a conocer y mejorar una experiencia a los huéspedes no solo ofreciéndoles un snack o una bebida si no mas allá de esto queremos implementar que conozcan lo que ofrecen nuestras regiones, teniendo un valor compartido con nuestros proveedores así en conjunto podemos dar adaptaciones a el modo de ofrecer nuestros productos con alta calidad y buen servicio operativo para satisfacer esta necesidad en los hoteles, teniendo en cuenta el aporte al desarrollo sostenible con las envolturas y materiales utilizados por nuestros proveedores.

“Cualquier noche de hotel puede convertirse en una experiencia en sí. Por ello, los hoteles son cada vez más conscientes de la necesidad de involucrarse en la vida de sus clientes para que se sientan, más que nunca, “como en casa”. Para que el usuario esté a gusto, el descanso y el silencio, la buena gastronomía” (Flores Gonzalez, 2018)

Fuerzas de la industria

La actividad económica estamos en el sector terciario ya que nos dedicamos a el comercio al por menor dentro de establecimientos de alojamiento o afines con el sector del turismo ya que la actividad consiste en comercializar los alimentos o dulces tradicionales dentro de estos establecimientos, el tamaño de la empresa es pequeño debido a que se cuenta inicialmente por debajo de los 50 empleados y nuestra ubicación geográfica inicialmente debido a que nuestros consumidores potenciales o clientes se dará en la ubicación de los hoteles que están en las zonas donde hay una actividad turística alta como la costa caribe por lo tanto se considera que la ubicación principal es en alguna ciudad dentro de esta zona geográfica por lo anteriormente mencionado.

La personalidad de los usuarios en este caso enfocado al turista extranjero son personas extrovertidas, rebeldes, estables emocionales o neuróticas en este caso surge una transformación de pensamiento o emoción cuando ya se encuentra en el destino de visita por que encontraron en determinado lugar lo que querían o esperaban conocer.

El comportamiento también tiene una variable y es que de acuerdo a influencias externas como costumbres por grupos sociales o estructuras familiares sus comportamientos en muchas ocasiones son de mayor afectación para los hoteles y de ese mismo modo afectación para la operación de la organización debido a que también se tiende a tener los tipos de clientes que son problemáticos en cuestión de pago de consumos realizados y muchas veces está asociado a los tipos de comportamientos adquiridos a lo largo de su vida.

Se podría abarcar desde la creencia global ya que la variedad de creencias es demasiada como por ejemplo creencia en la vida, mundo o ser humano y en esta se vería comprometida las influencias externas de la persona ya que esto es delimitado entre lo cognoscitivo y afectivo debido a que en esto lleva cierto conocimiento o recuerdos el individuo que a la vez de esa misma manera tiende a tener ciertas actitudes en correlación con la forma de comportarse.

Tomándolo a nivel general en todo el país nuestro tamaño de mercado se basaría en más del 77% de turista extranjero ya que aproximadamente son 4,5 millones de extranjeros que visitan nuestro país adicionando que hubo un aumento del 56% de ocupación hotelera, con base a esto nuestro tamaño de mercado es un aproximado de 55.000 personas ya que la costa caribe aproximadamente anualmente tiene una visita de 50.000 personas de turistas entre residentes nacionales y extranjeros partiendo que en alojamiento es donde se centra nuestra actividad económica y se generaliza ya que el servicio ofrecido por nuestra organización no tiene alguna restricción para disminuir el consumo en alguna población en concreto.

Habría espacio para mi idea de negocio ya que existen algunos factores que nos diferencian como también estar adaptándonos a los desarrollos tecnológicos y siempre manteniendo nuestro enfoque y concepto de valor compartido.

Nuestros competidores se basan en el modelo de negocio general que es la comercialización de productos comerciales reconocidos, existiendo aproximadamente dos service bar s.a.s y minibares s.a.s que funcionan con las cadenas hoteleras más

conocidas de Colombia como lo son (GHL, HILTON, HOTELES ESTELAR, DECAMERON)

Sus estrategias son basadas en la amplia variedad de productos alimenticios y en el tamaño del producto para generar un costo más alto y la expansión de contratos de más hoteles se genera desde la calidad de servicio con las personas que coordinan los minibares.

El porcentaje de mercado que llegan aproximadamente son 80% para minibares s.a.s ya que su trayecto lleva el doble de tiempo que la otra empresa y tiene más contratos de hoteles que su competencia directa teniendo en cuenta que estas marcas de cadenas hoteleras son las más comerciales en Colombia.

Dentro de sus puntos fuertes son la experiencia generada a través del tiempo adicional en muchos casos el disponer en su inventario las neveras y bandejas propias para dar alquiler sobre el contrato que prestan al hotel dentro de los puntos débiles son la contratación de personal sin algún requerimiento en especial y esto es un factor que ha afectado en la continuidad de contratos para seguir operando en dicho hotel debido a las altas quejas que recibe la parte administrativa de los hoteles como por ejemplo irregularidades en el procedimiento de ingreso a las habitaciones, cobros por consumos no realizados esto posible falla del surtidor por no hacer reposiciones completas en los minibares, por otra parte un punto negativo es el pensar en solo vender pero no mirando que producto alimenticio es necesidad de incluir o como mejorar la parte operativa para mejorar la calidad de servicio por incorporar cualquier alimento o producto los cobros son exagerados para los huéspedes.

Lo que me queda de aprendizaje para diferenciar mi idea de negocio de la competencia es que si se puede trabajar con alimentos tradicionales y caseros para que aumente el reconocimiento de nuestra gastronomía colombiana y en los aspectos mencionados tener un control tanto administrativo como operativo en todo el proceso que genere la organización y trabajar con precios acordes de esta manera incentiva también a consumir mas ya que a precios bajos mas consumo también dependiendo de lo ofrecido del enfoque me gusta que es ser la organización que preste un servicio de calidad así generando y que depositen confianza en nuestro modo de operar pensando en el objetivo del hotel que en este caso es brindar una experiencia muy buena al huésped en cuanto a la publicidad si miraría otras opciones que sean mas llamativas y la incorporación de una página web, también con tecnología que es lo que en cada vez va en aumento el uso de esta herramienta en la adaptación de nuevos modos de ofrecer nuestros productos.

Espero competir con alimentos diferentes, calidad operativa y administrativa y precios factibles lo espero hacer mejor con una un enfoque desde la obtención de los alimentos con los proveedores como todo el proceso que conlleva la obtención del alimento y con capacitación al personal.

La competencia indirecta es la venta de productos similares o iguales en la parte exterior al hotel es la máxima competencia que se afrontaría ya que también es muy utilizado el comprar por cuestiones de precios por fuera del hotel precisamente en tiendas, centros comerciales y demás.

Como se menciona en las alternativas de innovación se pueden implementar maquinas dispensadoras no precisamente en cada habitación del hotel con un sistema variable de adquirir y cargar a la cuenta lo consumido.

Nombre del competidor	Producto	Precio	Servicio (ventaja competitiva)	Ubicación
Minibares s.a.s	Jugo hit pet 500ml	\$7000	Servicio calidad del producto	Bogotá
Service bar s.a.s	Jugo del valle pet 500ml	\$5500	Servicio calidad del producto	Bogotá
Minibares s.a.s	Productos con 1 solo estándar	\$ fijos	Oferta habitual	Bogotá
Service bar s.a.s	Variación de acuerdo a requerimiento(No amplia variación)	\$fijos	Varia la oferta de minibar con productos diferentes (requerimiento especial)	Bogotá

Comercialización y proveedores

Precio: Debido a que los alimentos son artesanales o caseros se pronostica que los precios de la obtención de la mercancía no sean altos ya que sus procesos no

se solicitan ingredientes importados o exista componentes químicos de costos elevados por ser artesanal disminuiría bastante el precio.

Localización geográfica: Como se mencionaba se requiere en lo posible que en cada región exista un proveedor de acuerdo al producto ofrecido por cada región siendo así la localización bien ubicada ya que se adaptaría dentro de cada región, por consiguiente reduciría gastos de traslado de mercancía.

Experiencia: Debido a que como es regional el conocimiento y la variedad para ofrecer es mas amplia por lo cual seria un beneficio para poder ampliar la variedad de los productos ya que este determinado proveedor nos daría mas idea para seguir generando mas oferta.

Posibilidad de alianza: Como se quiere como objetivo que aumente el reconocimiento de los dulces tradicionales que ofrecen nuestras regiones de cierta manera la venta comercial es baja de estos productos en especial se podrían realizar alianzas en beneficios diferentes como transporte de mercancía créditos a nuestro favor ya que estamos incorporando y queriendo aumentar el consumo de los productos regionales.

Conocimiento del mercado: El conocimiento del mercado lo relaciono con la experiencia en cuanto a la variedad de productos que podemos dar a ofrecer y mucho mas debido a que estos proveedores son personas de cada región conocen mas a fondo los destinos.

Cumplimiento legal: En este ítem en especial habría que trabajar mas en conjunto con los proveedores ya que de forma legal los parámetros exigidos tanto por salubridad y legalidad son de suma importancia ya que se requiere ofrecer productos de excelente calidad y con todo un proceso de aceptación de Invima para poder operar dentro de las instalaciones de los alojamientos.

Segmento del mercado

Bondades del producto o servicio

1 El producto es artesanal.

2 Ayuda al cuidado del medio ambiente.

3 Productos en forma de animal (recreacional).

4 Adaptación de minibar con una oferta de acuerdo a la variedad de habitaciones ofrecidas en los alojamientos.

5 Surtidos variados de acuerdo a la variedad de clientes.

6 Variedad de precios en los diferentes tipos de alojamiento ya que de acuerdo a esto el hospedaje también tiene una variable a cuanto los estratos sociales dependiendo la cantidad estrellas de los hoteles.

7 Ofrecimiento en un lugar diferente de las habitaciones para ampliar los tipos de clientes también siendo visitantes y no huéspedes.

8 Producto enfocado para jugar con la emoción del cliente o que reconozcan momentos de su vida ya que estos sabores en algún momento sobre su infancia fueron probados.

9 Colores de los alimentos con decoración de los colores de la bandera de Colombia.

10 Disfrute desde la comodidad de cada habitación.

11 Anchetas para poder llevar a su país u origen de destino, cuando se quiere llevar un recordatorio de su paso por nuestro país.

12 Reposiciones diarias, siempre encontrara en stock lo ofrecido de manera que si hay algún producto en especial lo dispondrá toda su estadía.

13 solicitar desde su habitación el producto de mas agrado sin necesidad de pagar de una vez y solicitar cuando desee.

14 Productos con un enfoque nutricional ya que la amplia variedad de clientes.

15 Implementación de alimentos dietéticos, ya que se está pensando en todos los posibles clientes ya que existe gran variedad de huéspedes que no optan por consumir alimentos con alto índice de azúcar por consiguiente optan por tener una nutrición balanceada.


Geográfica	Psicografía	Comportamental	Demografía
<p>En esta parte se ubica geográficamente en los hoteles ubicados en lugares turísticos ya que de ese mismo modo la cantidad de ocupación aumenta por lo mismo se tiene en cuenta la ubicación específica del lugar.</p>	<p>Tratándose de la parte gerencial de los hoteles, se encuentra que estas personas tienen variación de comportamiento o cambios de personalidad de acuerdo a las exigencias laborales requeridas con el fin de que todo su plan de acción salga a flote en la</p>	<p>Variaciones de comportamiento al ofrecer algo que aporta y agrada y a la vez le quita responsabilidades o disminuya su estrés.</p>	<p>La edad aproximada es de 25 a 60 años, como principales personas con la experiencia requerida en la administración hotelera, ya que su ocupación requiere de determinados factores secuenciales para poder operar de manera satisfactoria</p>

	administración del hotel.		
--	------------------------------	--	--

Hay diferentes tipos de niveles dentro del mismo tipo de negocio, y ofrece cada uno de ellos una diferencia en cuanto calidad, precio o gama del producto?


Existe la variedad en cuanto a costos ya que se podría dar variación de precios debido a las estrellas del hotel, o como tal los tipos de alojamiento pero teniendo en cuenta la calidad de los productos y la estandarización de productos si se adecua de acuerdo a la región dándole el aumento de reconocimiento a lo que nos ofrece las regiones.

Cliente

	<p>Gerente, miedo a que sus ventas no superen lo requerido y la ocupación del hotel no sea creciente</p>	<p>Desea ser exitoso anhela que la operación de su hotel aumente y sea exitoso</p>
<p>Ubicación geográfica general ya que como son cadenas están a nivel nacional</p>	<p>Se trata de buscar estrategias el cual busque el aumento de</p>	<p>Para alcanzar sus metas por ejemplo en ocupación y venta de salones de convenciones la publicidad las</p>

	huéspedes mediante diferentes opciones por ejemplo tarifas, planes etc...	alianzas y tarifas hace que cumpla sus objetivos
Los factores principales están dentro de la calidad de servicio que ofrece para generar una buena experiencia en sus huéspedes ofreciéndoles variedad de servicios		

Usuarios

	Miedos financieros Ansiedad con la obtención de un empleo mejor estando en cargos altos, cancelación de nuevas propuestas o contratos	Estabilidad, mantener estrato social anhela objetivos laborales o empresariales
Rayban yu hao 35 años	Ingresos: 1.350 USD Nivel educativo: profesional (empresario)	
Ubicación dentro de un lugar seguro, central y mejor zona geográfica	Siempre estando de la superación escolar, por consiguiente, siguen	Estrategias empresariales, basado que la competencia lo mantiene

	manteniendo su estabilidad laboral superior	siempre en pro a estar involucrado en la mejora laboral
Los factores a tener en cuenta quiere que su viaje lo saque de su zona de confort ya que le genera demasiado estrés por la competitividad que tiene su vida laboral	Dentro de su viaje a un lugar diferente de residencia espera resultados laborales, pero también aprovecha la zona de visita para ocio o recreación con el fin de estabilizar sus emociones y recargos laborales diarios	

3 Cliente

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

La idea de negocio de monblack es B2C debido a que nuestros clientes son los gerentes de las compañías hoteleras y nuestros usuarios son los huéspedes por consiguiente la ubicación de las compañías en este caso puntual los hoteles se encuentran ubicados dentro de todo el país mas exactamente habría variedad de hoteles por cada región donde se quiera operar.

b) Que valores destacan a su cliente ideal

-Responsabilidad social

-Competitividad empresarial

-Calidad de servicio

-Resolución de problemas

-Pasión

c) Que encuentra en el entorno de su cliente durante la semana.

Lo que se encuentra alrededor de nuestro cliente, en primer relación son los huéspedes en general familias empresarios y en su entorno laboral los empleados que están bajo su cargo, por otra parte los accionistas el cual periódicamente hay una relación directa en este caso para mirar los objetivos de la compañía y la estabilidad y ganancias que esta generando el modo de operar del hotel a cargo.

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

La necesidad principal que presentaría nuestro cliente es dar un servicio completo y de calidad en todo lo relacionado a el hospedaje teniendo en cuenta que hay muchas variables para poder garantizar una experiencia agradable y de esa misma manera fidelizar sus clientes en este aspecto nuestro servicio genera también una experiencia que ayuda con el fin que está buscando nuestro cliente.

Usuario

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

Nuestros usuarios los generalizamos ya que es ofrecido el servicio para toda persona, pero se hace una variable que el usuario de mayor consumo

posiblemente este entre los niños, adolescentes o en general visitante extranjero el cual tienen un mayor interés por degustar nuestra gastronomía en conclusión la persona el cual pague por lo consumido es el encargado familiar, o en caso de viaje unitario la única persona hospedada.

b) Que valores destacan a su cliente ideal? Escribe mínimo 5

-Confiable

-Empatía

-Interacción

-Actitud

-Exigencia

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

Existen dos opciones el cual habría relación de los usuarios ya que principalmente pueden visitar el hotel por asuntos diferentes a descanso y vacaciones por lo tanto podría estar relacionado a lo laboral y por otra parte para los visitantes que se alojan en estos alojamientos ya que su relación exterior será visitar o disfrutar de los atractivos turísticos de la zona.

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

Variedad, algo que genere una experiencia única ya que el fin de realizar turismo es conocer o probar algo diferente algo nuevo de la mano con precios asequibles.

De acuerdo a las bondades encontradas y aplicadas para el cliente y usuario vemos que están relacionadas ya que desde la parte organizacional se quiere ofrecer variedad, calidad de servicio surtidos temáticos estandarizaciones especiales alimentos dietéticos o pensados en aportar a la nutrición de ese mismo modo en conjunto con nuestro cliente ayuda a brindar una mejor experiencia desde el ofrecimiento de un minibar en las habitaciones un punto a favor para la atracción de clientes y de esa misma manera aumenta la ocupación por consiguiente incorporando personal capacitado tendríamos usuarios felices, agradables y cumpliríamos con el objetivo de brindar una experiencia.

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

Dentro de los actores del mercado de la competencia son basados en comercialización de productos de grandes marcas por lo tanto se basan en importar distribuir y vender. Asimila la idea de negocio nuestra ya que es basada en ofrecer el servicio de venta al por menor pero nos diferenciamos por querer dar reconocimiento de los dulces tradicionales de la región.

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

El total de negocios o hoteles donde podríamos operar varia de acuerdo a la aceptación de los clientes desde el punto de vista de una cadena hotelera podría haber un aumento en la cantidad de contratos ya que precisamente estaríamos recomendados por la persona que corporativamente maneja la cadena independientemente de cada hotel y los usuarios que compren nuestros productos varia de acuerdo a lo antes mencionado ubicación geográfica y ocupación de los hoteles en este caso la región caribe está conformada por ocho departamentos los cuales son: Guajira, Cesar, Magdalena, Sucre, Bolívar, Atlántico, Córdoba y San Andrés, Providencia y Santa Catalina, donde se ubican 193 municipios que representan el 11.6% del territorio nacional con esto aproximadamente entre 2016 y 2017 se tuvo un incremento aproximadamente los turistas fueron 67.000 personas.

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

Suplir esta necesidad en la actualidad es alta debido a que muchos alojamientos ofrecen este servicio que es una forma o estrategia de competir y asimilan dos factores realizar este servicio operado por el mismo hotel y de esta misma manera ofrecen productos comerciales generales.

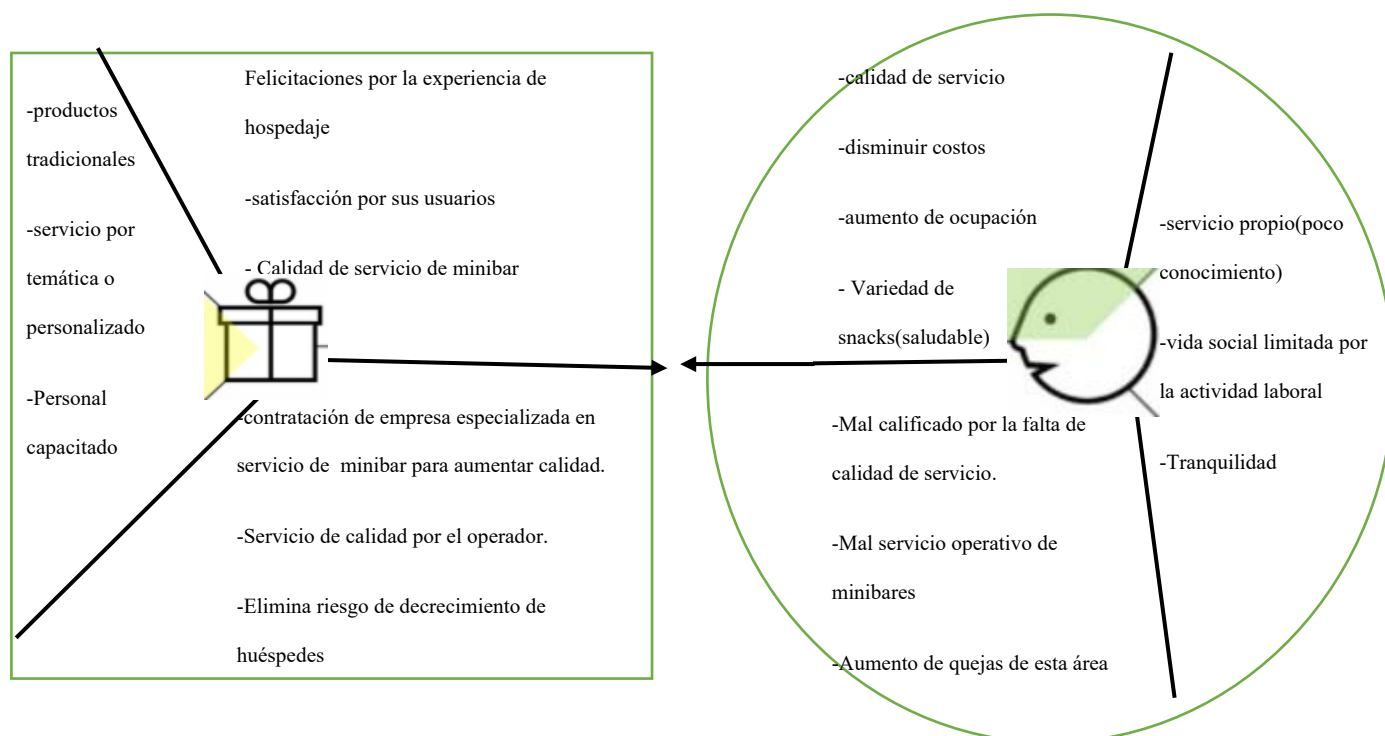
4. Cuantas personas o negocios presentan alto potencial de adquirir su producto.

Desde este punto de vista se contempla la opción de ofrecer libremente sin importar la ubicación geográfica de los alojamientos ya que a nivel general la actividad de alojamiento en Colombia incluye este servicio ya sea un hotel convencional como de gama, media o alta.

5. Cuantas personas o negocios definitivamente suplirían sus necesidades con su producto

Para suplir la necesidad de ofrecer este servicio definitivamente depende de la gerencia de cada hotel.

Propuesta de valor.



Declaración de la propuesta de valor

Suplir la necesidad o aportar a los objetivos organizacionales del cliente en su labor dentro del alojamiento, que el cliente le disminuya la preocupación o exista la solución de que nuestra organización ofrezca este servicio que en conjunto ayuda a generar una mejor experiencia de los usuarios de los hoteles partiendo de dar a conocer alimentos caseros y todo su proceso de elaboración hasta su consumo pensado en el desarrollo sostenible por lo cual nos diferenciamos en dar a conocer alimentos tradicionales y aportando a la sostenibilidad por consiguiente la oferta varia y sus precios serán asequible, con el objetivo de aumentar el reconocimiento de la gastronomía con los dulces tradicionales.

Definición estratégica

Leyes y decretos colombianos o internacionales que se requieren para poner en marcha el negocio.

1) Decreto 2674 de 2013 requisitos sanitarios para Resolución 2674 establece los requisitos sanitarios que se deben cumplir para las 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 (Invima) de los alimentos, según el riesgo en salud pública, y adicionalmente con el fin de proteger la vida y la salud de las personas contar cada persona que este dentro del proceso operativo con un certificado de manipulación de alimentos.

2) Ley 1607 del 2012 El CREE (Impuesto sobre la Renta para la Equidad) es un impuesto creado a partir del 1 de enero de 2013 a raíz de la reforma tributaria de 2012 que llevo a cabo el Congreso de la República, como aporte de las sociedades y personas jurídicas y asimiladas en beneficio de los trabajadores, la generación de empleo y la inversión social.

3) Artículo 420 estatuto tributario (impuestos).

4) Para poder operar indispensable estar registrado en cámara de comercio ley principal para no incurrir en penalidades.

.

Diseño de concepto

Lista de materiales y maquinaria que requiera para la elaboración de su producto o servicio.

Para esto se requiere materiales o pequeña maquinaria en diferentes apartados como son bodega, habitaciones.

Bodega

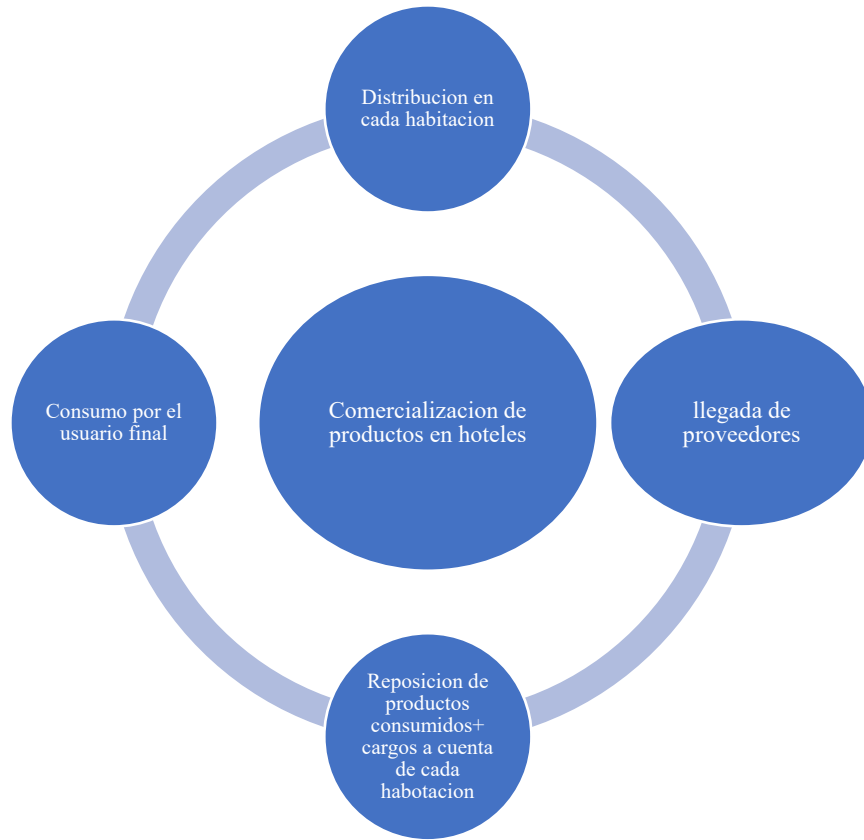
Dentro de la instalaciones del hotel se requiere una bodega en el cual ingresara la mercancía y será puesta en estantería distribuida en categoría de alimentos las estanterías están divididas para tres fragmentos bebidas, alimento solidos, productos próximos a vencer o vencidos.

Generalmente en los hoteles les es asignada una sola bodega que a la vez es adaptada con doble propósito para guardar la mercancía y para realizar la parte de la operación respecto a la realización de cargos con esto se necesitaría escritorio disposición de computador, papelería para planillas y por ultimo todo el kit de aseo para la bodega y habitaciones, también el incluir cartas diseñadas para información de producto y precio.

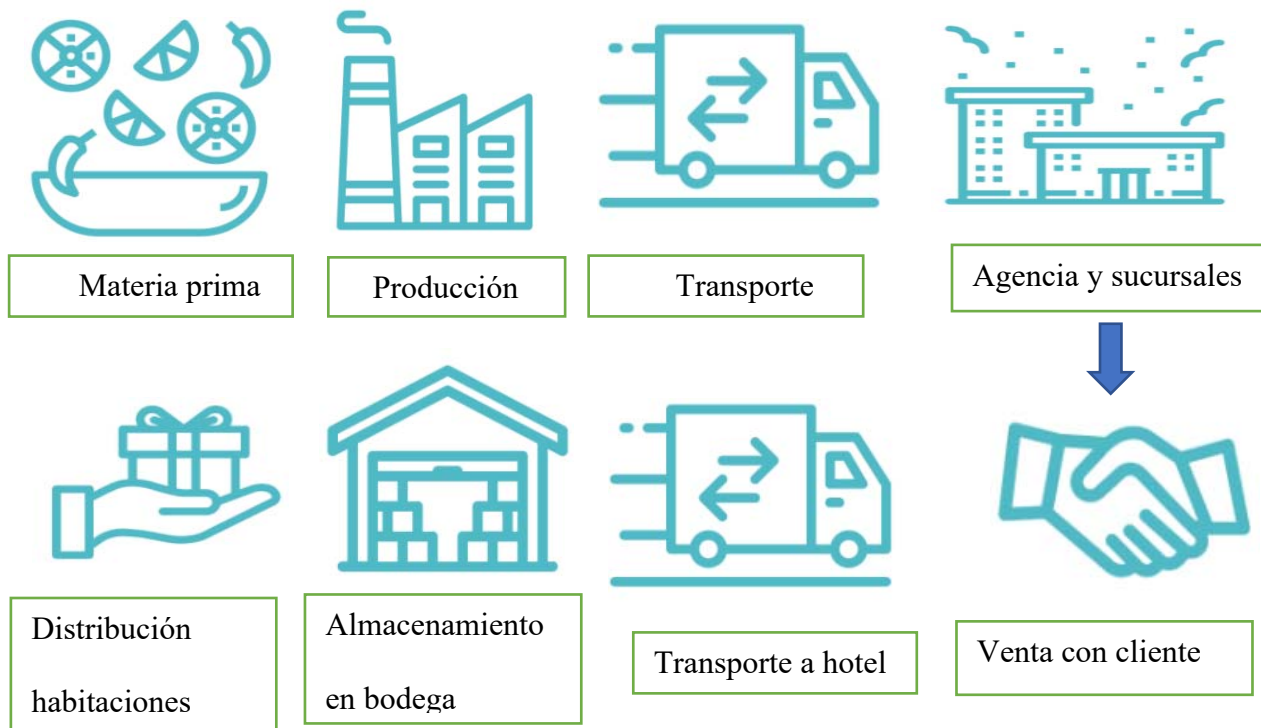
Habitación

Hay dos opciones en cuanto a lo necesario para el proceso dentro de las habitaciones y son las mini-everas el cual dependiendo el hotel existe la opción que sean puestas por el mismo o ya habría que implementar nosotros las neveras, de igual forma las bandejas en donde serán puestos los productos ya esto se compromete de acuerdo a los contratos generados con cada alojamiento.

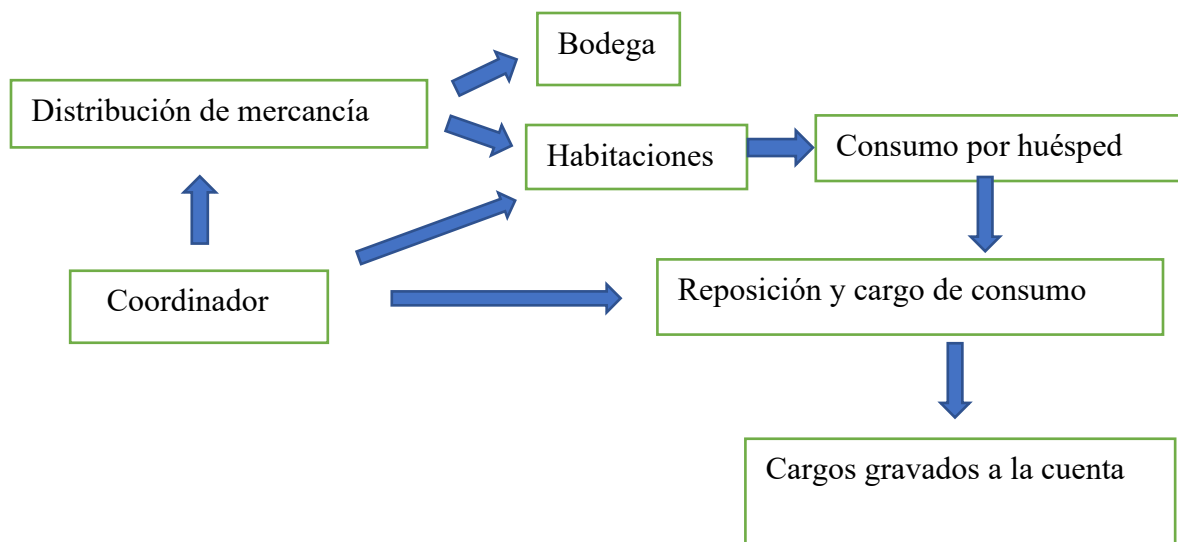
Diseño en detalle



Cadena de distribución



Cadena de Servicio



Costos de producción y venta

- De acuerdo a los acuerdos con los hoteles, se basa en una comisión por dejarnos operar, la comisión es variable se deduce de la venta a fin de mes.
- Sobre la venta final también existen acuerdos para descontar la alimentación mensual de la persona que opere los minibares (opcional).
- Costo unitario de mano de obra: \$877.000
- Costos indirectos de fabricación: \$55.000 cartas de precio (50und) varia cantidad de habitaciones.
- Los precios de los productos tendrán variable por la categorización del hotel



Monblack es una organización el cual quiere brindar el servicio de ofrecer productos tradicionales de la gastronomía colombiana dentro de las habitaciones de cada hotel, el objetivo es aumentar el reconocimiento de la gastronomía colombiana que ofrece las distintas regiones del país

Descripcion de los servicios El servicio que ofrece la organización es comercializar productos alimenticios en las habitaciones del hotel, estando en todo el proceso operativo que conlleva como surtido, realización de cargos y reposiciones de los mismo



Cocadas: caja x12 = \$26.500

Und= 2.200

Bocadillos: caja x 36

= \$35.400

Und=1.800

Tamarindo: caja x 20= \$

24.000

Und=1.200

Merengues: bolsa x 12

=25.000

Und=2.100

Liberales: caja x 20= 32.000

Und= 1.600

Dulces café: Caja x 30=

10.000

Und=350

Panelitas: caia x 6 = \$5.000



Queremos ofrecer un servicio diferente con la idea de aumentar el reconocimiento de la gastronomía colombiana desde la parte hotelera



Queremos que los costos de nuestros productos sean bajos y que beneficien a todo los actores que tienen que ver desde el proceso hasta el consumo

Indicadores de calidad

Cobertura con esto queremos que lo ofrecido y estandarizado para operar en cada hotel siempre sea repuesto y se mantenga la disponibilidad de alimentos ya que aleatoriamente al pasar los días puede haber un incremento de consumo de algo en específico.

Volumen de venta esto lo realizaremos con el objetivo de tener algo mas claro de los dulces que ofrecemos con esto tendremos las ventas específicas y podemos con esto mirar que producto no es viable ofrecer más y dar la opción de remplazar cierto producto.

Satisfacción del cliente con esto lo enfocamos en la calidad empresarial con esto se quiere recibir feedback después de la compra, con esto regularemos y obtendremos información desde la perspectiva de nuestro usuario final con esto también daremos solución a todo el proceso que conlleva la compra de lo ofrecido.

Competitiva con esto estamos dispuestos a cubrir las zonas requeridas o nuevos contratos que soliciten de nuestros servicios de esta manera estaremos en la competencia ya que la demanda puede variar de acuerdo a algunas temporadas o requerimientos especiales en las zonas destacadas como atractivos turísticos

Encuesta sobre la operación en este punto queremos referirnos a que también es de suma importancia conocer de fuentes diferentes como los huéspedes y la parte administrativa de los hoteles, en cuanto a la calidad de servicio dado por la persona encargada en cada hotel viendo sus falencias o fortalezas el cual sean convenientes reforzar en cuanto a la forma de operar con los minibares de los hoteles.

Las sugerencias también nos sirve para dar la oportunidad de modificar algún procedimiento o algo que conlleva todo el proceso de nuestro servicio, estas sugerencias pueden venir de personas con experiencia en el sector hotelero.

Comparables con esto se realizaría un análisis específico en cada proceso para mirar falencias que podremos mejorar para garantizar un buen servicio ya que para el servicio todo el proceso es de suma importancia para ser efectivos en toda la operación.

Otro indicador de calidad es mirar que proceso de nuestra organización es de suma importancia en donde sacaremos beneficios por ejemplo en tiempo de prestar el servicio.

Diagrama de causa efecto con esto antes de salir al mercado vemos que debido a un proceso o forma de operar tendremos algunas consecuencias que puede conllevar a que no realicemos ni prestemos el servicio de manera adecuada.

Ficha técnica.

Nombre del servicio	Minibar de dulces colombianos
Usuarios	Huéspedes de un hotel
Proceso	Oferta en habitaciones
Responsable del proceso	Parte administrativa y operativa
Descripción del servicio	Venta de dulces tradicionales, en los minibares de los hoteles
Necesidades y expectativas del cliente	Consumo desde la habitación sin necesidad de salir, expectativa algo diferente (oferta distinta a lo común)
Requisitos técnicos	En la parte operativa, conocimiento del proceso de ingreso a las habitaciones, manejo de programa hotelero
Requisitos legales	*Inscripción cámara de comercio *Inscripción registro mercantil *Documento de forma jurídica *En los hoteles el personal operativo debe contar con certificado de manipulación de alimentos.

Requisitos afines al medio de entrega	El servicio se presta de forma presencial
--	---

La fase que cuenta nuestro proyecto es el inicio de proyecto ya que se esta abarcando el modelo de negocio en diferentes aspectos y viendo la viabilidad costos tramites y demás para poder ir moldeando y estructurando de una mejor manera algunos procedimientos.

Prototipo

Características del servicio

- Presentación de nuestros alimentos en bandejas biodegradables.
- Personal altamente capacitado.
- Ofrecemos alimentos tradicionales y caseros.
- Alimentos para todo tipo de usuario.

Características del prototipo

El diseño de una pagina web con el fin de dar las características y objetivos principales de nuestra idea de negocio dando como información y poniendo en conocimiento de la persona que visualice la pagina que lo que nosotros queremos ofrecerle es algo de la gastronomía de Colombia aumentar su reconocimiento y apostándole a el desarrollo sostenible no sin dejar por fuera la calidad de servicio en la operación con personas capacitadas para desarrollar la actividad.

Interacción con el cliente

La interacción del cliente se hará a través de la página web en la cual encontrará una opción de dejar sus mensajes, dudas o aclaraciones, con esto de primera mano daremos solución a despejar dudas o aclarar mejor la actividad a la que nos dedicamos.

Página web:

<https://hectorsalcedo7.wixsite.com/monblack>

Modelo Running Lean de la empresa MONBLACK

Problema	Solución	Propuesta de Valor única	Ventaja especial	Segmento de clientes
<p>El servicio de minibar por parte de los hoteles resulta difícil debido a ciertos parámetros no convenientes para el hotel como lo son costos, falta de conocimiento en lo que se ofrece, irregularidades de cargos de consumos por personal no capacitado por consiguiente llevando a un resultado malo para la generación de experiencia de hospedaje, ya que este servicio hace parte de la buena experiencia del usuario final que en este caso son los huéspedes.</p> <p>Alternativas existentes Empresas con variedad de productos comerciales de grandes marcas, sin aporte nutricional. Costos muy elevados de sus productos</p> <p>Minibar del mismo hotel, poco conocimiento de este servicio.</p>	<p>El servicio que queremos es el servicio de minibar para hoteles, de esta manera encargándonos de todo el proceso de reposición, cobro y brindando una calidad de servicio con nuestro personal capacitado de esta manera presentar una variedad de alimentos tradicionales y caseros con el fin de aumentar el reconocimiento de la gastronomía colombiana desde los dulces y generando una mejor experiencia para el usuario final, el huésped.</p>	<p>Calidad de servicio. Personal altamente calificado.</p> <p>Costos reducidos</p> <p>Objetivo de que el usuario final genere una experiencia agradable en costo/beneficio/calidad/variedad</p> <p>Alimentos tradicionales</p> <p>Rendimiento en todo el proceso de servicio.</p> <p>No quejas por cobros irregulares a huésped.</p> <p>Alimentos con aporte nutricional, pensado en todo tipo de usuario final.</p>	<p>Productos 100% tradicionales y caseros.</p> <p>Aporte nutricional pensado en el consumidor final</p> <p>Lo ofrecido es netamente colombiano.</p>	<p>Hoteles ubicados cerca a atractivos turísticos.</p> <p>Gerentes de hoteles ya que son el cliente potencial para poder operar dentro de sus instalaciones.</p> <p>Personas desde los 25 años en adelante con habilidades administrativas con el objetivo de cumplir las expectativas organizacionales específicamente la hotelería.</p>
	<p>Métricas Clave</p> <p>Recursos humanos, parte principal y fundamental para ofrecer un servicio de calidad con el personal capacitado e idóneo para la operación.</p> <p>Recurso físico requerimos de una bodega, en el cual así brindaremos los productos con una presentación adecuada y una buena</p>		<p>Canales La información de nuestro servicio será por páginas web, o presencialmente.</p> <p>Ayudaremos al cliente a confiar en nuestro servicio a través de la recomendación por parte de la operación que estemos realizando en otros hoteles</p>	

	<p>organización con el fin de mantener todo con buena higiene</p> <p>Distribución de alimentos tradicionales con presentación llamativa.</p> <p>Financiación por parte de alguna entidad como Bancoldex, fontur para dar inicio a la empresa</p>			
<p>Estructura de costos</p> <p>Costos fijos: Salario SMMLV de la persona que realice la operación por cada hotel.</p> <p>Costo fijo de oficina administrativa</p> <p>Costos variables:</p> <p>Comisión para el hotel, sobre venta general mensual para los hoteles de acuerdo a la venta final(acuerdo por dejarnos operar)</p> <p>Los contratos varían, de acuerdo a esto existirá la posibilidad de que se deba suministrar neveras, bandejas para operar, en lo posible se reduce estos costos en la mayoría de hoteles.</p> <p>Se reduce costos con el proceso de transporte de los alimentos, ya que se trabaja directamente con los proveedores en este caso existe la realización de pedidos llegando a cada hotel exactamente.</p>		<p>Fuentes de ingresos</p> <p>Cobro por cada alimento, variación de precios por características como alimento específico, cantidad y ubicación geográfica del hotel.</p> <p>Los ingresos se generan a fin de mes sobre la venta mensual.</p> <p>Los ingresos varían por la calificación y categorización de los hoteles.</p>		

Validación

Lo primero que se validaría en mi idea negocio es el producto final, con esto nos referimos a validar si los dulces tradicionales que ofrecemos son de agrado y bien recibido por el consumidor final específicamente el huésped ya que a modo general existen variedad de gustos e inclinaciones por los alimentos a querer consumir por lo tanto a pesar de que tengamos un servicio operativo de buena calidad si lo ofrecido no es de agrado para el huésped por lo tanto el negocio en este aspecto no es viable ya que las ventas serian mínimas y de esta manera nos iríamos a pérdida ya que la rotación y venta de estos dulces tradicionales se nos estancan y por lo tanto vencerán.

Objetivo de investigación

Identificar si los dulces tradicionales y caseros ofrecidos en los minibares de los hoteles son de agrado y bien recibidos por parte del usuario final, con esto sabremos si la variedad de dulces que nosotros queremos ofrecer, si lo consumirían o existe más el gusto por consumir snacks de grandes marcas comerciales.

Objetivos específicos

- Establecer los principales gustos a la hora de elegir un snack
- Determinar los factores de la elección de consumir snacks del minibar cuando se esta hospedando en hoteles.
- Aplicar mejoras de presentación de los dulces tradicionales.

Investigación Cuantitativa

Se realiza una investigación cuantitativa ya que la implementación de una encuesta ayuda a arrojar datos precisos en el cual se mira la viabilidad de ofrecer determinados productos o snacks tradicionales en específico ya que el realizar esta encuesta nos dará con precisión los datos ya que lo basaremos en las inclinaciones o características del consumidor final.

Formulario de cuestionario

Esta encuesta esta diseñada para mirar si los dulces tradicionales encontrados en la gastronomía colombiana son bien recibidos por el usuario final (huesped) a la hora de hospedarse, presentados en los minibares de los hoteles, no somos fabricantes solo comercializamos, nuestros principales proveedores son los pequeños empresarios.

Nombre

Edad

1 Cuando se hospeda en hoteles es de importancia para usted el servicio de minibar?

Si No A veces

2 Se fija en los productos ofrecidos de los minibares?

Si No A veces

3 Que experiencia ha tenido con este servicio, cuando se hospeda en hoteles?

Buena Mala Regular

4 La experiencia generada según la elección de la pregunta anterior se debe a?

Costos elevados Productos en mal estado No le llaman la atención lo que ofrecen

Variedad y buenos precios

5 A la hora de consumir un snack del minibar usted se fija en?

Precio Calidad Marca Cantidad

6 Le gustaría encontrar en los minibares de los hoteles dulces tradicionales de la gastronomía colombiana?

Si No

7 Le llama más la atención productos de grandes marcas comerciales?

Si No

8 Si encuentra snacks tradicionales y caseros pensaría usted que los costos de los productos serian bajos

Si No Tal vez

9 Despertaría en usted alguna emoción si encuentra en el minibar de su habitación productos tradicionales colombianos?

Si No

10 Si encuentra variedad de snacks tradicionales de muchos departamentos lo incentivaría a consumir?

Si No Tal vez

11 Si lo ofrecido en el minibar tiene un aporte nutricional,le llamaría la atención consumirlo?

Si No

12 Le daría a usted confianza consumir un dulce casero, justifique su respuesta.

Tamaño de la muestra

$$Z= 1,96$$

$$N= 4'000.000 \text{ huéspedes en hoteles anualmente}$$

$$e= 0,05$$

$$P=0,05$$

$$q=0,05$$

$$n= \frac{(1,96)^2 \cdot (0,05 \times 0,05) \times 4'000.000}{(4'000.000) \times (0,05)^2 + (1,96)^2 \times (0,05) \times (0,05)}$$

$$n= \frac{3,84 \times (0,25) \times 4'000.000}{4'000.000 \times (0,0025) + (3,84) \times (0,25)}$$

$$n= \frac{3'840.000}{10.000.96}$$

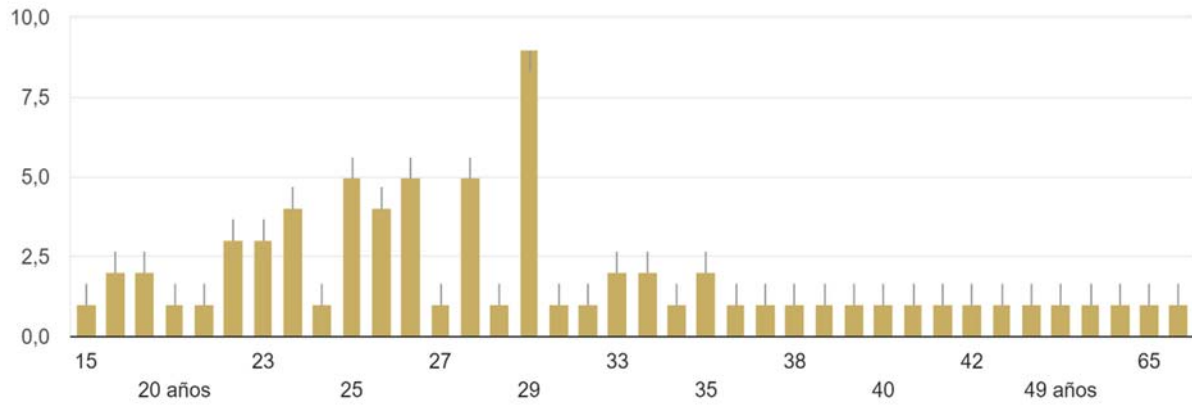
$$10.000.96$$

$$n=3.829$$

Tabulación

Edad

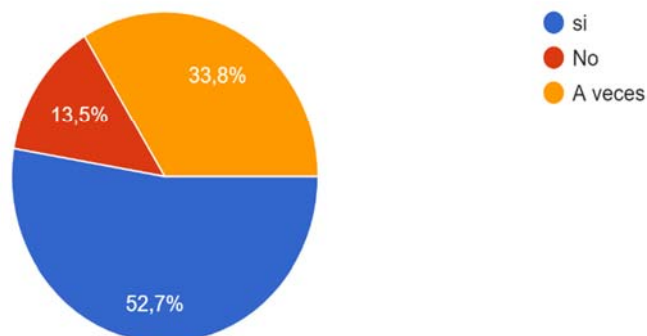
73 respuestas



La encuesta fue realizada sin un límite de edad, se enfocó en las personas que se han hospedado en hoteles de diferentes categorías a lo largo de su vida sin importar su estrato social, enfocándolo en gustos personales en cuanto a consumir snacks a nivel general.

1 Cuando se hospeda en hoteles es de importancia para usted el servicio de minibar?

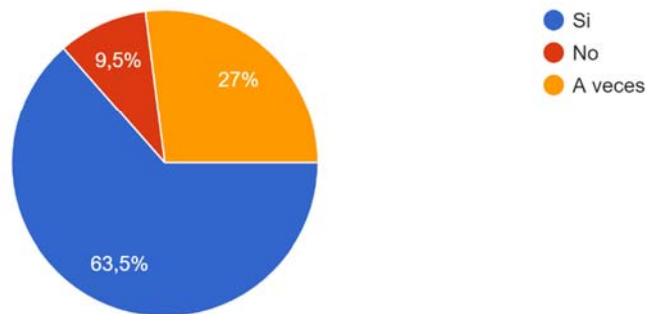
74 respuestas



Con esto evidenciamos que a la hora de hospedarse, para la mayoría de personas si es importante este servicio ofrecido por parte del hotel donde se aloje.

2 Se fija en los productos ofrecidos de los minibares?

74 respuestas



A parte de ser de importancia el servicio de minibar los usuarios en un 63,5% se fijan en que productos les ofrecen ya que de aquí parte las inclinaciones de consumo por las personas.

3 Que experiencia ha tenido con este servicio, cuando se hospeda en hoteles?

74 respuestas



La experiencia generada con este tipo de servicio es aproximadamente buena, pero también se tiene en cuenta según resultados que el 43,2% tuvo una experiencia regular debido a diferentes factores.

4 La experiencia generada según la elección de la pregunta anterior se debe a?

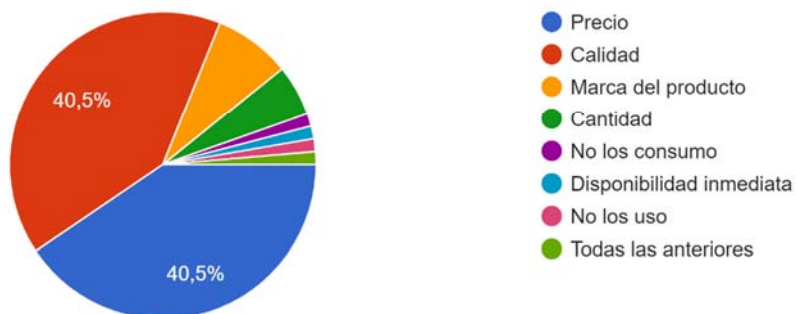
74 respuestas



Lo ofrecido en los minibares de los hoteles se contrapone en dos aspectos, los usuarios tienen una buena experiencia con la variedad que les ofrecen pero los costos de los productos son elevados por esto habría poco interés por consumir de los minibares.

5 A la hora de consumir un snack del minibar usted se fija en?

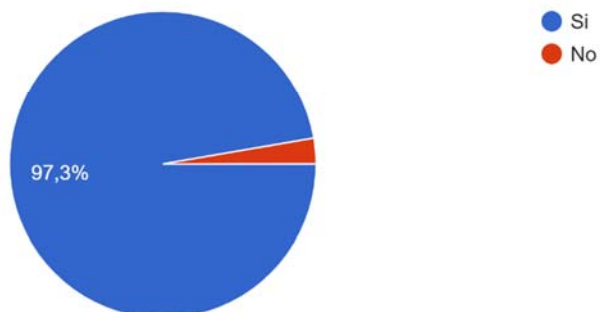
74 respuestas



Respecto a la pregunta anterior, con esta respuesta se evidencia que si optan por consumir del minibar se fijan en la calidad, precio y variedad.

6 Le gustaría encontrar en los minibares de los hoteles dulces tradicionales de la gastronomía colombiana?

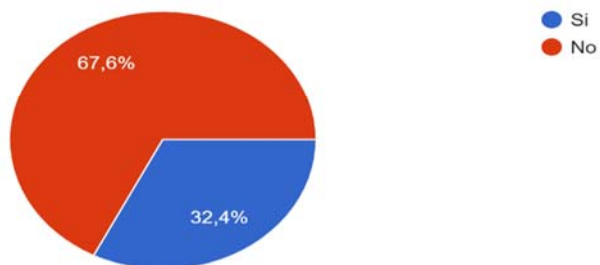
74 respuestas



Con esto confirmamos que en cuanto a los dulces tradicionales que queremos comercializar a través de este servicio de minibar sería bien visto y nos da la idea que si sería consumido.

7 Le llama más la atención productos de grandes marcas comerciales?

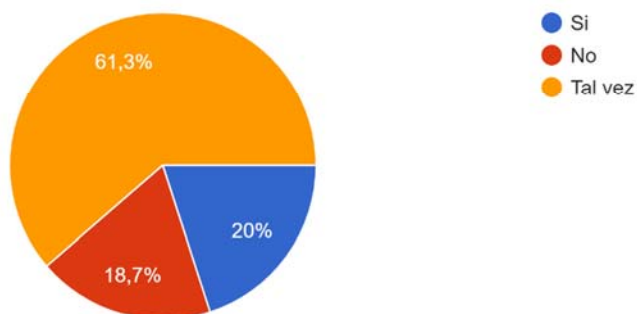
74 respuestas



Queríamos saber si la preferencia por los usuarios finales, era consumir productos de grandes marcas o si a la hora de consumir un snack o bebida y fuese

tradicional y casero les daría interés por querer consumirlo, de acuerdo a esta encuesta hay una variable importante que es la calidad y no la marca en todos los casos.

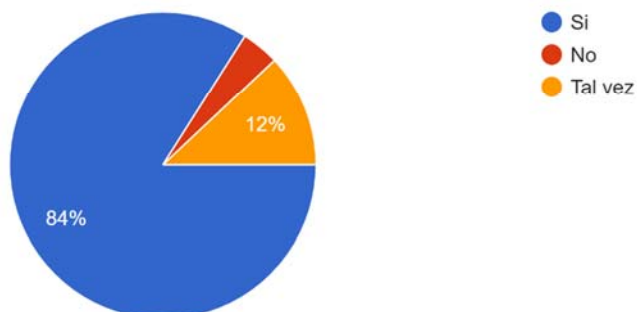
8 Si encuentra snacks tradicionales y caseros pensaría usted que los costos de los productos serian bajos
75 respuestas



Al querer competir con precios, sabemos que un proceso interno de precios con nuestros proveedores varia dependiendo el dulce en especifico, pero seguimos teniendo ventaja en cuanto a la competencia ya que productos comerciales de grandes marcas siempre lleva unos costos superiores a lo casero y tradicional de este modo lo veríamos como una ventaja en el mercado.

9 Despertaría en usted alguna emoción si encuentra en el minibar de su habitación productos tradicionales colombianos?

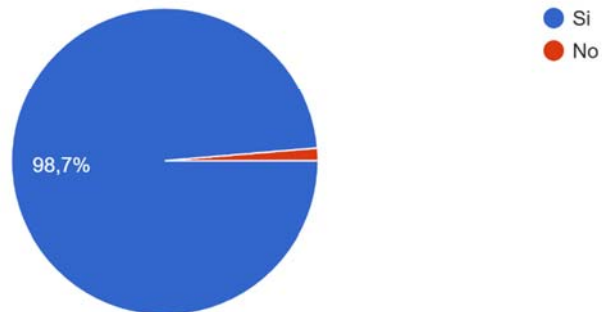
75 respuestas



Desde la parte emocional queríamos como objetivo saber si al encontrar gastronomía colombiana causaría algún recuerdo sobre su vida infancia, adolescencia etc., por consiguiente recordar con su paladar momentos relevantes en su vida personal.

10 Si encuentra variedad de snacks tradicionales de muchos departamentos ofrecidos en el minibar lo incentivaría a consumir?

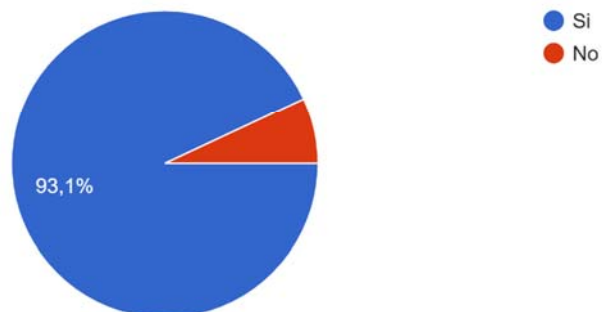
75 respuestas



En este punto queríamos darle una estandarización de determinados dulces tradicionales puestos en cada habitación, queriendo saber si poniendo una variedad gastronómica de lo tradicional de los diferentes departamentos existiría mas probabilidad de consumo sin importan donde se este alojando.

11 Si lo ofrecido en el minibar tiene un aporte nutricional, le llamaría la atención consumirlo?

72 respuestas



No solo pensando en competir con precios, pensamos también en la calidad que queremos ofrecer y en este punto tenemos como fin de ofrecer alimentos con un aporte nutricional y pensando en todo tipo de usuario ya que como no hay un segmento en específico de usuario por ser huéspedes existe variedad de personas que quizá tenga alguna restricción a la hora de ingerir alimentos.

12 Le daría a usted confianza consumir un dulce casero, justifique su respuesta

67 respuestas

Si

Si, mientras tengan el registro invima

Depende la presentacion

Si claro, puesto que no usan quimicos ni productos artificiales

claro que si, porque es algo que no se ve frecuentemente en los hoteles y es muy bueno.

Tal ves, porque no se como lo elaboraron pero sería interesante para incentivar la gastronomía colombiana.

Si, dependiendo de mis gustos particulares y nutritivos.

Si, pues me parece que sería natural por tanto me llamaría la atención .

Si, porque por lo general los productos caseros tienen menos conservantes y además es positivo apoyar empresas pequeñas.

Si.

Siempre y cuando el empaque brinde la higiene y cuidado necesario del producto.

Depende del producto

Si claro porque me da confianza dado que se que vienen muy bien elaborados

Si, ya que sería un producto colombiano y apoyaría el consumo de productos caseros

siempre y cuando se encuentre plenamente controlado su empaque y fechas de vencimiento

Si me daría confianza consumir un dulce casero ya que este a sido preparado con buen cariño

Si le daría confianza a consumir un dulce casero porque es con me parece de mucha importancia ayudar

Desde luego, teniendo en cuenta que cumpla con las condiciones óptimas de empaque y fechas de vencimiento

Es un producto innovador, la confianza del producto la da su aspecto y calidad.

Si tiene su respectivo embalaje y empaquetado si lo consumiría

Si me generaría mas confianza porque estoy acercándome a la riqueza cultural de alguna comunidad o grupo social, con esto se promueve el arraigo por su gastronomía y el fortalecimiento de su bienestar.

Siempre y cuando tenga registro INVIMA y fecha de vencimiento, lo consumiría

Si

Si, ya que me da importancia lo que realiza la mano de obra volombiana

Me daría confianza si cuenta con fechas de fabricación y de vencimiento, de lo contrario, al ser casero, podría ser una desventaja

Desde luego, teniendo en cuenta que cumpla con las condiciones óptimas de empaque y fechas de vencimiento

Es un producto innovador, la confianza del producto la da su aspecto y calidad.

Si tiene su respectivo embalaje y empaquetado si lo consumiría

Si me generaría mas confianza porque estoy acercándome a la riqueza cultural de alguna comunidad o grupo social, con esto se promueve el arraigo por su gastronomía y el fortalecimiento de su bienestar.

Siempre y cuando tenga registro INVIMA y fecha de vencimiento, lo consumiría

Si

Si, ya que me da importancia lo que realiza la mano de obra volombiana

Me daría confianza si cuenta con fechas de fabricación y de vencimiento, de lo contrario, al ser casero, podría ser una desventaja

Los productos caseros tienen una fabricación más limpia, con menos ingredientes que afecten la salud a largo plazo

SI, DEGUSTAR NUEVOS PRODUCTOS

Si, ya que da más confianza al consumirlo

Sí. Si se ve en buen estado y se encuentra debidamente almacenado no debe ser un problema.

Si me daría confianza consumirlo, por que los productos colombianos son muy buenos

En épocas de pandemia no, pero normalmente uno siempre come lo tradicional.

Si, siempre y cuando cuente con toda la información nutricional y se vea bonito.

Depende del tipo de dulce que sea

Pues en teoría si, porque si están ofreciendo este tipo de productos una creería que se cumplen los

Los productos caseros tienen una fabricación más limpia, con menos ingredientes que afecten la salud a largo plazo

SI, DEGUSTAR NUEVOS PRODUCTOS

Si, ya que da más confianza al consumirlo

Sí. Si se ve en buen estado y se encuentra debidamente almacenado no debe ser un problema.

Si me daría confianza consumirlo, por que los productos colombianos son muy buenos

En épocas de pandemia no, pero normalmente uno siempre come lo tradicional.

Si, siempre y cuando cuente con toda la información nutricional y se vea bonito.

Depende del tipo de dulce que sea

Pues en teoría si, porque si están ofreciendo este tipo de productos una creería que se cumplen los protocolos de higiene para la venta.

Si el lugar es confiable claro que lo consumo siempre que esté en óptimas condiciones de calidad y presentación

Debe tener una presentación y empaque que genere confianza ya que va a estar expuesto a varios huéspedes hasta que se consuma.

Depende en empaquetamiento

Si, siempre y cuando tenga lote y fecha de fabricación y la fecha de vencimiento y estén debidamente empacados.

Si encuentro una norma técnica Colombiana que respalde el consumo y una fecha de vencimiento

Si porque no va a ser un producto químico y de esta manera se generaría más oportunidad de trabajo a los colombianos.

Sí, porque asumo que el lugar se asegura de toda la salubridad posible, ya que va de la mano con el servicio que me está prestando.

Si, son variedades y sabores que a lo mejor no se encontraría en marcas comerciales.

Pues más allá de cualquier cosa, el apoyo a la gastronomía colombiana y a la innovación de nuevos productos

Me daría confianza porque estos productos caseros no contienen tantos conservantes ni ingredientes artificiales que puedan alterar el sabor del mismo, además la experiencia de probar un producto casero a uno con más elaboración es totalmente diferente y más placentera.

Si desde que sea fabricado con buenas prácticas de higiene y seguridad

Si me daría confianza siempre y cuando cumpla los requisitos de empaque que sean amigables al ambiente y a su vez higiénicos e informando los ingredientes, es sabido que el aporte nutricional no es muy alto pero no me importaría porque a la final se entiende que es un dulce.

Se supone que tienen registros de ley como fechas de expedición y vencimiento razón por la cual se puede consumir con tranquilidad y apoyar el consumo y compra de productos de nuestro país

Debemos apoyar la gastronomía colombiana, apoyar a las personas que luchan día a día con productos deliciosos.

Si, me fijaría en la fecha de caducidad y en que condiciones se encuentra el producto.

Si es confiable. Si

Si, en cuanto tenga una buena presentación, empaque y cumpla con la normatividad sanitaria.

Siempre y cuando me garanticen la calidad del producto

Depende de la presentación

Tal vez depende de la presentación y del lugar

La confianza en el producto dado que está en un establecimiento reconocido.

No mucha, por la higiene

Si por que se supondría que sería hecho con toda la higiene

Si!!! Me gustaría encontrar más productos caseros y naturales en los minibar

Si su elaboración es natural lo compraría

Conclusión

El objetivo de la encuesta dio a cabo con los resultados esperados ya que nuestro objetivo estaba enfocado en saber si el producto final era bien aceptado por los usuarios finales ya que el objetivo general de la investigación era la aceptación de los dulces tradicionales y caseros encontrados en los diferentes departamentos de Colombia, con esto evidenciamos que nuestra idea de negocio es viable para poder ofrecernos o postularnos para un cliente en este caso en específico un gerente, persona que administra los hoteles y por consiguiente es la persona el cual nos podría dejar operar dentro de determinado hotel ya que nuestros dulces finalmente contarán con calidad, salubridad, precios y un servicio de calidad por parte del personal humano que será capacitado para poder ejercer la operación dentro de las instalaciones del hotel.

Bibliografía

Valora Analitik. (24 de 02 de 2020). Obtenido de

<https://www.valoraanalitik.com/2020/02/24/record-de-colombia-en-2019-en-visita-de-turistas-extranjeros-y-ocupacion-hotelera/>

Flores Gonzalez, J. (18 de octubre de 2018). *TecnoHotel*. Obtenido de

<https://tecnohotelnews.com/2018/10/18/minibar-curiosidades-hoteles/>

Ministerio de salud y proteccion social. (22 de 07 de 2013). *Foman*. Obtenido de

<https://foman.com.co/legislacion-alimentos-colombia/resolucion-2674-de-2013/>

Reportur.com. (10 de noviembre de 2019).

(Ministerio de salud y proteccion social, 2013)