

“CATALEYA”
RESTAURANTE PARA PERSONAS CON DIABETES

INTRODUCCIÓN

En la actualidad los hábitos de las personas se han ido modificando respecto a años anteriores, esto a causa de los efectos que trae consigo tener costumbres poco saludables, como la alimentación. Hace unos años se le daba poca importancia a lo que se consumía, lo que generó múltiples enfermedades relacionadas con las dietas de las personas, como diabetes, sobrepeso etc...

Encontrarán como se desarrolla la idea de un restaurante para personas con diabetes, atendiendo a un mercado específico pero sin dejar de lado a la persona que solo quiere cambiar su dieta o hábitos alimenticios con el objetivo de prevenir las enfermedades relacionadas con su alimentación. También se mostrarán otros modelos de negocios similares de países donde la diabetes se ha vuelto un problema de salud pública, esto es un poco de lo encontrarán en el presente documento.

CAPITULO 1

LA IDEA DE NEGOCIO

1. IDENTIFICACION DE LA IDEA DE NEGOCIO

1.1. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO:

“CATALEYA” Es un restaurante diseñado para personas con diabetes, basado en este concepto, manejamos menús para diabéticos y para personas que quieren prevenir este tipo de enfermedades.

1.2. PROBLEMA A DESARROLLAR:

Inicialmente “CATALEYA” da respuesta a la necesidad básica de una persona de alimentarse, pero como la persona padece una enfermedad que limita lo que puede consumir, damos solución a este problema con menús que se adapten a la problemática que tienen.

1.3. OPORTUNIDAD DE NEGOCIO:

“CATALEYA” es una oportunidad fresca para un mercado común, pero del que poco a nada se habla con claridad, en Colombia actualmente hay más de 2.2 millones de personas según cifras de ministerio de salud y protección social, de tal modo que el mercado es muy amplio, y hay una gran oportunidad de prestar este tipo de servicio.

1.4. CLASE DE PRODUCTO QUE GENERARA LA IDEA DE NEGOCIO

Se define como servicio productos intangibles, que no pueden llegar a ser almacenados ni transportados. Según lo anterior “CATALEYA” es un servicio que se presta con productos

tangibles. Al ser un restaurante son muchos elementos que hay que tener en cuenta para que pueda entrar a funcionar de manera efectiva.

1.5. SECTOR ECONÓMICO AL QUE PERTENECE LA IDEA DE NEGOCIO

“CATALEYA” se desenvuelve en el sector económico denominado terciario o de servicios, como es restaurante no produce materia prima pero la transforma de manera que puede ofrecerla a otras personas.

1.6. DESCRIPCION DEL PRODUCTO O SERVICIO

“CATALEYA” va a estar en la capacidad de ofrecer lo mencionado a continuación, que se considera primordial para su funcionamiento.

- Menús para diabéticos
- Menús para personas que quieran prevenir
- Asesoría en las dietas
- Platos balanceados y de gran sabor
- Un lugar con un ambiente de tranquilidad
- Excelente servicio
- Personal capacitado servicio al cliente
- Personal capacitado en enfermedades relacionadas con la diabetes.

1.7. JUSTIFICACIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

Esta idea se da ya que las cifras de personas que padecen diabetes en Colombia han aumentado dramáticamente, llegando casi a 2.2 millones el problema está en que se proyecta un aumento de 5% anual. (Cifras de MINSALUD) Se observó que muy pocos restaurantes en el mercado actual se enfocan o prestan atención a este mercado, ya que si tienes un familiar que tenga esta enfermedad difícilmente podrás invitarlo a un restaurante sin que se preocupe por su alimentación. Esto beneficiara a las personas con diabetes, sus familiares y conocidos.

1.8. ANTECEDENTES DE LA IDEA DE NEGOCIO

El origen de “CATALEYA” se encuentra en dificultades familiares propias, ya que por descendencia mi familia padecido diabetes, y es muy complejo invitar a mi abuela a cenar o almorzar a un restaurante, ya que los platos que estos ofrecen no me garantizan nada. A partir de esto empezamos a investigar que modelos de negocio manejan conceptos basados en personas con diabetes y encontramos que son muy pocos los lugares que prestan este tipo de servicio, posterior a esto identificamos la cantidad diabéticos que hay en Colombia para saber qué tan delicado es el problema a nivel nacional. Observando esto se toma la decisión de crear “CATALEYA” restaurante para diabéticos.

1.9. OBJETIVO DE LA IDEA DE NEGOCIO

1.9.1. Objetivo general:

Inaugurar el primer restaurante de “CATALEYA” para el tercer trimestre del año 2018, en la ciudad de Bogotá en la zona del chico, usando materias primas acordes al servicio que se ofrecerá, generando 7 empleos de forma directa, con capacitación especial en diabetes y servicio al cliente.

1.9.2. Objetivos Específicos:

Diseñar y realizar una investigación de mercados para orientar de manera efectiva el concepto de “CATALEYA”.

Determinar el presupuesto necesario para la puesta en marcha del restaurante “CATALEYA”.

Planear las estrategias de publicidad y mercadeo que se implementaran.

Buscar el perfil de empleado que se adecue al concepto de “CATALEYA”.

CAPITULO 2

CUSTOMER DEVELOPMENT

2. PENTAGONO DE PERFILACION DE CLIENTES

1.1 HIPOTESIS

Creemos que las personas que padecen diabetes, no frecuentan restaurantes, porque estos no les brindan opciones que se ajusten a sus necesidades alimenticias.

1.1.1 Stakeholder: Nuestro servicio va dirigido a personas con diabetes, que residan en la ciudad de Bogotá, con un nivel socioeconómico medio-alto, sin importar su cultura.

1.1.2 Identificación de las Necesidades del Stakeholder:

Hipótesis: Las personas con diabetes no tienen restaurantes que se especialicen en las necesidades alimenticias de ellos.

Nuestro servicio satisface necesidades de alimentación para personas con diabetes, por medio de un restaurante, y de afecto ya que las personas que padecen diabetes difícilmente pueden salir un fin de semana a un restaurante, a compartir con su familia, ya que no encuentra platos que se adecuen a su problemática alimenticia.

1.1.3 Identificación de Beneficios y Expectativas de Resultado:

Hipótesis: Creemos que las personas con diabetes necesitan un restaurante que los atienda y les ofrezcan platos adecuados para ellos, con un buen servicio.

Se busca principal mente resolver esta necesidad ya que hay muy pocos restaurantes que presten este servicio especializado, buscamos que nuestros clientes alcanzar tres beneficios vitales como: Comodidad, salud-beneficio, servicio.

Lo anterior se definirá con una serie de indicadores que orienten como está siendo el proceso:

- Servicio al cliente
- Calidad del producto

- Satisfacción del cliente
- Reconocimiento
- Crecimiento
- Volumen de ventas

1.1.4 Identificación de Soluciones Actuales:

Hipótesis: Hay pocos restaurantes en Bogotá que prestan este servicio.

Actualmente en Bogotá hay tres establecimientos que ofrecen servicios a fines, que son: San marcos, Philipe y clorofila, que los precios de sus altos rondan entre los \$15.000 y los \$25.000 pesos. Esto es poco considerando que solo en Bogotá hay alrededor de 112.000 personas que padecen diabetes.

1.1.5 Análisis de Inconformidades, Frustraciones y Limitaciones:

Hipótesis: Creemos que las soluciones actuales no satisfacen de manera efectiva las necesidades alimenticias de nuestros posibles clientes ya que hay muy pocos restaurantes.

Para nuestro cliente es frustrante, querer salir a almorzar con su familia y no poder hacerlo ya que muy pocos restaurantes que ofrecen platos para ellos, otra inconformidad es que el tipo de comida que hay en estos establecimientos de italiana lo que limita a un poco la cantidad de opciones que hay.

Las objeciones como marca que podríamos encontrar como marca es la confianza de nuestro cliente en un inicio, ya que es un mercado que se debe manejar con mucho cuidado.

1.1.6 Mercado:

Hipótesis: Nuestro mercado son las personas con diabetes que vivan en Bogotá, sin una edad determinada, pueden ser hombres o mujeres y que tengan un poder adquisitivo un poco arriba del promedio.

TAM: El mercado total de “CATALEYA” son las personas de Bogotá de frecuenten restaurantes.

SOM: Nuestro mercado probable son las personas de Bogotá que van restaurantes que ofrecen opciones de alimentación saludables.

SAM: Nuestro mercado potencial son las personas con diabetes y sus familiares, que viven en Bogotá.

CAPITULO 3

VALIDACION DEL PENTAGONO DE PERFILACION DE CLIENTES

2. LA ENTREVISTA

Se realizó la investigación a través de una encuesta virtual y personal, con el objetivo de determinar si las hipótesis planteadas podían ser validadas en el mercado real.

2.1 PROCESO DE RECOLECCION DE INFORMACION

Las encuestas se compartieron en grupos de interés relacionados a nuestro perfil de cliente, por medio virtual y presencial, se aplicaron alrededor de 25 encuestas, 10 presenciales y 15 virtuales.

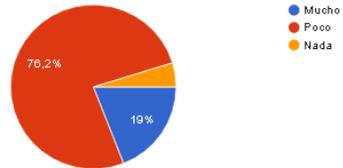
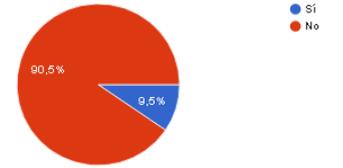
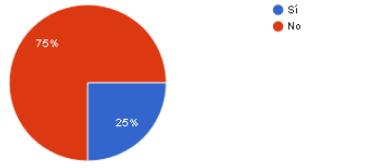
2.2 HALLAZGOS DE LA INFORMACION RECOLECTADA

ENTREVISTA
Se encontró que muchos de los encuestados prefieren alimentarse en casa ya que no sienten que los restaurantes les ofrezcan opciones saludables para ellos y para sus familias.
También que hay muy poco conocimiento acerca de la diabetes por personas que no la padecen, esto genera que se sea un poco descuidado en el modo de alimentarse.

2.3 ANALISIS DE LA INFORMACION

Desarrolle el respectivo análisis de la información obtenida tras la aplicación de la entrevista. A través de un cuadro relacione los hallazgos identificados en la aplicación de la entrevista enliste lo encontrado en cada uno de los cuadrantes.

HALLAZGOS											
NECESIDADES	BENEFICIOS	LIMITACIONES – FRUSTACIONES	LIMITACIONES – SOLUCIONES ACTUALES								
Alimentarse sanamente	Previene problemas de salud	Los restaurantes no ofrecen alimentos que respondan a esto	Cocinar en casa, con productos agrícolas.								
<p>¿Que piensa de las opciones que hay actualmente en el mercado, para satisfacer sus necesidades alimenticias? 21 respuestas</p> <table border="1"> <caption>¿Que piensa de las opciones que hay actualmente en el mercado, para satisfacer sus necesidades alimenticias?</caption> <thead> <tr> <th>Categoría</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Buenas</td> <td>33,3%</td> </tr> <tr> <td>Regulares</td> <td>57,1%</td> </tr> <tr> <td>Malas</td> <td>9,6%</td> </tr> </tbody> </table>		Categoría	Porcentaje	Buenas	33,3%	Regulares	57,1%	Malas	9,6%	<p>Como se puede observar más de la mitad de las personas encuestadas, creen que lo que les ofrecen en alimentación es regular lo que indica que hay cierta inconformidad con lo que hay actualmente en el mercado.</p>	
Categoría	Porcentaje										
Buenas	33,3%										
Regulares	57,1%										
Malas	9,6%										
<p>¿Siente que lo que come es saludable? 21 respuestas</p> <table border="1"> <caption>¿Siente que lo que come es saludable?</caption> <thead> <tr> <th>Respuesta</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Si</td> <td>28,6%</td> </tr> <tr> <td>No</td> <td>71,4%</td> </tr> </tbody> </table>		Respuesta	Porcentaje	Si	28,6%	No	71,4%	<p>Se observa que el 71,4 % de las personas encuestadas, sienten que lo que comen no es saludable. Que tiene relación con los datos arrojados en la primera pregunta.</p>			
Respuesta	Porcentaje										
Si	28,6%										
No	71,4%										
<p>¿Conoce a alguien que padezca diabetes, o enfermedades relacionadas con el azúcar? 21 respuestas</p> <table border="1"> <caption>¿Conoce a alguien que padezca diabetes, o enfermedades relacionadas con el azúcar?</caption> <thead> <tr> <th>Respuesta</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Si</td> <td>95,2%</td> </tr> <tr> <td>No</td> <td>4,8%</td> </tr> </tbody> </table>		Respuesta	Porcentaje	Si	95,2%	No	4,8%	<p>Se plantea esta pregunta con el objetivo de determinar si pueden llegar a ser clientes de la propuesta planteada, como se nota el 95% de las personas encuestadas conoce o tiene alguna relación con alguien que padezca diabetes.</p>			
Respuesta	Porcentaje										
Si	95,2%										
No	4,8%										

<p>¿Que tanto conoce acerca de la diabetes? 21 respuestas</p>  <p>Legend: Mucho (blue), Poco (red), Nada (yellow)</p>	<p>Observamos un desconocimiento casi que general acerca de esta enfermedad, lo que permite abrir una ventana para otro servicio.</p>
<p>¿Siente que los restaurantes ofrecen platos para personas que puedan padecer enfermedades relacionadas con el azúcar con la diabetes? 21 respuestas</p>  <p>Legend: Sí (blue), No (red)</p>	<p>Se identifica que las personas no creen que los restaurantes ofrecen platos que se adapten a las necesidades de las personas que padecen enfermedades relacionadas con la diabetes.</p>
<p>¿Padece diabetes o enfermedades relacionadas como hipoglucemia? Es opcional, te agradezco por ayudarme con este estudio. 20 respuestas</p>  <p>Legend: Sí (blue), No (red)</p>	<p>Vemos que de 20 personas encuestadas el 25% padece enfermedades relacionadas a la diabetes.</p>

2.4 RESULTADOS DE LA INFORMACION

Después de realizar la encuesta se encontró que más de la mitad de las personas encuestadas no sienten que coman saludable, además que los actuales formatos de restaurantes no ofrecen platos adecuados a las necesidades actuales de alimentación; por otro lado hay un desconocimiento acerca de la diabetes lo que aumenta la posibilidad de que pueda aumentar el número de diabéticos actuales, pero también da pie para montar un menú de prevención, de tal modo que se puede empezar a generar esa educación acerca de vida realmente saludable .

2.5 PENTAGONO DE PERFILACION DE CLIENTES FINAL



CAPITULO 4

PROTOTIPO

3.1 DESCRIPCION DEL PRODUCTO O SERVICIO

“CATALEYA” es un restaurante que ofrecerá platos para personas con diabetes, y para personas que quieran prevenir este tipo de enfermedades, siendo el servicio al cliente uno de los puntos más importantes.

4.2 FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO O SERVICIO

- Menús para diabéticos
- Menús para personas que quieran prevenir
- Asesoría en las dietas
- Platos balanceados y de gran sabor
- Un lugar con un ambiente de tranquilidad
- Excelente servicio
- Personal capacitado servicio al cliente
- Personal capacitado en enfermedades relacionadas con la diabetes.

3.2 PLANOS



CAPITULO 5

MATRIZ ESTRATEGICA

4.1 Identidad Estratégica: Somos un restaurante con un concepto basado en la alimentación para personas que padecen diabetes o enfermedades relacionadas, buscamos brindar una experiencia de tranquilidad y ofrecer un excelente servicio, con platos saludables y de excelente calidad para nuestro cliente.

4.2 Futuro Preferido: Ser identificados como la marca de mayor crecimiento en Latinoamérica, en opciones de alimentación para personas que padecen diabetes y enfermedades relacionadas, llevando el concepto a toda la región.

4.3 Objetivo General: Inaugurar el primer punto de “CATALEYA” en la ciudad de Bogotá para el tercer trimestre del año 2018.

4.4 Objetivos Específicos:

- Diseñar y realizar una investigación de mercados para orientar de manera efectiva el concepto de “CATALEYA”.
- Determinar el presupuesto necesario para la puesta en marcha del restaurante “CATALEYA”.
- Planear las estrategias de publicidad y mercadeo que se implementaran.
- Buscar el perfil de empleado que se adecue al concepto de “CATALEYA”.

4.5 Valores:

- Integridad
- Respeto
- Amor
- Tolerancia
- Responsabilidad
- Compromiso
- Honestidad

4.6 Análisis de PESTEL:

ANALISIS PESTEL

Política	Se ha implementado por parte del gobierno una serie de leyes y estatutos que benefician a los emprendedores.
Económica	El poder adquisitivo de las personas se ha visto aminorado por factores como la inflación o la nueva reforma tributaria.
Socio-culturales	Hay una gran aceptación a ideas que van enfocadas a mejorar la salud de las personas, y que su alimentación sea más saludable.
Tecnológicas	El desarrollo de diferentes plataformas tecnológicas para que el reconocimiento de una marca sea mayor es positivo como aplicaciones o páginas web, también para interactuar con nuestros clientes.
Ecológicas	Puede afectar directamente en consecución de materias primas o insumos para la preparación de platos, ya que puede haber una época de lluvia excesiva y una sequía.
Leyes	Para este tipo de proyectos el gobierno nos exige certificación ante el Invima, y registro sanitario, ya que al trabajar con alimentos se debe ser cuidadoso.

4.7 Análisis de Porter: Realice el respectivo análisis de Porter desglosando cada uno de sus cinco componentes.

MICROAMBIENTE

Producto	La empresa tiene la capacidad de contar con una nómina amplia en bastantes áreas, ofendiéndoles capacitaciones, y áreas como, en cocina, contabilidad, administración, nutricionistas, atención al cliente.
Proveedores	Hay proveedores de diferentes insumos para la preparación de platos. <ul style="list-style-type: none"> ➤ Pescados. ➤ Carnes. ➤ Arroz integral. ➤ Hortalizas. ➤ Frutas.
Intermediarios comerciales	Entran agencias de publicidad, outsourcing para la capacitación y selección del personal de trabajo.
Clientes	Personas que padecen diabetes y sus familiares en la ciudad de Bogotá inicialmente.
Competidores	Actualmente solo hay 3 lugares con opciones similares, pero no con los mismos servicios que ofrezco.

6. CONCLUSIONES

El presente proyecto se desarrolló a través de diferentes herramientas que permitieron identificar satisfactoriamente el tipo de cliente al cual nos vamos a dirigir, además de esto se logró conocer un poco acerca de los hábitos de las personas que padecen diabetes y como afecta esto su vida diaria, Concluyendo podemos ver que hay un gran mercado por explorar, que pese a que mucha gente lo sabe nadie lo comenta por que no se le ha dado la importancia que debería tener.

7. BIBLIOGRAFIA

<https://www.minsalud.gov.co/>
<https://www.asodiabetes.org/>
www.diabetes.org/es/