

Restaurante AL-HALAL

Diana R. Uribe Escobar

Corporación Unificada De Educación Superior CUN

Negocios internacionales 6to semestre

Docente: Carlos Alberto Lozano Moreno

CUMBRE

Opción de grado 2

Bogotá D.C,

27-04-17

Dedicatoria

A mi familia quienes con sus años de experiencias en negocios propios me aconsejan y guían en el mismo camino para desarrollar mis aptitudes y fortalezca mis conocimientos, especialmente a mi madre.

الحمد لله Alhamdulillah

(gracias a dios) por mi familia, maestros y amigos musulmanes y no musulmanes, quienes han hecho posible esto a través de sus opiniones, conocimientos, experiencias y necesidades, razón por la cual nace esta idea.

Agradecimientos

A mis profesores de opción de grado

Manuel Méndez, con su conocimiento me ayudo a forjar la base e idea general de mi proyecto.

Carlos Lozano, con su paciencia, esfuerzo para hacerme comprender la información que me ayudó en esto, conocimiento y dedicación.

Aportaron mucho a mi conocimiento además de generar inquietud en mí, en la realización de esta idea,

Allah todopoderoso y alabado sea los bendiga y que siempre este con ustedes.

Título del proyecto

Restaurante AL-HALAL, es prestador de servicio gastronómico y venta de productos halal, transformando el mercado actual del 2017.

Hoy día aprovechando diversas herramientas que brinda la tecnología y unidad de países con las relaciones internacionales se puede satisfacer ciertas necesidades y exigencias personales sin salir del país o preocupados por el idioma.

Resumen

Se va a realizar un restaurante de comida internacional halal para musulmanes y abierto al público general interesado en participar en este, donde se encuentren diferentes costumbres, culturas, idiomas, edades, puntos de vistas diferentes y comportamientos que reflejan la forma de vida de ciertos grupos de personas.

Se pretende crearlo en un lugar con gran capacidad de espacio, luminosidad y limpieza alrededor donde internamente estará separa por 3 salones de comedor. Mujeres, hombres y grupos familiares mezclados no musulmanes o en su debido caso musulmán dependiendo el gusto y preferencia de algunas personas.

Se inició preguntando personalmente a diferentes personas sobre los productos y servicios que se ofrece para que conozcan esta idea y depositen su confianza a la hora de visitarnos y probar los productos.

Se patentara ante las entidades gubernamentales para hacer el registro y toda la legalización pertinente.

Además de brindar servicios y productos, se ayuda al medio ambiente atraves de los diferentes materiales que se usan en este lugar, usando bicicletas modernas con su protección, pedidos con bolsas de papel craft, aluminios y cartón ecológico.

Introducción

La parte halal no solo se ofrece en la comida, ingredientes de esta o en el producto final sino que también la forma de atención al cliente y el cuidado de este, se tendrá muy en cuenta en base a la tradición islámica y así mismo combinándola con la occidental.

Esta propuesta de creación será un proyecto de inversión que traerá muchos beneficios en diversos aspectos como un aporte cultural a la comunidad colombiana no musulmana ya que el establecimiento se encarga de dar a conocer ciertas tradiciones de algunos países seleccionados entre 3 continentes: Asia, américa del sur ,norte de áfrica y medio oriente.

Así mismos los consumidores no tienen que preocuparse porque los ingredientes son seleccionados con precaución basados en el concepto halal, lo cual posiciona este lugar como único en la ciudad de Bogotá y toda Colombia.

Además aporta a la generación de fuentes de trabajo en las actividades de cocina y otros servicios.

Descripción general del negocio

La idea de este negocio nace debido a la necesidad de musulmanes tanto extranjeros como nacionales que buscan poder comer en ciertos restaurantes con confianza en la preparación de las comidas. Vi esta oportunidad mientras realizaba varias actividades en corferías trabajando en stand internacional y con conocidos quienes en su mayoría de veces comían con temor, no iban a ningún restaurante en Bogotá y preferían ellos mismos cocinar sus alimentos. (Para los musulmanes es importante que en nuestros platos no haya nada de cerdo ni sus derivados) también el pollo y carne deben ser halal (permitido) o sea cortados en nombre de Dios e incluyendo los aceites entre otros ingredientes. Además es una gran demanda de más de 200 personas en ese solo nicho más los musulmanes nacionales ubicados en las mezquitas de la ciudad de Bogotá, que demandan muy bien esta idea. Por otro lado, se quiere brindar los espacios de forma selectiva siendo que muchas de estas personas son conservadoras y se busca siempre seguir la tradición o sea, al momento de las mesas estas estarán ubicadas en un salón grande exclusivo solo para mujeres más un espacio donde se pueda realizar las oraciones, otro salón para hombres con espacio disponible para rezar y otros para las familias, parejas o público en general que desee conocer el lugar.

Objetivo general

Esta idea ofrece este plus de innovación que de hecho es el primer restaurante halal en Colombia, lo cual es una gran oportunidad de satisfacer a una gran demanda nacional e internacional, lo cual generaría casi siempre un alza en las ventas, y la cantidad de público que asistiría participando en la rentabilidad y utilidad del negocio

Mamrco legal

NORMA SANITARIA PARA EL FUNCIONAMIENTO DE RESTAURANTES Y SERVICIOS AFINES

RESOLUCIÓN MINISTERIAL N° 363-2005/ MIN.SALUD.

TITULO I GENERALIDADES

Artículo 1°.- Objetivos de la Norma Sanitaria

a) Asegurar la calidad sanitaria e inocuidad de los alimentos y bebidas de consumo humano en las diferentes etapas de la cadena alimentaria: adquisición, transporte, recepción, almacenamiento, preparación y comercialización en los restaurantes y servicios afines.

b) Establecer los requisitos sanitarios operativos y las buenas prácticas de manipulación que deben cumplir los responsables y los manipuladores de alimentos que laboran en los restaurantes y servicios afines.

c) Establecer las condiciones higiénicas sanitarias y de infraestructura mínimas que deben cumplir los restaurantes y servicios afines.

Artículo 2°.- Aplicación de la Norma Sanitaria

De conformidad con el artículo 6° del Reglamento sobre Vigilancia y Control Sanitario de Alimentos y Bebidas, aprobado por Decreto Supremo N° 007-98-SA, la vigilancia sanitaria de los alimentos y bebidas que se comercializan en los restaurantes y servicios afines

y, la verificación del cumplimiento de lo dispuesto en la presente Norma Sanitaria, está a cargo de la Autoridad Sanitaria Municipal

La vigilancia sanitaria se sustentará en la evaluación de riesgos, las buenas prácticas de manipulación de alimentos y el programa de higiene y saneamiento, la misma que será ejercida por personal profesional calificado y capacitado en estos aspectos.

Artículo 3°.- Cumplimiento de la Norma Sanitaria

Los establecimientos destinados a restaurantes y servicios afines deben ser de uso exclusivo para la preparación y expendio de alimentos y bebidas, de acuerdo a las disposiciones de la presente Norma Sanitaria. Los establecimientos de esta naturaleza que ya vienen funcionando deben adecuarse a lo dispuesto por dicha Norma Sanitaria.

TITULO II DE LOS RESTAURANTES Y SERVICIOS AFINES

CAPÍTULO I UBICACIÓN E INSTALACIONES

Artículo 4°.- Ubicación

Los establecimientos destinados al funcionamiento de restaurantes y servicios afines deben estar ubicados en lugares libres de plagas, humos, polvo, malos olores, inundaciones y de cualquier otra fuente de contaminación. El establecimiento debe estar separado de la vivienda de su propietario o encargado. El ingreso del público al establecimiento debe ser independiente del ingreso para los abastecedores y otros servicios, o en todo

caso, se establecerán períodos de tiempo diferentes para evitar la contaminación cruzada.

Artículo 5°.- Estructuras Físicas

Las edificaciones del restaurante o servicios afines deben ser de construcción sólida y los materiales que se empleen deben ser resistentes a la corrosión, lisos, fáciles de limpiar y desinfectar. Sólo el área de comedor podrá ser de materiales diferentes, considerando el estilo del establecimiento (rústico, campestre, etc). Todas las edificaciones se mantendrán en buen estado de conservación e higiene. Asimismo, se cumplirán las siguientes condiciones:

Los **Pisos** se construirán con materiales impermeables, adsorbentes, lavables antideslizantes, no deben tener grietas y serán fáciles de limpiar y desinfectar. Según sea el caso, se les dará una pendiente suficiente para que los líquidos escurran hacia los sumideros

Las **paredes** deben ser de materiales impermeables, adsorbentes y lavables y serán de color claro. Deben ser lisas, sin grietas y fáciles de limpiar desinfectar. Se mantendrán en buen estado de conservación e higiene. Cuando corresponda, los ángulos entre las paredes y los pisos deben ser abovedados para facilitar la limpieza

Los **techos** deben construirse y acabarse de manera que se impida la acumulación de suciedad y ser fáciles de limpiar.

Las **ventanas** y otras aberturas deben construirse de manera que se evite la acumulación de suciedad y estarán provistas de protección contra insectos u otros animales. También deben desmontarse fácilmente para su limpieza y buena conservación.

Las **puertas** deben ser de superficie lisa e adsorbente, además de tener cierre automático en los ambientes donde se preparan alimentos.

Artículo 6°.- Iluminación

El nivel mínimo de iluminación en las áreas de recepción, almacenamiento y preparación de alimentos será de 220 lux. Las fuentes de iluminación se ubicarán de forma tal que las personas que trabajan en dichas áreas no proyecten su sombra sobre el espacio de trabajo. La iluminación en las áreas mencionadas no dará lugar a colores falseados. En el caso de bombillas y lámparas suspendidas, éstas deben aislarse con protectores que eviten la contaminación de los alimentos en caso de rotura.

Artículo 7°.-

Ventilación

Debe proveerse una ventilación suficiente para evitar el calor acumulado excesivo, la condensación del vapor, el polvo y, para eliminar el aire contaminado. Se evitará que las corrientes de aire arrastren contaminación hacia el área de preparación y consumo de alimentos. Se debe instalar una campana extractora sobre los aparatos de cocción, de tamaño suficiente para eliminar eficazmente los vapores de la cocción.

Identidad estratégica

Queremos ser un restaurante único en el mercado que ofrece estas exigencias de la demanda interna y externa.

Futuro preferido

Si la idea empezara a funcionar a partir del siguiente año, queremos ser los primeros en este tipo de servicio y en el año 2025 haber logrado un alto posicionamiento en el ranking de los mejores restaurantes a nivel nacional y acaparar una alta clientela fija y segura

Valores

Respeto: por las diferencias de idioma, religión y cultura.

Tolerancia: a todas esas diferencias y tranquilidad dentro del establecimiento compartiendo con todos el mismo lugar.

Responsabilidad: realizar los procesos bien, para así lograr la satisfacción de nuestros clientes.

Eficiencia: se entregan resultados de la calidad en el momento oportuno.

Trabajo en equipo: valoramos el aporte brindado por cada miembro del equipo de trabajo.

Objetivos específicos

- ✚ Incentivar el respeto y tolerancia entre los clientes tanto nacionales como extranjeros.
- ✚ Generar empleo entre la juventud y conocimiento de este tipo.
- ✚ Diseñar menús en idioma inglés, español y árabe, urdu, hindi, francés, alemán, a razón de algunos clientes extranjeros y espacios cómodos y apropiados para el público en general.
- ✚ Evaluar el impacto social que tiene la mezcla de culturas y este tipo de servicio.

Cadena de valor

Inversión inicial	detalle	Monto minimo
Publicidad y promoción	Folletos, logo ,avisos	1 .000.000
adecuación	Pintura ,decoración y adecuación sanitaria	2 .000.000
mobiliario	Mesas y sillas	4.000.000
equipos	Estufas, hornos, refrigeradores, vajillas, vasos, utensilios de cocina. Hornos micro ondas.neveras,congeladores	16.800.000
tecnologia	Equipos,parlantes,instalación 10 tablets	2.500.000 1.000.000
Capacidad de distribución	2 motos 1 bicicleta	11.080.000
	total	37,380.000 pesos

ANALISIS PESTEL

POLITICAS:

Medidas higiénicas

✚ **Obligatorio para:** locales donde se sirva comida y/o bebida, como bares, cafeterías, restaurantes, heladerías...

Procedimiento: las normativas municipales detallan las características de cada estancia (cocina, almacén, zona de barra, zona de público, aseos y vestuarios), indicando su superficie mínima, materiales de construcción, ventilación y tipo de mobiliario. Por ejemplo, requieren una salida de humos y zonas separadas para tratar los alimentos y los residuos, así como electrodomésticos, material de limpieza y contenedores de basura específicos.

Registro Nacional de Turismo. Este registro es obligatorio para los prestadores de servicios turísticos relacionados en el artículo 12 de la Ley 1101 de 2006, dentro de los cuales se encuentran los restaurantes turísticos con ventas anuales superiores a los 500 SMMLV. Este registro se debe actualizar anualmente dentro de los primeros 3 meses del año. 4. Concepto sanitario. Todo establecimiento debe cumplir con las condiciones sanitarias que se describen en la Ley 9 de 1979, que está compuesta por títulos de carácter general como los de protección del medio

ambiente, suministro de agua, y salud ocupacional, así como algunos específicos como el título V denominado Alimentos, en el que se establecen las normas específicas a las que están sujetos los establecimientos industriales y comerciales en los que se realicen actividades que se relacionan con alimentos.

Certificado de manipulación de alimentos. Este es de carácter obligatorio para todos los empleados que manipulen alimentos y se debe renovar anualmente. Existen varios institutos que cuentan con la autorización como Empresa Capacitadora en Manipulación Higiénica de Alimentos

1 Licencias. Vaya al Departamento Administrativo de Planeación Distrital (carrera 30 No. 24-90) y verifique, en los planos que encuentra en el cuarto piso, si la dirección en donde pretende instalar su establecimiento comercial se permite.

2. Inscríbase en la Cámara de Comercio para obtener el Registro Mercantil.

Para ello, debe comprobar si el nombre de su establecimiento no aparece registrado por otra persona. Para realizar la verificación debe llenar un formato, que lo encuentra en las oficinas de la Cámara de Comercio, y pagar 1.160 pesos. Después de obtener respuesta por parte de la agremiación, deberá llenar un formulario. Este tiene un precio de 1.300 pesos.

3. Inscríbase ante la Dirección Distrital de Impuestos. Esta diligencia la debe realizar en la carrera 30 No. 24-90, primer piso. Para obtener el formulario de inscripción debe presentar su cédula de ciudadanía. Posteriormente diligenciarlo y radicarlo en las ventanillas de atención al público.

4. Certificado de Seguridad. Lo expide el Cuerpo de Bomberos de Bogotá en la sede Norte, carrera 10a. No. 61-77. Para solicitarlo se necesita la inscripción ante la Dirección Distrital de Impuestos (DDI) y pagar 9.475 pesos por ser un negocio nuevo. Posteriormente los bomberos practicarán la visita a su establecimiento.

5. Vaya al Silo de su localidad y solicite la licencia de sanidad, Para ello, necesita llevar una carta especificando las características de su negocio. Allí, le hace la liquidación y le dicen cuánto y dónde debe pagar.

6. Sí en su establecimiento van a ejecutar música (grupos en vivo o reproducciones fonográficas) vaya a la Sociedad de Autores y Compositores (Sayco) a pagar los derechos de autor, Allí, le hacen la liquidación dependiendo del tipo de establecimiento comercial.

7. Por intermedio de una carta, comuníquese al director del Departamento Administrativo de Planeación Distrital (DAPD), Alberto Villate París, que en la dirección....abrió un local comercial que se dedicará a la actividad de.... y tendrá el siguiente horario.

ECONOMICOS:

✚ el financiamiento será por recursos de 2 socios extranjeros, quienes invertirán cada uno 20 millones de pesos más un préstamo en el banco BBVA.

SOCIO-CULTURALES:

- ✚ que los clientes se muden a otras ciudades por cualquier razón, bajaría mi demanda y por ende este negocio es abierto a todo público en general.
- ✚ que el sabor y mezclas de las comidas no le guste a ciertas personas y prefieran ir a otros sitios
- ✚ la idea es crear el buzón de sugerencias para mejorar en estos énfasis.

TECNOLOGICOS:

- ✚ uso de internet (wifi),
- ✚ datafonos,
- ✚ tabletas electrónicas para el entretenimiento de los niños
- ✚ para reemplazar el papel y cartón de los menús y facturas , utilizar un software que nos permita usarlo para los pedidos de los clientes , en tabletas que se usaran como menús

ECOLOGIA:

- ✚ reciclar residuos plásticos, de vidrio o porcelana, papel y comida por aparte
- ✚ Se desconectaran todos los aparatos electrónicos exceptuando los que tengan productos en refrigeración, esto al terminar cada jornada del día.
- ✚ A largo plazo discontinuar el uso del papel en las facturas internas

LEGALES:

En cuanto al empleo de los trabajadores, el horario seria de lunes a sábado de 8 am a 11 pm y en fecha especial como el ramadán en junio el horario seria de 4 pm a 11.30 pm (se incluyen el pago de horas extras y recargos nocturnos)

Fuerzas de Porter

Analisis de las cinco fuerzas –influencia del macro enterno

Amenazas de nuevos competidores



Que alguna persona musulmana de la ciudad también quiera implementar la misma idea o modificarla

Poder de negociación de los proveedores



Negociando con ellos invitándolos al restaurante para mostrarles el uso de sus productos para obtener precio que sean convenientes para mi negocio

Rivalidad entre los competidores actuales



Ofreciendo precios menores en algunas cosas y altos en otras, dependiendo si ciertos ingredientes se consiguen en la ciudad o se deben importar.

En general bajando los precios para vender mas en algunas ocasiones

Poder de negociación de los clientes



Los platos ofrecidos tendrán lo que el cliente desea ,sabor aroma y combinación entre frutas verduras, legumbres etc. Son estilos de varios países y más cuando vienen de lejos quieren probar su comida de origen , sumado a esto el servicio del espacio para oración, mas la segregación de mujeres y hombres según la tradición islámica

Amenaza de productos o servicios sustitutos



la gran amenaza sería que los proveedores no tengan lo que necesito y el cliente exige, o no vendan por escasez en las carnes blancas y rojas por su alto precio o por algo extra que suceda.

En cuanto a los servicios sustitutos de los cuales hayan pocas cantidades, tengan precios altos, que contengan ingredientes derivados del cerdo o sean de sabor no muy agradable o lo más temible que la gente no quiera consumirlos.

Fuerzas Inductoras

		Area Funcional 1	Area Funcional 2	Area Funcional 3		Area Funcional 4		
Oportunidades	O1	capacidad financiera	O5	dinero extra por vender carne y pollo halal congelados (cortados en nombre de dios lo hace halal para musulmanes cristianos y judios residentes en la ciudad de bogota y a nivel nacional en algunas ciudades, distribuyendo y vendiendo en cantidades para quienes en ciertas ciudades lo necesiten.		O9	O13	
	O2	servicio a domicilio	O6			O10	O14	
	O3	rentarlo para eventos los fines de semana	O7			O11	O15	
	O4	posibilidad de poner area de juegos para niños	O8			O12	O16	
		Area Funcional 1	Area Funcional 2	Area Funcional 3		Area Funcional 4		
Fortalezas	F1	ambientacion	F5			F9	variedad de platos para personas con cuidado de salud y religion	F13
	F2	ubicación en la calle 92 y en el barrio la candelaria	F6			F10		F14
	F3	precio en comparacion a restaurantes cercanos a la zona de mi local,saludable con buen sabor y al alcance de la mayoría de los consumidores	F7			F11		F15
	F4	variedad de platos para personas con cuidado de salud y religion	F8			F12		F16

Fuerzas Opositoras

	Area Funcional 1		Area Funcional 2		Area Funcional 3		Area Funcional 4	
Amenazas	O1	competidores que se establezcan en otros locales cercanos	O5		O9		O13	
	O2	clientes insastifechos	O6		O10		O14	
	O3	cadenas grandes como mac donals ofrezca precios muy bajos contra los que a mi me quede dificil de competir	O7		O11		O15	
	O4	debido al crecmiento continuo y activo de la comunidad musulmana, puede aparecer otra persona ofreciendo el mismo servicio aprovechando la necesidad	O8		O12		O16	
Debilidades	F1	nuevo en el mercado	F5		F9		F13	
	F2	no permitir el ingreso o venta de alcohol en ciertas fechas y si hay clientes conservadores o niños	F6		F10		F14	
	F3	forma de servir las comidas, cada ingrediente por separado dependiendo el tipo de comida,,, y que el cliente le sea mas facily comodo todo mezclado en un solo plato	F7		F11		F15	
	F4	que quizas a la gente local no le guste la idea de que mujres por un lado y otro lado los hombres, en caso de ayan un grupo de solo mujeres o solo hombres,,	F8		F12		F16	

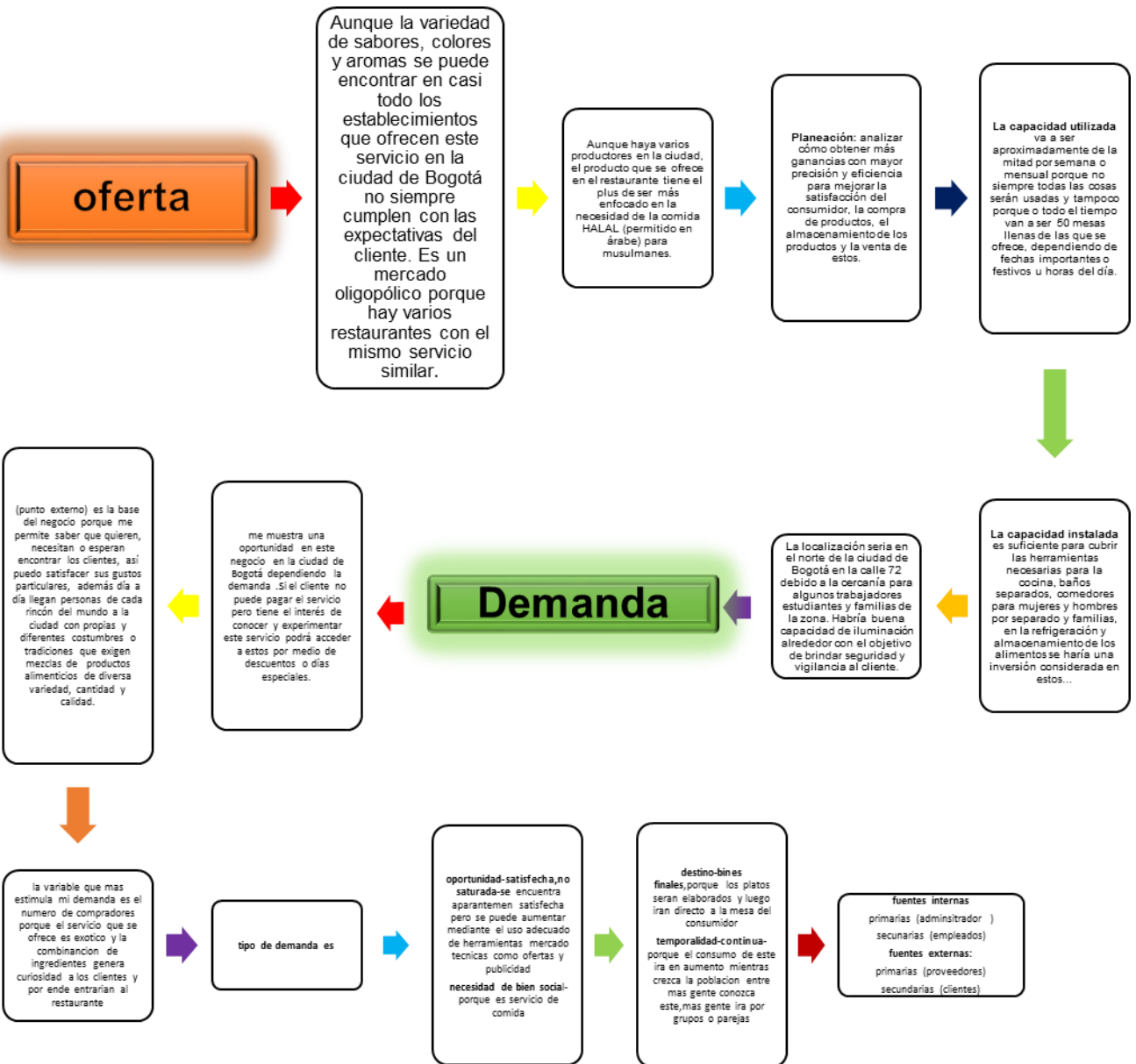
Matriz de Despliegue Estrategico Generativa

No Estrategia	Opositoras	Inductoras	Estrategia
1	O1	f1	buscar una nueva forma de financiamiento conveniente para mi para poder competir
2	O2	F2	buscar atender a la necesidad exacta de cliente en su pedido y cuando vaya a entregarse
3	O3	f3	ofrecer precios accequibles en las commidas y en el servicio de rentar el restaurante para eventos, que los clientes me elijan a mi y no ami competencia cercana
4	O4	F4	generando el cuidado de la salud hacia los adultos de dicha comunidad concientizar a los niños enseñandoles la tradicion desde pequeños
5	O5	F5	adquiriendo dinero extra por el publico en general que aunque no esten de acuerdo en algunos puntos del servicio del restaurante, al menos buscar la forma en llamar su atencion siendo polemicos para que sientan curiosidad y comren al menos los productos congelados

Estrategia de competitividad

La ventaja diferenciadora es que mi idea ofrece comida halal desde la mezcla de ingredientes en la preparación hasta obtener el plato en la mesa, e incluyendo la venta de carnes congeladas halal para musulmanes, ventaja y oportunidad frente a mis competidores de la ciudad de Bogotá y en general comunidades islámicas del país.

Identificación o construcción de la ventaja competitiva	1.	la competencia ofrece comida internacional árabe pero sus productos no son halal (certificación que aprueba con base a las reglamentaciones islámicas aptas para el consumo de un musulmán), por lo tanto yo sería la única en el mercado en ofrecer este servicio y productos
	2.	la forma de interacción entre hombre y mujeres de mi competencia no son aptas según las tradiciones islámicas
	3	mi fuerte son los productos halal, por lo tanto está abierto para público no musulmán , tanto nacionales como extranjeros
	4	la capacidad distintiva es el servicio en cuanto a la organización interna del lugar, la comida que se ofrece y la atención cuidadosa para los clientes en sus espacios
	5	los precios son accequibles para clientes que no puedan pagar, en temporada de descuentos, rebajas y bonificaciones por la asistencia continua al restaurante



Estudio de mercado

Restaurante Al-Halal

Objetivos del estudio de mercado

- ✚ Concluir el gusto y preferencia por las comidas y servicios de las personas al visitar el restaurante
- ✚ Definir los tipos de comidas más demandados con el cuidado en la preparación desde los ingredientes hasta el plato final para los musulmanes y público en general
- ✚ Determinar si es viable ofrecer a las personas musulmanas dentro de las sala comedor, un espacio apropiado para realizar a tiempo sus rezos y especialmente si separar a las mujeres de los hombres en diferentes comedores
- ✚ Calcular la cantidad de productos congelados halal para su venta de uso casero

Definición del mercado objetivo

Mi tipo de mercado objetivo es centrado, ya que se identifica a un sólo grupo de consumidores con una alta probabilidad de generar ventas suficientes para que la comercialización de un producto sea rentable.

Puede suponer la búsqueda de un nicho de mercado nuevo o poco explotado o el desarrollo de bienes y servicios especialmente diseñados para cumplir las demandas que no satisfacen las empresas de la competencia.

El enfoque centrado no es el más ampliamente utilizado pues las empresas tienden a abarcar varios grupos de consumidores para diversificar la presencia en el mercado y disminuir el riesgo que supone concentrarse en un pequeño sector que, en caso de fallar, pueda obligar a la empresa a redefinirse o, incluso, a cerrar.

En este caso mi nicho esta entre personas musulmanas quienes a su vez son mi cliente potencial, viviendo en la ciudad de Bogotá en diferentes barrios, de todas las edades, hombres y mujeres, de diferentes rangos salariales desde los 700 mil pesos mensuales hasta los 6 millones, pero con la urgente necesidad de encontrar comida halal en esta ciudad, y más aún cuando llegan extranjeros musulmanes especialmente.

Metodología de investigación

encuesta

Restaurante

AL-HALAL

1 ¿En qué rango de edad se encuentra usted?

--

2 ¿a qué hora asiste preferiblemente?

Desayuno _

Almuerzo _

Cena_

3 ¿Considera que es necesario un restaurante de comida halal en la ciudad de Bogotá?

Si _ no _ porque?

4 ¿De las siguientes carnes cuál es su preferida?

Carnes blancas (pollo, pescados) --

Carnes rojas (de vaca, cordero) ---

5 Como musulmán (a) ¿siente la necesidad de tener un espacio para rezar en la sala de los comedores para mujeres y otro para los hombres? Si_ no _ porque? (para musulmanes)



6 compraría usted carnes congeladas halal para su uso casero? (Para musulmanes)

7 Considera que es necesario en el mes del ramadán ofrecer servicio de 5 pm hasta las 3:30 am (con el fin de que alguna personas tomen su desayuno antes de la primera oración y allí mismo pueden rezarla en los espacios disponibles para ello) , dado el caso ¿a qué horas visitaría el restaurante? (Para musulmanes)

8 le gustaría experimentar el primer restaurante en la ciudad donde hombres y mujeres tomen sus comidas por separado? Si _ no _ porque?

9 ¿le gustaria ver a los meseros vestidos según la tradición islámica

aunque algunos no sean musulmanes?

10 para la comodidad de los niños en el restaurante que le gustaria de entretenimiento?

11 De los siguientes países que comida le gustaria probar?

Argelia, marruecos, Egipto, indonesia, malasya, emiratos árabes, Colombia, pakistan, india, arabia saudita

—

12 que le gustaria mientras espera el pedido?

_leer Un libro corto o folleto

_un juego de mesa (domino, jenga)

13 le gustaria presenciar un show central durante la comida o cena donde conozca bailes en lo posible tradiciones de algunos países?

Si_ no_

14 que postre le gustaria

Fruta _

Helado _

Te con dátiles _

15 le gustaria tener servicio de reserva de mesa?

Si_ no_

16 de los siguientes servicios cual prefiere?

Buffet _ a la carta _

17 en donde sugiere la ubicación del restaurante?

La candelaria_ zona t _ chapinero alto_

18 que tipo de comedor prefiere?

Mesas de comedor tradicional de 2 4 6 u 8 puestos_

Mesas medianas de madera con cojines como silla_

Cojines y comer sobre alfombras cubiertas con mantel según la tradición islámica _

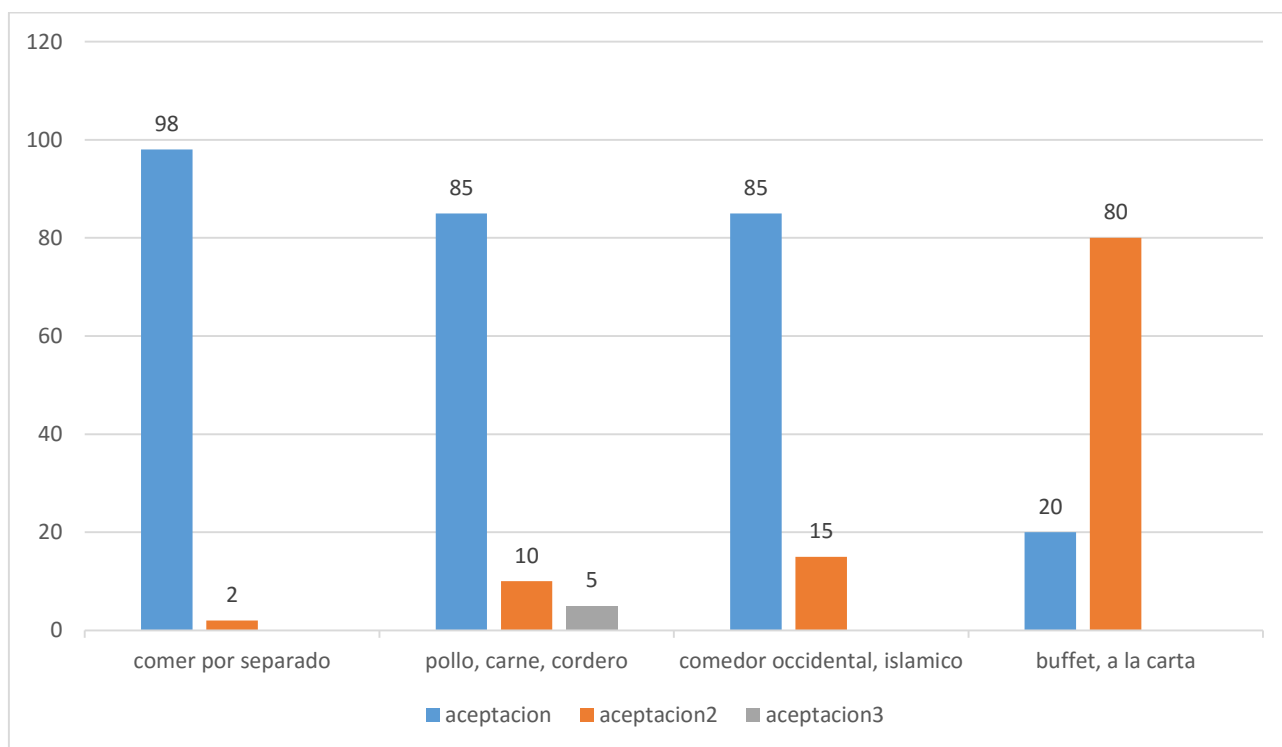
19 recomendaría esta clase de restaurante a familiares u amigos?

20 cada cuanto visitaría el restaurante?

La metodología que aplique fue de entregar una hoja de encuesta a cada persona con lápiz, al grupo de mujeres y hombres dentro de la mezquita el día viernes 7 de abril de 2017 en la hora del almuerzo después de la oración. Explique a ambos grupo por qué y para que de esto, aunque algunos no les agrado mucho realizar 20 preguntas.

Análisis de la investigación

Secundario



Conclusión de la encuesta :

Tome las variables mas importantes para mi, porque asi podre llevar un mejor manejo del inventario y cantidad de dinero en inversión general de mi producto y servicio.

Hice la encuesta a 40 personas . 20 mujeres y 20 hombres desde los 20 hasta los 55 años de edad en la mezquita enfrente de la escuela militar el dia 7 de abril del 2017 , de diferentes nacionalidades e ingresos mas gustos y preferencias.

El pollo es el producto mas rentable, la carne seria regularmente y e cordero para evitar perdidas se harán pedidos con exepciones, con tiempo y en fecha especial como el ramadán en junio

Plan de marketing

Objetivos:

- ✚ Mantener el crecimiento del producto estrella, que son los productos congelados halal y los platos ofrecidos
- ✚ Incrementar el nivel de notoriedad de la marca (al- halal)
- ✚ Poner en marcha los servicios de atención al cliente en los espacios para rezar y en las 3 salas comedor que habrían

Estrategia del producto:

Aunque mi competencia prepara comida de un país de oriente medio no ofrece carnes y pollo halal, lo cual es una debilidad para ellos y una gran fortaleza para mí idea incluir la venta de productos congelados para uso casero y dentro del negocio.

Para servir en las mesas se usaran materiales de vidrio, metal y porcelana y en algunas ocasiones dependiendo el tipo de comida se usara platillos de cartón ecológicos.

Las salas de comedor serán divididas 1 para mujeres, 1 para hombres y otra para familias o parejas. Según la encuesta aplicada a muchos les gusta la idea de comer de las dos formas: según la tradición islámica sobre alfombras con cojines y mesas pequeñas de té y tener algunos comedores estilo occidental en la misma sala.

Los meseros estarán vestidos de forma recatada y conservadora para evitar altercados con clientes conservadores, miradas y malos entendidos entre meseros y clientes.

Estrategias de marca:



Aunque ya existe la palabra como tal no está establecida como marca de algún producto o lugar. La idea de colocar este nombre provino de una pequeña discusión entre amigos, 3 de ellos me propusieron este nombre para el restaurante y a mí me gusto aunque me hayan dicho otras opciones, siento que es la palabra más adecuada debido a que la comida y el servicio será ofrecido de esas maneras en lo referente a la separación de los comedores tal como la tradición islámica.

Halal es un vocablo de origen árabe que significa “lícito”, se utiliza en la comunidad islámica para referirse a todas aquellas acciones y comidas que son permitidas por la religión musulmana. Este término no sólo es utilizado para referirse a los alimentos, sino que también es aplicado para el día a día; por lo tanto, algo considerado halal puede resultar benéfico y saludable para el ser humano. Sin embargo, en las comunidades donde no se habla árabe, este vocablo se limita solo a las leyes alimenticias islámicas, especialmente a todo lo relacionado con las carnes rojas y las aves.

En definitiva, para los musulmanes que acatan las normas, entienden según su nivel de religiosidad, lo halal como un estilo de vida, un concepto integral que abarca todas las actividades diarias como la alimentación, la vestimenta, la higiene, la sanidad, la economía. Cualquier alimento debe estar libre de cualquier sustancia o ingrediente no lícito (haram), o de cualquier componente que se derive de un animal prohibido. Debe tratarse de un producto fabricado, manufacturado o almacenado siguiendo la normativa islámica. En el caso de la carne ésta debe provenir de animales no prohibidos que deben ser sacrificados siguiendo lo prescrito por la ley islámica.

Para que la carne sea considerada halal, el sacrificio del animal debe realizarse mediante una rápida incisión en la garganta, cortando la vena yugular y la arteria carótida, dejando intacta la espina dorsal. La finalidad de esta técnica es lograr un mayor drenaje de la sangre y por consiguiente, una mayor higiene en la carne,

además de reducción del dolor y agonía del animal. Esto refleja una interpretación más estricta del halal.

El pescado es considerado halal. En caso de que sea de criadero, el pescado deberá ser alimentado con alimentos halal. Por su parte, las aves (pollo, pavo, etc.) sin garras y que no sean carroñeras, son permitidas.

Estrategias de marca para líneas de producto, consiste en utilizar el mismo nombre de marca para varios productos relacionados entre si.osea extensión de marca en bebidas, postres que muchas veces serán elaborados de forma casera y algunos serán importados para generar empleo y ahorrar costos de mano de obra.

Alianza de investigación y desarrollo, es unirse para desarrollar un producto que luego utilizaran cada compañía por separado. yo importaría pollo halal de otra marca de estados unidos

Estrategia de empaque:

- ✚ Para domicilio en recipientes de icopor, cartón y papel aluminio todo empacado en bolsas de tela que se devolverán al domiciliario al llegar a su destino, con el objeto de no usar bolsas plásticas y en algunas ocasiones dependiendo el tipo de comida de domicilio usar bolsas de papel.

Para bebidas en recipientes de icopor y postres en bolsas de papel. Todo esto aprovechando las falencias de mi competencia ya que ninguna lo hace de este modo.

✚ En cada bandeja de icopor habrán 6, 8, y 10 piezas de muslos o contra muslo. Los pollos enteros serán plastificados de 3 kg a 6 kg, las pechugas también serán plastificadas en bandejas. esto es en el caso de productos congelados para vender.

✚ Las carnes serán de igual forma empacadas en icopor y plástico. En algunas bandejas habrán bolitas ya formadas por 6 8 y 10 cantidades, en bolsa plásticas serán empacadas de 2,4, 6 y 8 lbs , la carne molida también será ofrecida.

✚ El cordero será empacado en bandejas y bolsas plásticas.

✚ El pan será empacado en cajitas de carton ecologico

Estrategia de publicidad:

- ✚ Usar redes sociales como Facebook y correos electrónicos para hacer reservaciones e invitaciones
- ✚ Crear una pagina web con idiomas en inglés, español, árabe, urdu, malayo, indonesio, alemán, francés, portugués, para atraer a clientes extranjeros en sus países, para que puedan entender mejor de que se trata el servicio que ofrezco antes de venir acá y lo incluyan en su plan de viaje.(esto anclado a que llegan muchos para las ferias internacionales que realiza corferias entre otras)
- ✚ Repartir folletos personalmente en las mezquitas de las diferentes ciudades de Colombia especialmente en la ciudad de cogota y visitando algunas de las viviendas, locales comerciales de amistades.

De esta forma ya que todos tienen acceso a las redes sociales e internet. La frecuencia de los folletos sería de cada 2 meses debido a la cantidad de extranjeros que llegan al país para establecerse aquí en la ciudad de bogota y en otras donde hay comunidad musulmana.

Estrategia de precio:

Mi competencia ofrece ciertos platos entre 25, 30, 35 mil pesos colombianos fijos y algunos postres y bebidas en entre 5000 mil y 6 mil pesos

De esta forma competiría y resistiría una guerra de precios:

- ✚ Mis platos rondarían con precios desde los 1000 pesos hasta los 45 mil pesos, fijos y los productos congelados para uso casero lo cual me ubicaría en primer lugar y sacaría provecho en cuanto a los precios para venderlos. desde los 8 mil pesos hasta los 30 mil pesos dependiendo el peso y cantidad.(a estos los definiría según la tasa cambiaria del dólar debido a que algunos serán importados desde estados unidos mas los aranceles que son del 5 %)
- ✚ El precio de lanzamiento de los productos congelados será de 20 mil pesos a excepción de las bandejas que serán en 15 mil pesos.

Las condiciones de pago son en efectivo y en tarjeta

Costo de transporte para domicilios sería en motocicletas lo que me generaría gasto en combustible 100 mil pesos mensuales con x 3 que tenga.

Estrategia de servicio-post venta:

- ✚ A los clientes que ya estén identificados compradores de productos congelados hacerles seguimiento en llamadas para abastecerlos.
- ✚ Por la fidelidad que tengan hacerles descuentos cuando vengan al restaurante o en el momento de la compra.
- ✚ Escuchar las opiniones de los clientes en cuanto a las comidas y los espacios para rezar si están satisfechos o no. Tener en cuenta la cantidad de público no musulmán que asista para conocer sus gustos y su satisfacción por el servicio ofrecido, todo eso para llevarlo a cabo.

Plan de medios

Estrategia de promoción:

- ✚ Hacer descuentos rotatorios en las fechas especiales del calendario islámico, especialmente en el mes del ramadán, es decir, si ofrezco descuento en el desayuno durante una semana, en la cena para romper el ayuno no, en la semana siguiente lo hago en la cena del 10% y en el desayuno no.
- ✚ En los dos días posteriores al ramadán el eid Mubarak y el eid al adha ofrecer ambientación adecuada en música, menús especiales y postres creativos ofrecer el 2x1.
- ✚ Sobre-vender, productos complementarios el proceso de compra ósea la bebida o postre gratis si desean un almuerzo completo
- ✚ En el norte centro y sur de la ciudad vender productos congelados con alianza de algunos almacenes de productos cárnicos para facilitarle a algunas personas el acceso y precio, pero que así mismo me generara utilidad..

- ✚ En cuanto a los platos del restaurante serán las bebidas a 2000 pesos cada una, por domicilio 2500, los platos fuertes a 10 mil cada uno y los que tengan ingredientes importados a 18 mil cada uno

Estrategia de distribución:

- ✚ Servicio a domicilio fines de semana y festivos, también en el mes de ramadán tanto en los productos congelados como en algunos platos.
- ✚ En cuanto a la distribución nacional como será prioritario tener en cuenta las comunidades musulmanes de mayoría enviar a un solo distribuidor que se encarga a de repartir los pedidos, lo que en transporte terrestre, mas pago a distribuidor y embalaje, lo que sería mensual dependiente la cantidad de pedidos serian alrededor de 10 millones de pesos en egresos teniendo en cuenta que cada distribuidor de cada ciudad con población musulmana recibirá 700 mil pesos como salario. El resto será invertido en empaque y embalaje más refrigeración.

Proyección de ventas

Los datos históricos provienen de una empresa internacional con sede en Colombia que expide certificado halal.

Halal certification services

El mercado de productos con certificación Halal es enorme y creciente. Incluye los 1,6 billones (22,32%) de musulmanes en todo el mundo y muchos millones de los no musulmanes preocupados por la salud que optaron por comer productos con certificación Halal porque estos productos son fabricados de manera compasiva con respecto al tratamiento de los animales sacrificados, así como de la limpieza en sus procedimientos.

Cuando los animales son sacrificados de una manera menos compasiva las hormonas y toxinas del miedo y la conmoción se liberan en los respectivos torrentes sanguíneos de los animales; estas hormonas y toxinas encuentran su camino en la musculatura y contaminan la carne.

El mercado para productos Halal en el mundo se contempla:

* más de 9 millones de musulmanes en América del Norte

* más de 500.000 personas en COLOMBIA

El método que se uso fue el de análisis de la demanda, en cuanto sus gustos y preferencias e ingresos Los datos demográficos muestra que aunque los ingresos sean pocos, este tipo determinado de personas musulmanas prefiere gastar dinero en su producto halal antes que comprar ropa, joyas juguetes y productos de alta tecnología.

Precio costo de los pollos congelados halal enteros

60 pollos enteros semanales de 2.5 kilos tienen un valor costo de 750.000 pesos

240 pollos mensuales de 2.5 kilos tienen un valor costo de 3.000.000 de pesos

2.880 pollos anuales de 2.5 kilos tienen un valor costo de 36.000.000 de pesos

Anual se necesita de un capital de 36.000.000 millones y en 5 años se invertirán 180.000.000 millones de pesos.

Precio de venta de los pollos

60 pollos semanales de 2.5 kilos tienen un valor de venta de 900.000 pesos

240 pollos mensuales de 2.5 kilos tienen un valor de venta de 3.600.000 de pesos

2.880 pollos anuales de 2.5 kilos tienen un valor de 43.200.000 millones de pesos

60 pollos semanales dejan una utilidad de 150,000 pesos, los 240 pollos mensuales dejan una ganancia de 600.000 pesos y los 2.880 pollos anuales dejan una utilidad de 7.200.000 en 5 años se tendría una utilidad de 36 millones de pesos

El precio costo de los pollos es de 5.000 pesos x kilo

El precio de venta es de 6 000 pesos x kilo se hace referencia en pollos de 2.5

kilos x 6000 =15000 pesos cada pollo así se vende

Y costo cada pollo entero sale a 12.500 pesos

Es decir, cada pollo entero deja 2.500 pesos de ganancia

Precio costo de las bandejas de alas, muslos y contra muslos surtidas

60 bandejas semanales de alas, muslo y contra muslos surtidas tienen un valor costo de 3.500 pesos cada una, es decir, que las 60 bandejas en total costarían 320.000 pesos semanales

240 bandejas mensuales surtidas tienen un valor costo de 1.320.000 pesos

2.880 bandejas mensuales surtidas entre alas o muslos o contra muslos, tienen un valor costo de 15.840.000 millones de pesos

Anual se necesita de un capital de 15.840.000 millones de pesos y en 5 años se invertirán 79.200.000 mil pesos

Precio de venta de las bandejas de alas, muslos y contra muslos

60 bandejas semanales de alas, muslo , contra muslo surtidas tienen un valor de venta de 6.500 pesos x bandeja, es decir, que las bandejas en total costarían 390.000 mil pesos semanales.

240 bandejas mensuales de alas, muslo y contra muslo surtidas tienen un valor de venta de 1.560.000 mil pesos

2.880 bandejas anuales de alas, muslo y contra muslo surtidas tienen un valor de 18.720.000 millones de pesos

60 bandejas semanales de alas, muslo y contra muslo surtidas dejan una utilidad de 60.000 pesos , las 240 bandejas mensuales surtidas dejan una ganancia de 240.000 mil pesos, y las 2880 bandejas surtidas dejan una utilidad anual de 2.880.000 mil pesos, dado que en 5 años se tendría una utilidad de 14.440.000 mil pesos

Las bandejas surtidas salen a 5.500 pesos y se venden a 6.500 pesos, dejando 1000 pesos como ganancia, como valor aproximado es un precio bueno sin embargo teniendo en cuenta el flujo diario de personas en la ciudad cambiante y con diferente necesidad se puede vender a 7000 peso x bandeja

Carne de vaca halal

2 kilos de carne semanales tienen un precio costo de 22.000 pesos

Cada kilo cuesta 14.000 pesos, precio de venta

11.000 pesos, oscila con precio costo

8 kilos de carne mensuales tienen un precio costo de 88.000 mil pesos

96 kilos de carnes anuales tienen un valor costo de 1.056.000.

En 5 años se requiere un capital de 5.280.000

2 kilos de carne semanales se venden a 28.000 pesos (cada kilo se vende a 14.000 mil pesos).

8 kilos de carne mensual se venden a 112.000 mil pesos.

96 kilos de carne se venden a 1.344.000

En 5 años se venderán 6.720.000

2 kilos de carnes semanales dejan una utilidad de 6 mil pesos

8 kilos utilidad de 24.000 pesos

96 kilos de carne dejan una utilidad de 288.000

En 5 años obtendría utilidades por 1.440.000 mi pesos.

Conclusiones

Al culminar la encuesta y la charla con la comunidad local, concluyo que mi idea de negocio es positiva, viable y muy necesaria, porque el 98% de la demanda esta insatisfecha, debido que llegan muchos extranjeros musulmanes de muchos países y se encuentran con grandes barreras, la alimenticia como principal.

Basándome en diferentes reuniones de comidas y fechas especiales sin temor a decir que la mayoría están de acuerdo en recibir estos productos, de manera general la comunidad musulmana a nivel nacional de las diferentes ciudades donde están establecidas.

Aunque la mayoría de personas del **segmento** aprueban que se usen dos tipos de comedores en una misma sala es decir ,el tradicional islámico la mitad de la sala y la otra mitad con comedores estilo occidental ,incluyendo los espacios para rezar dentro de los comedores, que haya segregación dentro del restaurante, muchos están de acuerdo y les gusta la propuesta , algunos piensan que separar las mujeres de los hombres es un tanto anticuado pero al final todos están acostumbrados y comprenden el porqué de este punto.

Ademas la mayoría tienen gusto por el pollo, carne, cordero y pescado, debido a las diferentes preparaciones que se hacen en Colombia, países asiáticos y de oriente medio.

Anexando que ven de manera positiva y muy importante tener en sus sala de comedor un pequeño espacio apropiado para cumplir sus oraciones a tiempo, plus que le doy a mi idea y que ningún lugar en toda Colombia tiene.

En cuanto al **producto** la demanda es alta y constante, lo que los mantendrá firme en el mercado es no tener competencia local y ser los únicos productores para esto se pretende obtener todos los permisos gubernamentales posibles.

Aprovechando la oportunidad de ser los únicos vendedores y productores en cuanto a lo halal hay mayor control en los precios lo cual generaría rentabilidad y utilidad extra.

Mis productos son necesarios ya que en Colombia ningún restaurante ofrece este plus de innovación incremental.

Web grafía

✚ Palabras claves y análisis del estudiante Jorge Villamizar,

Universidad industria de Santander, Bucaramanga,

2012 proyecto de grado

repositorio.uis.edu.co/jspui/bitstream/123456789/11487/2/143300.pdf

✚ Información obtenido del portal **halal certification services** sede en

Colombia www.halalcol.com/halalcol/mercado.

✚ Artículo publicado Octubre 3, 2016

www.conceptodefinicion.dehalal.com