



Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior

Proyecto Creacion de Empresas 2 – Modelos de Innovacion

Adrian Jose Paternina Montes

Jan Darwin Gomez Coronado

Carmen Mary Hernandez Galvan

Administracin de Empresas Distancia

Creacion de Empresa Modalidad virtual

septiembre 13 del 2020

1. Descripción de la idea de negocio

1. Descripción de la idea de negocio

1 Describa en qué consiste la idea de negocio, sus características y atributos, puede apoyarse de fotografías, dibujos entre otros.

¿Cuál es el producto o servicio?	Ej: Servicio ágil y personalizado para las diligencias del hogar.
¿Quién es el cliente potencial?	Personas que quieren evitar salir de sus casas o se encuentran muy ocupadas.
¿Cuál es la necesidad?	Satisfacer la necesidad de tener más tiempo libre para sus ocupaciones y actividades prioritarias.
¿Cómo?	Estableciendo una zona geográfica, diseñando un modo de funcionamiento confiable, bioseguro, que asegure la gestión eficiente de las operaciones a realizar.
¿Por qué lo preferirán?	Por una comisión a una tarifa competitiva y la confiabilidad en el servicio.

¿Cuál es el producto o servicio?

Producto estandarizado para la creación de un nuevo producto en el mundo de la gastronomía.

¿Quién es el cliente potencial?

Personas todo tipo de personas, pero más para aquellas que buscan consumir y degustar nuevos productos gastronómicos.

¿Cuál es la necesidad?

Satisfacer la necesidad de las personas que buscan degustar nuevos productos, y para las que no, satisfacer la necesidad del hambre.

¿Cómo?

Establecer una fusión con empresas repartidoras de comida, y así poder vender nuestro producto.

¿Por qué lo preferirán?

Porque será accesible, barato, y el mejor producto estandarizado.

2. Modelo de negocio

2.1 Estructure la idea de negocio y defina el negocio a través del siguiente lienzo:

2. Modelo de negocio

1 Estructure la idea de negocio y defina el modelo de negocio a través del siguiente lienzo.



2.2 Escoja un modelo de negocio de ventas por Internet y responda estas preguntas:

Peer to peer (Consiste en compartir servicios de unos particulares con otros).

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

Pagando a empresas como Facebook, Instagram, entre otras), y según la alianza que se creara, y las empresas con las que tenemos planeado hacerlo (Didi food, Uber eats, entre otras).

2.2.2 ¿Cómo y qué alternativas ofrecerá a los clientes según el modelo de ventas por

Internet escogido?

La alternativa es que sea accesible, fácil de adquirir y al alcance de todos.

2.2.3 ¿Cómo cerrará la venta por Internet y cuáles podrían ser los métodos de pago utilizados acorde al modelo?

Mediante las empresas que nos hemos decidido unir para poder vender nuestros productos, el cliente pagará a esta empresa, y la empresa restando la comisión por prestarnos el servicio, nos pagará a nosotros.

3. Innovación sostenible

 Describa el factor de innovación y el impacto ambiental y/o social de la idea de negocio.

	AGUA	ENERGÍA	MATERIAS PRIMAS	EMISIONES	RESIDUOS
Producto o servicio ¿El producto tiene un ecodiseño?	¿Usa eficiente mente el agua? ¿Cómo?	¿Reduce el consumo de energía? ¿Cómo? ¿Qué equipos utiliza?	¿Reduce los insumos? ¿Cómo? ¿Utiliza químicos? ¿Cuáles? ¿Qué empaque y embalaje utiliza?	¿Ha medido su huella de carbono? ¿Cuál es el resultado?	¿Qué residuos recicla?
Marketing ¿Realiza algún tipo de campaña que favorezca al medio ambiente?		¿Qué medios de transporte utiliza?	¿Qué materiales utiliza para las actividades de marketing?		

PRODUCTO O SERVICIO.

¿El producto tiene un eco diseño?

El producto tendrá como diseño que varios de los productos utilizados sean naturales y cosechados en el mismo lugar, por ejemplo, las hortalizas y ese tipo de cosas que son fáciles de cosechar y se pueden hacer en el mismo local, el cual tendría que contar con espacio para hacer dicha actividad. Además de darle un ambiente agradable al lugar.

AGUA

¿Usa eficientemente el agua?

El agua es un recurso natural no renovable y pensando en no despilfarrar este líquido, se pensó en instalar un sistema el cual se encarga de filtrar el agua lluvia y así poder tener una alternativa de ahorrar el agua.

¿Como?

A través de un sistema de filtración el cual se encarga de recolectar el agua lluvia haciendo que este pase por diferentes procesos de filtrado y tratamiento, lo que convierte el agua apta para el consumo.

¿Qué equipos utiliza?



Este es un tanque modulante, su objetivo principal es recoger el agua lluvia y almacenarla para su posterior utilización. Así como este proceso de recolección de agua existen otros métodos que son muy utilizados y eficientes.

ENERGÍA

¿Reduce el gasto de energía?

En este caso para reducir el gasto de energía sería teniendo un lugar abierto en el cual le pegue la luz natural del sol, de esa manera se disminuiría el consumo de energía. Pero también se podría considerar la utilización de paneles solares el cual tendría una gran ventaja y se aprovecharía la energía emitida por el sol.

¿Como?

Teniendo un lugar donde haya una mayor claridad y utilizando elementos captadores de luz.

¿Qué equipos utiliza?



Se utilizará este tipo de material el cual son paneles solares, los cuales se encargan de transformar la luz solar en energía, esto traería muchas ventajas por que no contamina y sería un gasto menos.

¿Qué medios de transporte utiliza?

En este caso sería utilizado como medio de transporte una motocicleta la cual se encargará de llevar los domicilios cuando se requiera.

MATERIAS PRIMAS

¿Reduce los insumos?

Si, para reducir los insumos se aprovecharía al máximo todos los utilizados.

¿Como?

Cosechando los tipos de hortalizas necesarias para preparar un plato de esa manera se reduce el costo de un producto.

¿Utiliza químicos?

En este caso se puede decir que se utilizarán dos productos químicos, ya que los demás son derivados de productos naturales.

¿Cuales?

El herbicida y El
insecticida los demás son
naturales

¿Qué empaque o embalaje utilizara?

En los casos que sean a domicilio los productos se enviarán a través de cajas que sean amigables con el medio ambiente causando así un menor impacto al medio ambiente.

¿Qué materiales utiliza para las actividades de marketing?

los materiales utilizados para las actividades de marketing son:

Tarjetas de visitas

Catálogos

Medios tecnológicos como vayas y redes sociales.

EMISIONES

¿Ha medido su huella de carbono?

¿Cuál es el resultado?

RESIDUOS

¿Qué residuos recicla?

Como ya se había hablado anteriormente y la idea es tener su propio huerto, entonces los residuos orgánicos que se puedan reciclar se hacen, esto con el fin de hacer lo que se llama un compost.

también reciclar todo lo que se pueda como lo son; papel, plástico entre otros más.

MARKETING

¿Realiza algún tipo de campaña que favorezca al medio ambiente?

El tipo de campaña que se hará será fomentar lo que es utilizar el agua lluvia, utilizar energía solar, tener su propio huerto, reciclar reutilizar cosas no orgánicas con las cuales se pueden hacer diferentes objetos de adorno. se pueden dar pautas de como tener su propio huerto y como poder reciclar con responsabilidad.

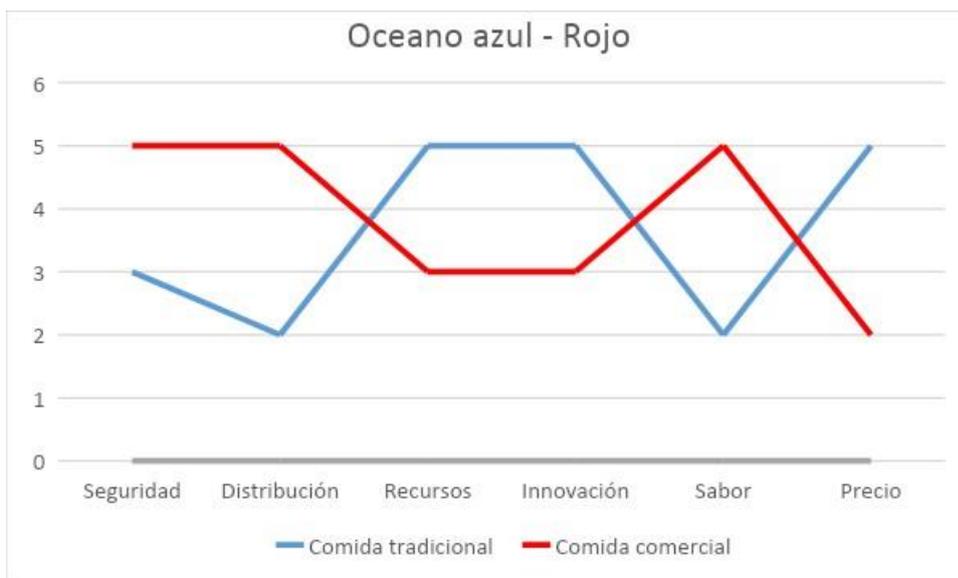
4. Análisis del sector.

Con productos que se ajustan a las nuevas tendencias y exigencias de los consumidores, servicio rápido y amable, infraestructuras modernas y mercadeo en todas las redes sociales, las marcas compiten por un mercado 'hambriento'.

4.1 Estrategia océano Azul

Acciones a realizar

V ariables	Se guridad	Dist ribución	Re cursos	Inn ovación	Sa bor	Pre cio
C omida tradiciona l	3	2	5	5	2	5
C omida comercial	5	5	3	3	5	2
	Incr emento	Incr emento	Re ducción	Re ducción	Incr emento	Incr emento



4.2 Análisis de Porter

PODER DE NEGOCIACIÓN CON LOS CLIENTES.

Por ejemplo, el caso de un supermercado. También hay empresas clientes consumidoras que utilizan el producto para usarlo para producir otro producto, en este caso lo consume. En todo caso son clientes y ejercen su poder de negociación frente a las empresas que les venden los productos.

PODER DE NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES.

Ser flexible y ponte el lugar de tu proveedor

Dicho lo anterior, permítete ser un poco flexible sobre todo si estás tratando con un proveedor que ha trabajado en anteriores ocasiones contigo. Si la experiencia ha sido buena en el pasado, quizás puedas relajar tus condiciones y llegar a un acuerdo igualmente ventajoso.

AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTOS.

Controlar el desarrollo y el crecimiento de la empresa que ofrece dichos productos sustitutos: Evaluar sus precios, su plan de marketing, la respuesta de los consumidores, etc.

AMENAZA DE PRODUCTOS ENTRANTES.

Controlar el Mercado, para que, al momento de entrada de un producto entrante, este se vea como opcional.

RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES.

Debemos de controlar y ser superiores en los pasos anteriores, para así poder controlar los competidores.

Identificar los competidores.

Conquistar nuevos mercados.

Mejor servicio al cliente.

Más y mejores canales de venta.

Multiplicar ingresos

Punto 5, Marketing mix

Estrategias de productos para clientes.

Recoja la información sobre las características del producto o servicio que pretende comercializar.

Núcleo: Comprende aquellas propiedades físicas, químicas y técnicas del producto que le hacen apto para determinadas funciones.

Este es un producto muy típico de México, el cual es la torta ahogada, este producto es característico del estado de Jalisco México, las características de esta torta es que es a base de un pan llamado birote o birote salado, cuya consistencia es un poco más dura que el pan bolillo, en su interior tiene un ligero sabor a agrio que es causado por la fermentación, esto permite que pueda ser sumergido en diferentes salsas. Las características del producto que se comercializará será muy diferente al típico ya que este tendrá fusiones de comida mexicana y colombiana haciendo de esta una fusión de culturas de diferentes países y dándole a las personas una nueva opción de comida. En este nuevo producto no solo se pretende fusionar un solo plato, si no varios la idea es innovar en ambos y probar la factibilidad que pueda tener en el mercado, la idea poder fusionar con comida del centro y la costa de Colombia y también

de varias partes de México, la idea hasta el momento consiste en la torta ahogada de México específicamente del estado de Jalisco.

Núcleo

Físicas: Principalmente las propiedades físicas es la torta ahogada y otros elementos con el cual se está compuesto el producto.

Químicas: Una mezcla de sabores lo cual produce una gran sensación al momento de consumir el producto.

Calidad: Nuestros productos son gastronómicos la calidad es muy buena, todos los productos utilizados para la fabricación final son netamente clasificados y llevados a cabo con sus respectivos cuidados.

Envase: Nuestros productos serán comercializados en un lugar en específico, el producto será trasladado a otros lugares cuando un cliente pida un domicilio o para llevar. Dicho producto saldrá en un empaque donde no pueda derramarse ni dañarse, el empaque será muy llamativo donde se promocione el producto, además de eso el empaque será ecológico será agradable con el medio ambiente.

Diseño: El diseño será muy llamativo, serán empaque tipo bolsa pero que sea ecológica en el cual se haga una campaña del medio ambiente estos empaques son muy fáciles de llevar y conservan muy bien el producto.

Servicio: En este sentido será la forma de fusión de comidas nacionales y comida extranjera, es una nueva forma de arriesgarse a probar cosas nuevas, el empaque es biodegradable, el lugar es amigable con el medio ambiente.

Portafolio

. Darles a degustar el paladar de jóvenes, niños y adultos una fusión de comida Colombo Mexica, para que logren degustar un nuevo sabor, y para que logren experimentar nuevas sensaciones de colores y sabores.

. Disfrutar los diversos platos que ofreceremos en nuestro restaurante de comidas fusionadas

. Mejorar nuestro servicio a nuestros potenciales clientes

Estrategias de precios.

Costos de producción

Costo Unitario de materiales \$ 35,400 Aprox

Costo Unitario de Mano de obra \$ 5000 Aprox

Costo Unitario de CIF (costos indirectos de
fabricación) \$ Costo total 45.400

Unitario 6000

Canales de distribución

Los canales de distribución son:

A través de web, en la actualidad muchas empresas han cambiado de técnicas para poder comercializar sus productos, por ejemplo, por medios de plataformas digitales suben el contenido que desean, siempre y cuando este sea del agrado de las personas. En nuestro caso no es la excepción nuestros productos tendrán cavidad en el campo de la tecnología o en la web.

Varios ejemplos de estos son uno canales por donde se pueda comercializar nuestros productos.

E-commerce: esta es una página web por donde podemos publicar nuestro producto, el cliente lo puede ver y lo puede adquirir, la idea es darle una mejor opción de compra a nuestros clientes que sientas que estamos para atenderlos en todo momento.

También se puede considerar el siguiente canal de distribución que es el canal de distribución directa, ya que en este no existe intermediarios entre el productor o fabricante y el consumidor final, nuestro negocio es de tipo productor lo que por lógica no se necesita de intermediarios o si no es una comunicación directa con el consumidor.

Estrategias de comunicación

La comunicación de nuestro proyecto será a través de plataformas web, en la cual brindaremos de forma muy detallada lo que es nuestro producto en este caso son las comidas fusionadas Colombo-mexicanas, por ejemplo, nuestro producto es la torta ahogada la cual es compuesta por el pan birote, este es un plato muy típico de México especialmente del estado de Jalisco, la idea es lograr fusionar este plato con un plato colombiano, en otra parte la publicidad tendrá cavidad por diferentes medios que son muy comunes en la actualidad, un ejemplo de ellos es la radio y televisión, por estos medios se hará el debido proceso de publicidad en la cual se hará de forma muy llamativa.

Por medio de folletos, a través de este se contará con un personal para poder hacer llegar a varios lugares los folletos de nuestro negocio, ofreciendo de esa forma

los diferentes productos, esta es una estrategia que es muy utilizada, también se usará vallas en el cual se promocióne nuestro producto.

e-mail marketing, es una herramienta que se utiliza para promocionar nuestra marca por medio de correos, con el objetivo de atraer nuevos clientes

Estrategia	Objetivo Smart CREACION D	Como (Describe cómo llegara el EMPRESAS 2-DS MODEL objetivo)	Quien (con qué medios o DE INNOVACION personas apoyara)	Cuando (tenga presente la fecha)	Donde (Defina específicamente el lugar donde lo realizara)	Valor (Aproximación 17 al costo)
Producto	Se innovará Nuevas combinaciones de comidas de diferentes países a fin de año	integrando nuevos ingredientes de México a la comida colombiana para crear fusiones	dentro del establecimiento donde se producirá.	se hará a finales del año en curso	se empezará en el centro de ciudad de Ibagué	El costo aproximado es 10.000.000 (mano, infraestructura, materia prima etc.)

<p>Precio</p>	<p>En nuestra inauguración de fin de año se le hará un descuento del 10% a las personas que hagan compra mayor a 30.000 en nuestro menú.</p>	<p>con precios bajos a la competencia y alcance de todos</p>	<p>dentro de nuestras instalaciones</p>	<p>A finales de año</p>	<p>Se empezará en zona céntrica de la ciudad</p>	<p>Costo aproximado, 2.500.000</p>
<p>Promoción y Comunicación</p>	<p>Por compras superiores a 30.000 mil</p>	<p>por compras superiores a 30.000, participas</p>	<p>Dentro del restaurante y los que piden domicilio.</p>	<p>Para ciertas fechas especiales,</p>	<p>A los asistentes que van al restaurante y los que viven en</p>	<p>Valor aproximado 1.000.000.</p>

	pesos, tendrás descuento del 10% un sábado.	para ganarte un combo doble.		por ejemplo, 24 y 31 de diciembre.	el centro del país.	

Temática 6

Matriz de desarrollo de
marca Nombre de idea: Colombo-
Mexicanas.

Paso 1: Diagnostico del mercado.

A. Identificación del sector.

Con productos que se ajustan a las nuevas tendencias y exigencias de los consumidores, servicio rápido y amable, infraestructuras modernas y mercadeo en todas las redes sociales, las marcas compiten por un mercado 'hambriento'.

Aunque el ritmo del sector se ha frenado por la desaceleración de la economía, nuevas ofertas y segmentos siguen atrayendo a los consumidores.

Siguiendo las tendencias mundiales, los colombianos están comiendo con más frecuencia fuera de casa, lo que está llevando a que muchas cadenas de comida rápida estén haciendo su agosto. Así lo reportan las cajas registradoras de cientos

de restaurantes que en los últimos años emprendieron una carrera por ampliar sus negocios en el país y en el exterior.

B. Identificar marcas en competencia.

Aunque existen muchas marcas y una infinidad de comidas en el mercado, y que estas han tenido gran aceptación, existen algunas, como la nuestra, que en una investigación minuciosa y detallada, encontramos que en competencia no se distingue ninguna, a causa de que nuestro producto, con su marca, es el único en su tipo, que llevaremos a sus platos, para de gustar y así seguir comiendo nuestro platillo.

Esta es una de nuestras grandes ventajas, ya que, en cuanto a competencia, ninguna podrá, o hasta el momento, competir con nosotros.

C. Soluciones principales y alternativas.

Controlar el Mercado, para que, al momento de entrada de un producto entrante, este se vea como opcional

D. Tendencias de mercado. Contamos con 2 tendencias:

- El consumo sostenible:

En donde detallamos el ciclo de vida de nuestro producto, desde sus diferentes etapas hasta los residuos que se generan hasta después de ser consumido; en donde nos apoyamos en colaboración de proveedores y consumidores.

- El consumo de convivencia

Con la gran demanda de alimentos, y el mercado respondiendo con una nueva generación de alimentos preparados o de fácil cocción, siendo un producto dirigido a cualquier hora del día, con características para satisfacer las necesidades de los consumidores en cuanto a degustación, compra y preparación de alimentos.

E. Arquetipo de la marca:

El Gobernante.

Paso 2: Realidad psicológica de la marca.

A. Percepción de las marcas de la competencia:

Al no encontrar competencia en sí, no se ve reflejada una percepción.

B. Identificación variable de neuromarketing:

Beneficios funcionales, refiriéndose a la finalidad de nuestro producto.

Beneficios auto expresivos, haciendo referencia a la imagen de las personas al usar nuestra marca.

Beneficios emocionales, lo se siente de manera especial a consecuencia de utilizar la marca.

Paso 3: Posicionamiento.

A. Identificar top of mind:

Al ser una marca distinta, un producto distinto, ocupamos una posición diferente en cuanto a posibles competidores, en donde expresaremos con total claridad los valores que definen con claridad nuestra marca, trasmitiendo los mismos con rotunda. En donde nuestros consumidores nos perciban como líderes, aunque no llegemos a ser los líderes del mercado.

B. Identificar top of heart:

Provocar una fidelidad basada en factores emocionales más que racionales o intelectuales en donde implementemos diferentes factores como: conocimiento más profundo del cliente, humanizando nuestra comunidad, potenciando lealtad, amenizando el amor incondicional para siempre, llevando una comunicación sincera y directa.

Paso 4: Realidad material de la marca.

Traducir nuestra propuesta de valor en la marca.

Paso 4: Desarrollar acciones continuas para la introducción de la marca en el mercado, que están ligadas a la mediación tecnológica y de redes sociales.

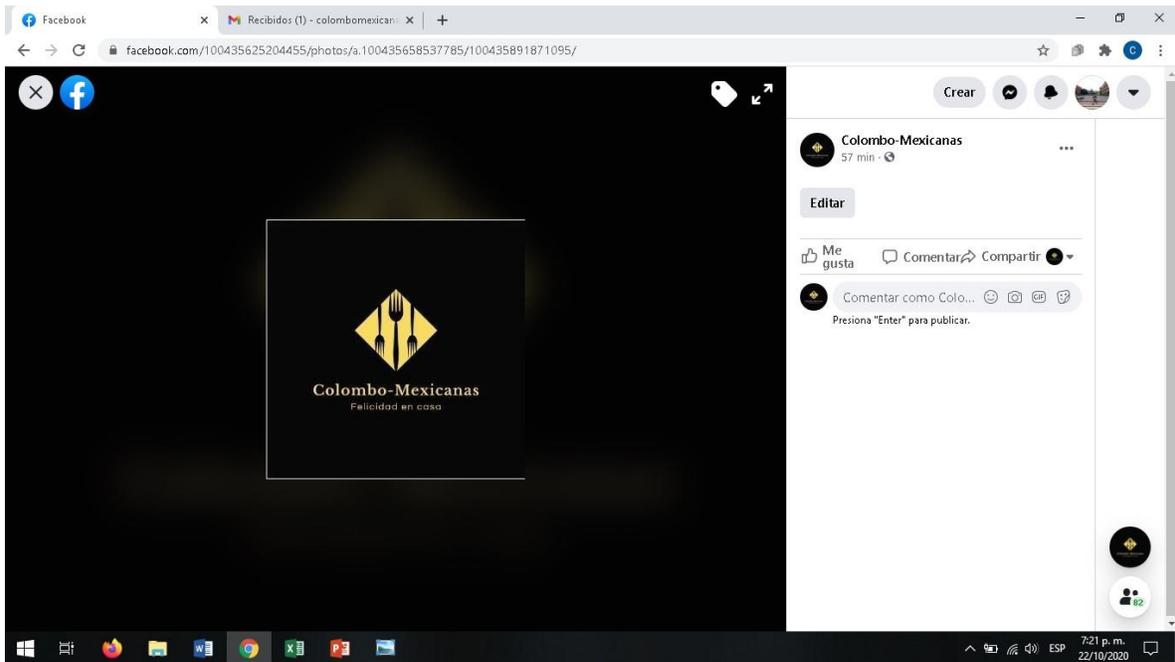
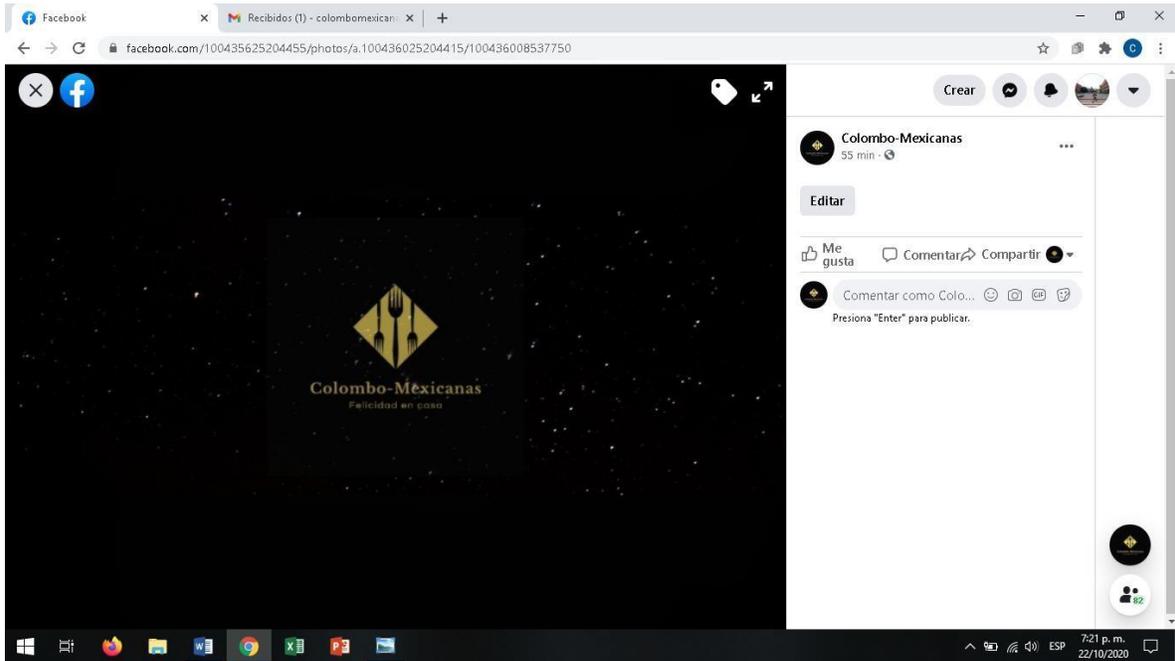
Logo:

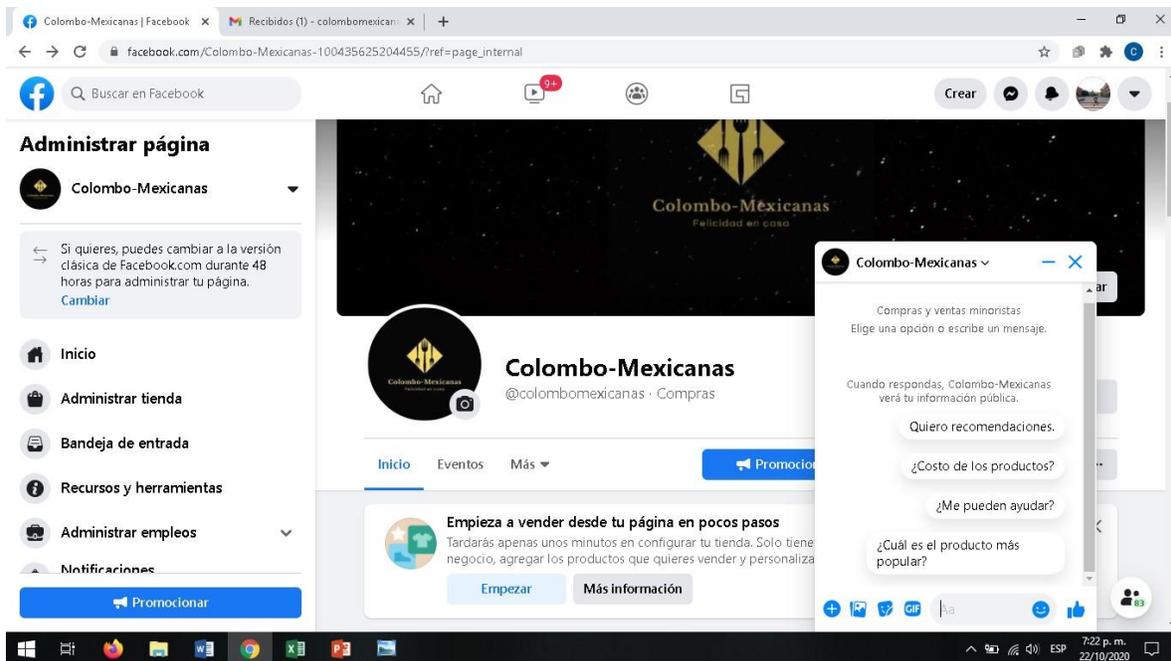
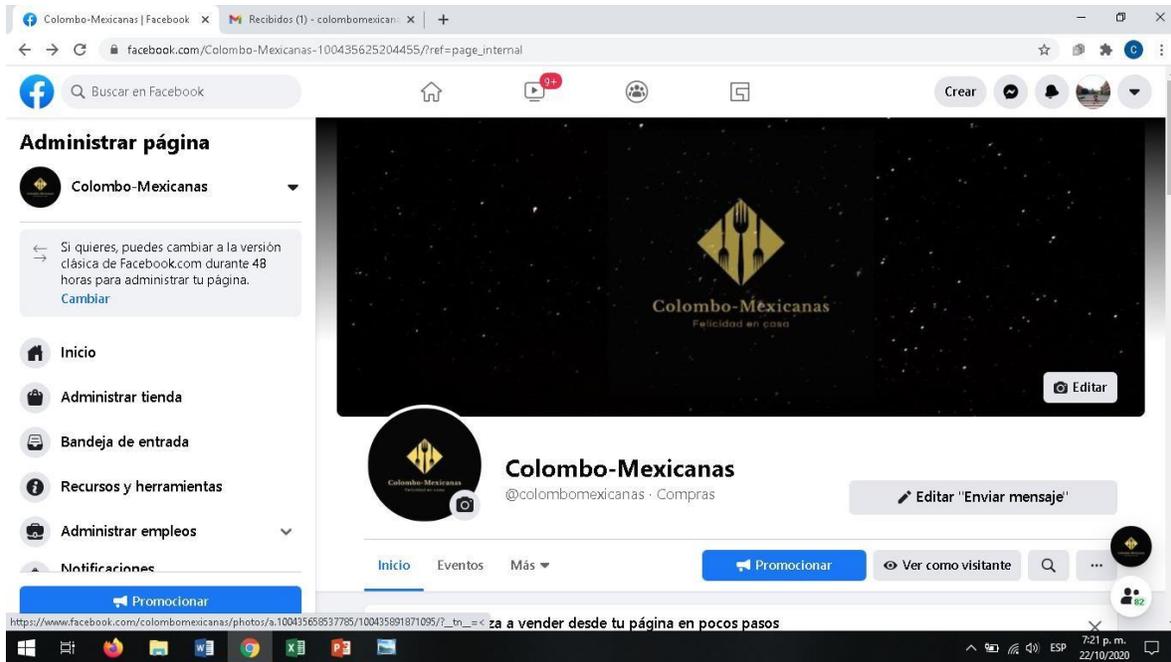


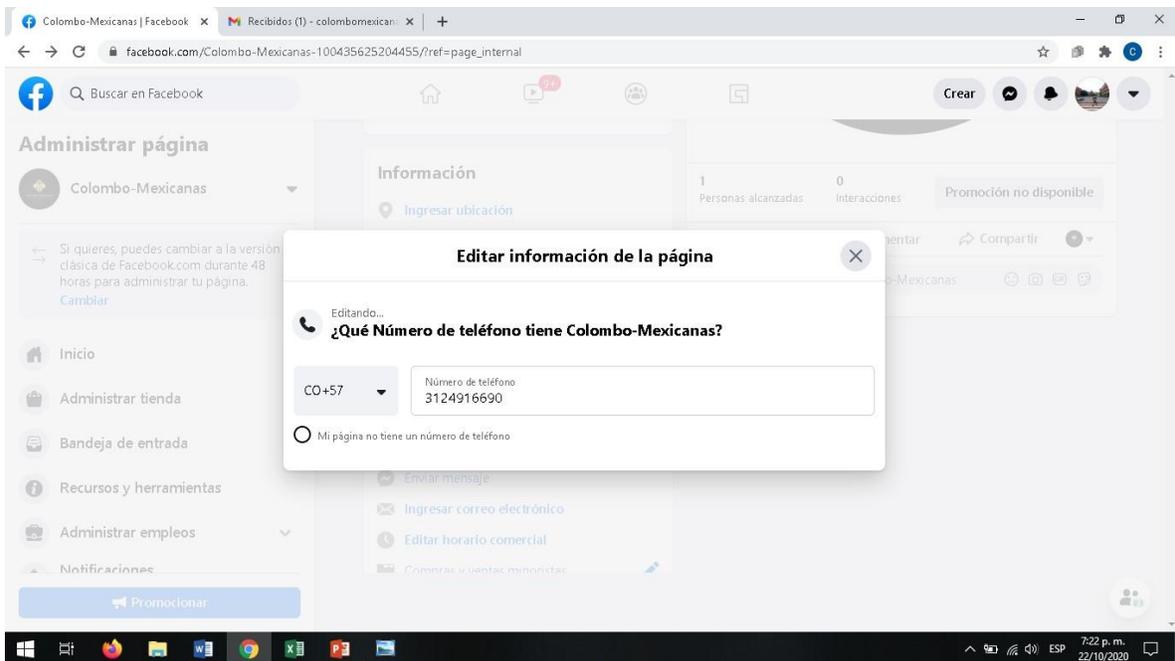
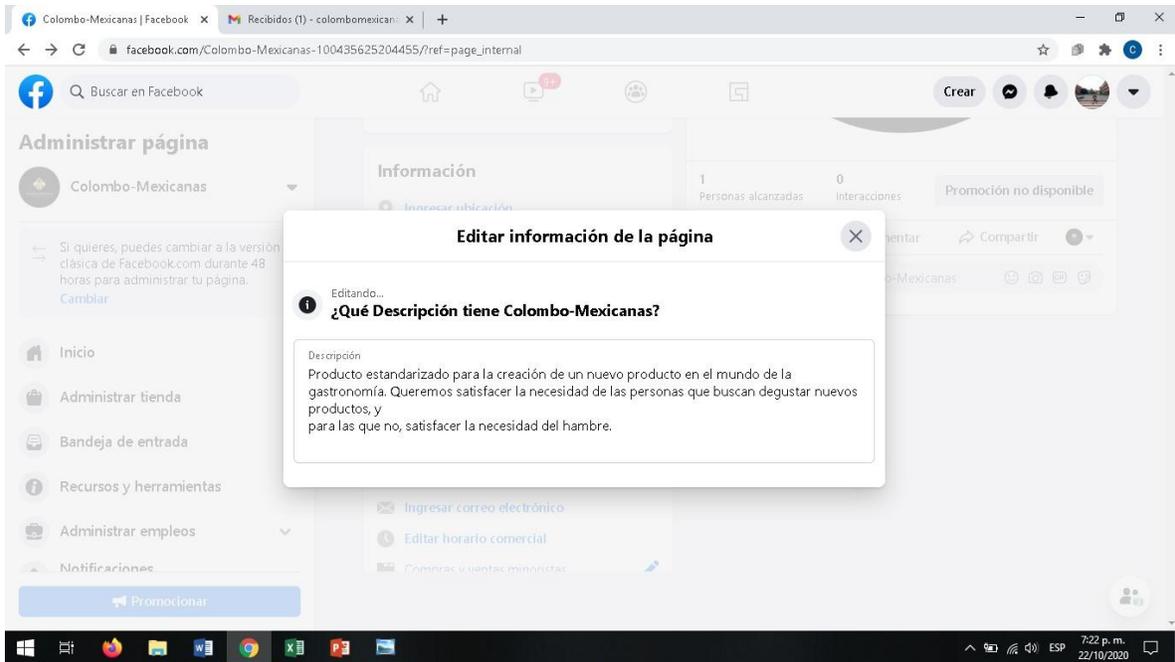
Temática 7

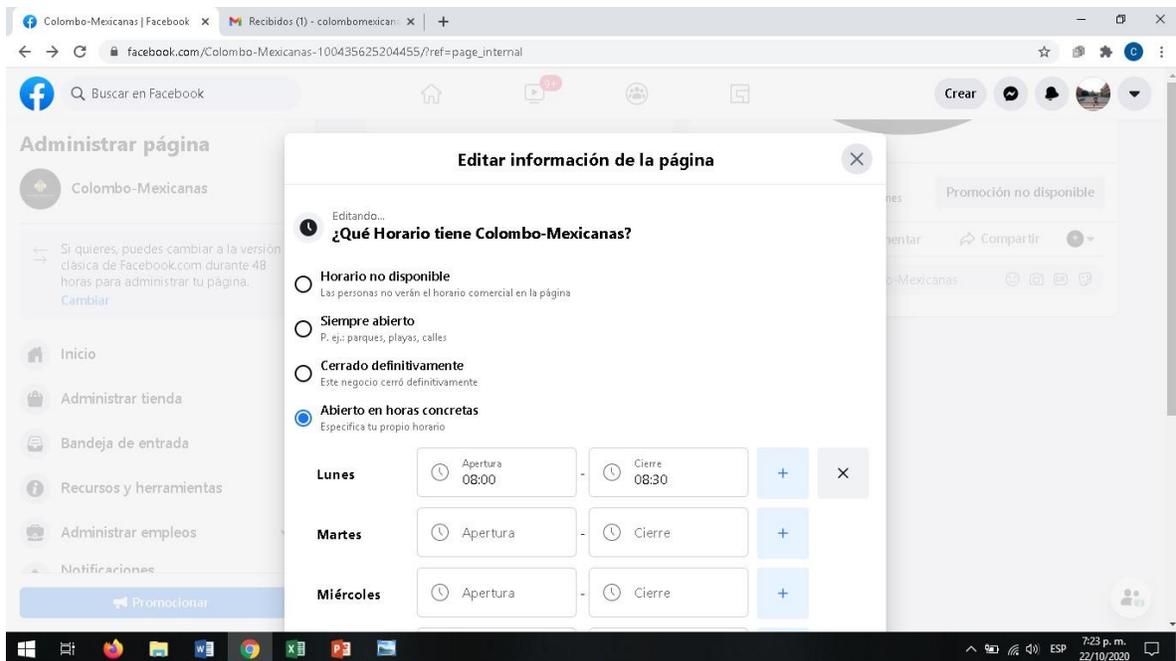
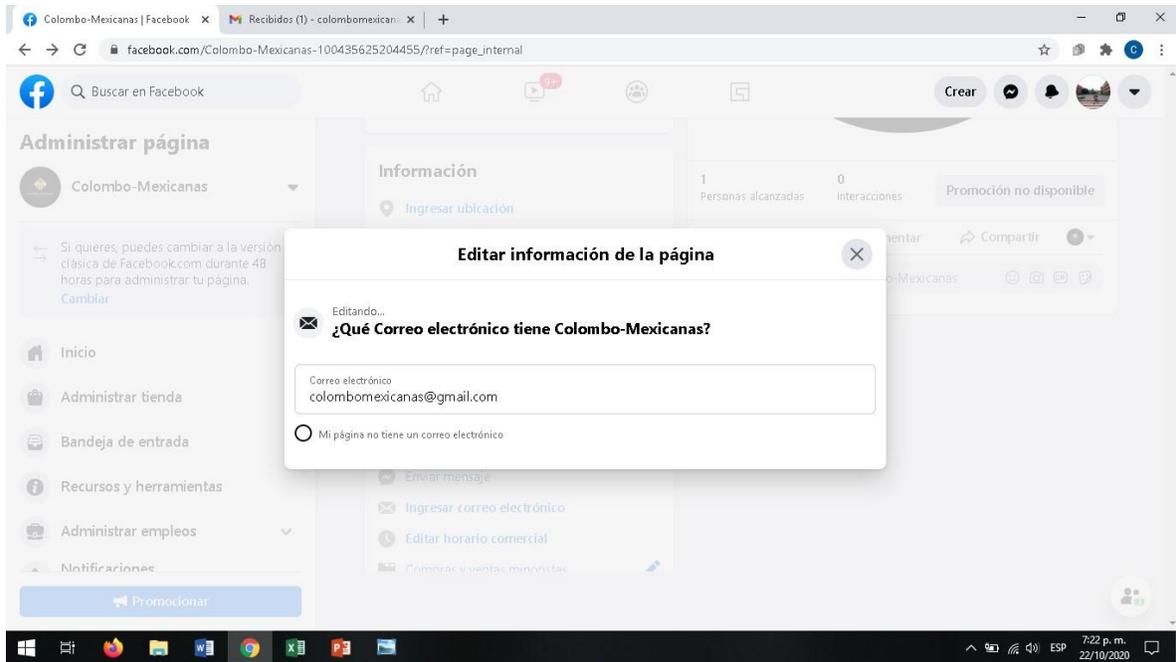
Estrategia de marketing digital

La red seleccionada es Facebook









URL: https://www.facebook.com/Colombo-Mexicanas-100435625204455/?ref=page_internal Descripción de la herramienta digital:

La alternativa es que sea accesible, fácil de adquirir y al alcance de todos, así que, pagaremos a empresas como Facebook, Instagram, entre otras), y según la alianza que se creara, y las empresas con las que tenemos planeado hacerlo (Didi food, Uber eats, entre otras).

Mediante las empresas que nos hemos decidido unir para poder vender nuestros productos, el cliente pagará a esta empresa, y la empresa restando la comisión por prestarnos el servicio, nos pagará a nosotros.

Punto 8 de Creación de Empresa

Estrategias de Marketing digital

Campaña creativas y divertidas que incluyan concurso, premios, descuentos.

Sábados de promoción adquiere una torta ahogada más papas con gaseosa por 7.000

Adquiere torta ahogada clásica, mas torta ahogada por 8.000

Por compras superiores a 25.000 parciparas en una rifa de un bono de descuento del 10% en nuestro menú especial.

También tenemos un espacio recreativo donde se incluye el karaoke, pista de baile y una zona ecológica.

Crea tu historia

Nuestro negocio es satisfacer las necesidades de las personas a través de nuestros productos de comidas fusionadas, que además son culturas de dos países con una gran variedad gastronómica, nuestros productos guardan unas culturas muy sobresalientes en la actualidad, la idea con todo es darle a conocer a cada persona una degustación diferente. No es solo un negocio es llevar felicidad a cada persona que consuma nuestros productos, también tenemos una gran responsabilidad con el medio ambiente, pensando en eso nuestros empaques para llevar la comida son biodegradables y le causara mucho impacto al ambiente, en nuestras instalaciones contamos con diferentes salas donde te puedes divertir sanamente, también contamos con espacio ecológico donde podrás disfrutar de un buen ambiente natural.

Punto 8 de Creación de Empresa Estrategias de Marketing digital

Campaña creativas y divertidas que incluyan concurso, premios, descuentos.

Sábados de promoción adquiere una torta ahogada más papas con gaseosa por 7.000 Adquiere torta ahogada clásica, mas torta ahogada por 8.000.

Por compras superiores a 25.000 participarás en una rifa de un bono de descuento del 10% en nuestro menú especial.

También tenemos un espacio recreativo donde se incluye el karaoke, pista de baile y una zona ecológica.

Crea tu historia

Nuestro negocio es satisfacer las necesidades de las personas a través de nuestros productos de comidas fusionadas, que además son culturas de dos países con una gran variedad gastronómica, nuestros productos guardan unas culturas muy sobresalientes en la actualidad, la idea con todo es darle a conocer a cada persona una degustación diferente. No es solo un negocio es llevar felicidad a cada persona que consuma nuestros productos, también tenemos una gran responsabilidad con el medio ambiente, pensando en eso nuestros empaques para llevar la comida son biodegradables y le causara mucho impacto al ambiente, en nuestras instalaciones contamos con diferentes salas donde te puedes divertir sanamente, también contamos con espacio ecológico donde podrás disfrutar de un buen ambiente natural.

Actividad semana 10

Ubicación o localización de la empresa según la macrolocalización y microlocalización.

Según la macrolocalización, las variables que se tuvieron en cuenta al momento de decidir en donde se va a instalar el proyecto "COLOMBO-MEXICANAS / FUSIÓN DE COMIDAS DE MEXICO Y COLOMBIA", en la ciudad de Ibagué, producto que se venderá por medio de plataformas, fueron las siguientes:

- Tipo de lugar
- Monto de inversión
- Estados de vía de acceso
- En cuanto

Por su parte, en cuanto a la microlocalización, lo primero que se tiene en cuenta fue el contar con el inmueble en la ciudad de Ibagué. Además de esto, se realizó una revisión del entorno para detallar que no hubiera ningún elemento que

afectara el uso de servicio a ofrecer y que tipos de negocio ancla que están cerca del proyecto.

En cuanto a negocio ancla se tomaron en cuenta los principales centros comerciales de la ciudad, donde se presenta mayor aglomeración de personas, teniendo en cuenta que estas mayormente buscan estos lugares para ir a comer.

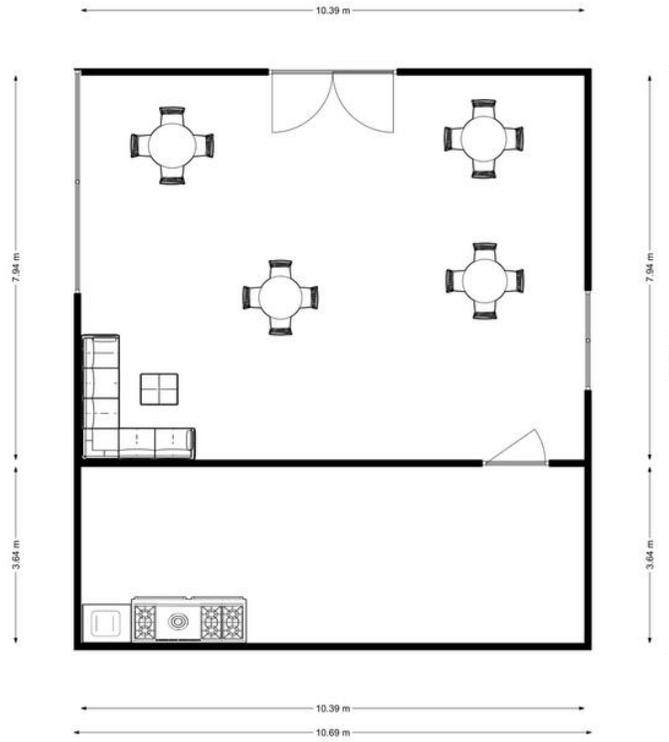
Factores:

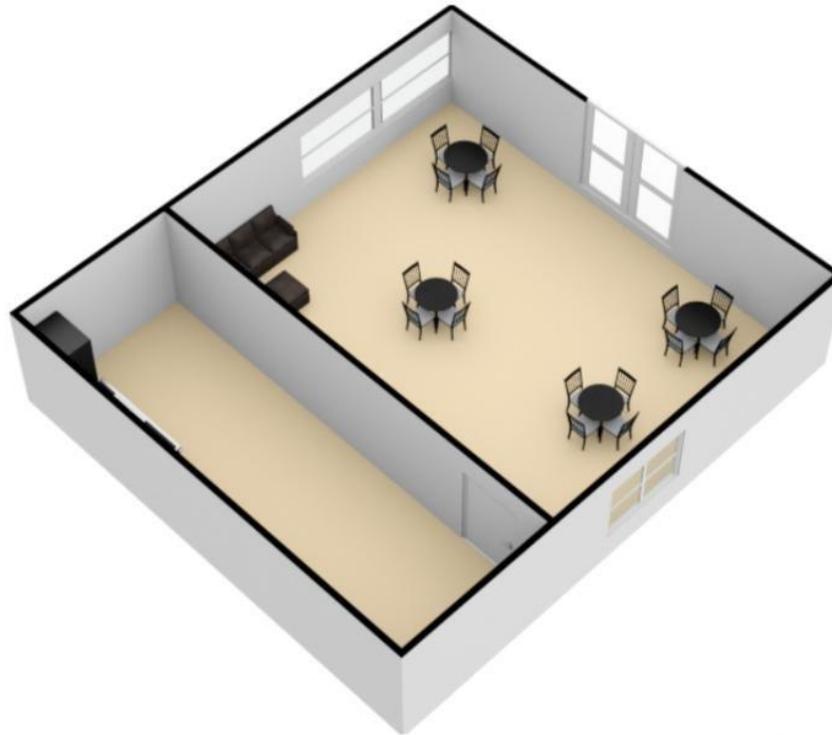
- Ubicación
- Relación equilibrio de precio – calidad
- Precio del terreno
- Revisión del entorno inmediato: elementos que afectaran el uso de servicio a ofrecer
- Análisis de la estructura urbana (polos gravitacionales)

Tipo de activo	Descripción	Cantidad	Valor Unitario*	Requisitos Técnicos**
Infraestructura - Adecuaciones	Locales	3	50.000.000	
Maquinaria y equipo	Implementos de cocina	10	1.000.000	
	Estufas	3	1.500.000	
	Hornos	3	1.700.000	
Equipo de comunicación y computación	Teléfono	3	700.000	
	Computador	3	1.200.000	
	Televisor	3	650.000	
	Dispensador	3	570.000	
Muebles y enseres y otros	Mesas	12	250.000	
	Sillas	48	50.000	
	Sofá en L	3	330.000	
Otros (incluido herramientas)	Ninguno			
Gastos pre- operativos	Compra de suministros			
	Salarios	9		

Tabla de requerimientos de operación

Plano:





Trabajo de Creación de empresa, temática 11

Estudio técnico II

Teniendo en cuenta el proceso de producción u operación de su producto o servicio, responda la siguiente pregunta y elabore el flujograma respectivo.

¿Cuál es el proceso que se debe seguir para la producción del bien o prestación del servicio?

Nota: Describa el proceso a través de los siguientes esquemas

Elabore un cuadro para cada producto (si aplica) y desarrolle el flujograma

¿Qué materias primas o insumos necesita para la elaboración del producto?
Realice un estado con cantidad y precio.

1)

El proceso que se debe seguir para la producción del producto es el siguiente, la torta ahogada es un plato típico de México para ser más específico del estado de Jalisco, este tiene una preparación muy natural de la zona, pero acá es una fusión, entonces esta se realizara con ingredientes colombianos. La torta ahogada se hace con un pan llamado "Pan virote" este es muy típico de la región, en este caso ese ingrediente cambia.

2)

1. Hierva los jitomates, retírales la cascara y muélelos con la cebolla, ajo y comino.
2. Vacía la salsa en una sartén caliente con poco aceite y sazón con un poco de orégano.
3. Unta los bolillos con los frijoles, coloca las carnitas y baña la torta con la salsa de jitomate.

3)

- 1 kilo de jitomate (Kilogramo)
- Cebolla (Una libra)
- 2 dientes de ajo (por unidad)
- de cucharada de comino
- 1 cucharadita de oregano
- 1 taza de frijoles refritos
- 300 g de carnitas de cerdo
- 4 bolillos (pan)
- taza de agua
- Aceite
- Sal al gusto

2) Desarrolle la siguiente tabla de requerimientos de operación en el proceso de producción de su empresa. Para el aspecto de "Equipos y máquinas que se utilizan. Capacidad de producción por máquina (Cantidad de producto/ unidad de tiempo)", (Columna 5 de la tabla); Tenga en cuenta la guía en PDF llamada "**Capacidad de producción**" la cual encuentra en la etiqueta contenidos, correspondiente a esta unidad.

Bien/Servicio BIEN: Tortas ahogadas
--

Unidades a producir	Tiempo estimado de realización (Minutos/Horas)	Cargos que participan en la actividad	Número de personas que intervienen por cargos	Equipos y máquinas que se utilizan. Capacidad de producción por máquina (Cantidad de producto/Unidad de tiempo)
100 Unidades diarias				

<p>Actividad 1</p> <p>FESTIVIDAD</p> <p>24 DE DICIEMBRE</p>	<p>15</p> <p>MINUTOS</p> <p>X UND</p>	<p>JEFE</p> <p>COCINA,</p> <p>CHEF, MECERO,</p> <p>CAJERO,</p> <p>ADMINISTRADOR</p>	<p>1 JEFE DE</p> <p>COCINA. 1 CHEF,</p> <p>1 CAJERO, 1</p> <p>MECERO Y 1</p> <p>ADMINISTRADOR</p>	<p>ESTUFA,</p> <p>LICUAODORA,</p> <p>JUEGO DE</p> <p>COCINA,</p> <p>UTENCILIOS</p> <p>DE COCINA. 16</p> <p>HORAS</p> <p>DIARIAS PARA</p> <p>100 UNIDADES</p> <p>DE TORTA</p> <p>AHOGADA.</p>
<p>Actividad 2</p> <p>FESTIVIDAD</p> <p>31 DE DICIEMBRE</p>	<p>15</p> <p>MINUTOS</p> <p>X UND</p>	<p>JEFE</p> <p>COCINA,</p> <p>CHEF, MECERO,</p> <p>CAJERO,</p> <p>ADMINISTRADOR</p>	<p>1 JEFE DE</p> <p>COCINA. 1 CHEF,</p> <p>1 CAJERO, 2</p> <p>MECERO Y 1</p> <p>ADMINISTRADOR</p>	<p>ESTUFA,</p> <p>LICUAODORA,</p> <p>JUEGO DE</p> <p>COCINA,</p> <p>UTENCILIOS</p> <p>DE COCINA. 16</p> <p>HORAS</p> <p>DIARIAS PARA</p> <p>135 UNIDADES</p> <p>DE TORTA</p> <p>AHOGADA.</p>
<p>Actividad 3</p>				
<p>Actividad 4</p>				
<p>Actividad 5</p>				

Actividad 6				
Total	30	5	6	32 HORAS Y 235 UND PRODUCIDAS

LA LOGO DE EMPRESA	NOMBRE DE LA EMPRESA:		
	COLOMBO - MEXICANAS		
	CODIGO	VERSIÓN	FECHA
FICHA TECNICA DEL PRODUCTO			
A. NOMBRE DEL PRODUCTO (Defina el nombre tecnico del producto)			
Nombre del producto: tortas ahogadas			
B. COMPOSICION DEL PRODUCTO EN ORDEN DECRECIENTE			
Cilantro, sal al gusto, limon, clavo de olor, oregano al gusto, comino en polvo al gusto, repollo picado finamente, dientes de ajo, cebolla blanca, frijoles refritos, vinagre blanco, chile de árbol, tomate, carney birotos de guadalajara.			

las presentaciones del producto son por unidades y en combo			
D. TIPO DE ENVASE			
Empaques desechables			
E. MATERIAL DE ENVASE			
Es a base de poliestireno (Icopor)			
F. CONDICIONES DE CONSERVACION			
Las condiciones son: Mantener el sabor original, ayuda a mantener la contextura y su buena forma			
LA EMPRESA	LOGO DE	NOMBRE DE LA EMPRESA:	
	EMPRESA	COLOMBO - MEXICANAS	
	CODIGO	VERSIÓN	FECHA
FICHA TECNICA DEL PRODUCTO			
G. TIPO DE TRATAMIENTO (PROCESO DE ELABORACION)			

El proceso de elaboración es el siguiente: Hervir los tomates y una vez que esten apunto de salsa se retira la mitad de la caserola y se licua con dos tazas de agua donde se cocinaron se agrega el ajo, media cebolla, comino, clavo y un poco de sal y todo esto se licua y en una sarten caliente se agrega este pure y se condimenta con oregano se deja hervir a fuego bajo por unos 5 minutos aproximadamente.

H. VIDA UTIL ESTIMADA

consumirse una vez abierto el empaque

I. PORCION RECOMENDADA

una porción por persona

J. PERFIL DE QUIEN INTERVIENE EN EL PROCESO

Jefe de cocina: trabaja tiempo completo 16 horas contando horas extras
tipo contrato: indefinido

perfil requerido: experiencia general

K. GRUPO POBLACIONAL

Todo tipo de persona

LA EMPRESA	LOGO DE	NOMBRE DE LA EMPRESA: FISIONES		
		COLOMBO - MEXICANAS		
		CODIGO	VERSIÓN	FECHA

FICHA TECNICA DEL PRODUCTO			
Firma del responsable del producto:		JEFE DE PRODUCCION	
Nombre del Responsable del producto	JAN DARWIN GOMEZ CORONADO		JAN DARWIN GOMEZ
		Firma:	GOMEZ

¿Qué es el producto?	¿Quién es tu público objetivo?	¿Cuál es el problema?	¿Qué hacer?	¿Cómo hacerlo?
 <p>Colombo-Mexicanas Felicidad en el plato</p>				
Producto estandarizado para la creación de un nuevo producto en el mundo de la gastronomía.	Personas todo tipo de personas, pero más para aquellas que buscan consumir y degustar nuevos productos gastronómicos.	Visualmente el producto no ha sido aceptado.	Detallar de una manera más precisa y mas acertada la imagen del producto.	Se debe hacer un estudio para lograr que sea visualmente aceptado, y que así como su sabor, sea preciso, y aceptado.

Cree sus los propios en Storyboard That