

PROYECTO DE CREACION DE EMPRESAS - GACO

NATHALIA MARCELA CASTILLO ANGARITA

FRANCIA ELENA DE LA CRUZ MORENO

HEYDY VANESSA DAZA CAMPO

CORPORACION UNIFICADA NACIONAL CUN

ADMINISTRACION DE EMPRESAS

CREACION DE EMPRESAS II

SANTA MARTA

2020

COMPROMISOS DEL AUTOR

Yo Heydy Vanessa Daza Campo, identificado con cedula ciudadanía No. 1.082.890.811, estudiante del programa de Administración de Empresa declaro que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firma:

Heydy Daza C.

COMPROMISOS DEL AUTOR

Yo Francia Elena De La Cruz Moreno, identificado con cedula ciudadanía No. 57.464.975, estudiante del programa de Administración de Empresa declaro que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firma:

Francia De la Cruz of

COMPROMISOS DEL AUTOR

Yo Nathalia Marcela Castillo Angarita, identificado con cedula ciudadanía No. 1.221.974.804, estudiante del programa de Administración de Empresa declaro que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firma:

Nathalia Castillo A.

INTRODUCCION

En GACO los clientes podrán conocer sobre sus platos, los ingredientes, sus orígenes y como se preparan, una de los espacios será adecuada para enseñar a los interesados la preparación de los platos, así serán sus propias chefs; las otras dos salas serán decoradas con ambientes típicos de la costa caribe y del mar, mostrando diferentes ambientes relacionados dentro de la cultura gastronómica costeña.

OBJETIVO GENERAL

Volvernos la mejor referencia de la gastronomía costeña en nuestra región y subregiones colombianas, en donde el cliente que desee conocernos lo pueda hacer por medio presencial o virtual.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Ofrecer un servicio cordial y amigable a nuestros clientes
- Elaborar los platos gastronómicos llenos de sabores y sensaciones que lograrán generar experiencias positivas y memorables
- brindar ambiente armonioso y creativo

DESCRIPCION DE LA IDEA DE NEGOCIO

¿Cuál es el producto o servicio?	Caja de ingredientes precocidos para la preparación de comidas rápidas típicas de la costa, con atención ágil y automatizada.
¿Quién es el cliente potencial?	Hombres y mujeres entre 25 y 35 años, estudiantes o profesionales que tienen un gusto por la comida rápida y que cuentan con poco tiempo para realizar alguna preparación.
¿Cuál es la necesidad?	Muchas veces se quiere comer diferente o se tienen gustos por comidas en específico, sin embargo, por la pandemia o la falta de tiempo disponible no se puede compartir en espacios públicos con la familia y amigos. Por otra parte se ha visto que la gente disfruta compartir la preparación de comidas en familia o amigos y se evidencia como un momento de dispersión y entretenimiento.
¿Cómo?	Por medio de una plataforma digital en la cual el cliente crea su cajita de ingredientes

	de acuerdo a la cantidad de personas y en la elección de la comida a preparar.
¿Por qué lo Preferirían?	Porque los clientes puede obtener los ingredientes para hacer preparaciones rápidas, los cuales vienen porcionados y precocidos, el cliente tiene la oportunidad de darle su toque secreto y ser un chef rápido.

MODELOS DE NEGOCIO

SEGMENTO.	PROPUESTA DE VALOR.	ARQUITECTURA DE SERVICIO.
<p>Todo público que desee conocer y disfrutar de nuestro producto, especialmente los turistas, debe tener cierta capacidad adquisitiva (familias completas, grupos, parejas) para adquirir el servicio de aprendizaje GACO debe ser una persona mayor de 14 años.</p>	<p>Satisfacer las expectativas de cada cliente al momento ofrecerle una variedad de ambiente y gastronomía colombiana donde los comensales aprenderán las recetas y como prepararlos en su casa de forma presencial y virtual.</p>	<p>Contaremos con un local o casa de dos pisos, con tres áreas diferente, en cuanto a decoración se necesitarán implementos típicos de la cultura costeña y de nuestra riqueza marina. Por otra parte, se tendrá un punto de información por medio de una Tablet sobre la carta.</p> <p>Tendremos Personal capacitados en nuestra cocina como lo son chef, mesero, cocinero, en las diferentes funciones que se realizaran en el restaurante.</p>

<p>COSTOS Y PRECIO.</p> <p>El presupuesto para la realización de la idea de negocio se estima con un aproximado de \$108.000.000 millones de Pesos, donde se tendrán en cuenta todos los recursos físicos. El precio del plato fue se promedia de 30.000 mil pesos a 40.000 mil pesos.</p>	<p>MECANISMO DE ENTREGA.</p> <p>Se prestará el servicio de forma presencial, domiciliaria y podrán hacerse pedidos de forma virtual.</p>	<p>GANANCIAS ESPERADAS.</p> <p>Se generarían ingresos por el buen servicio que se les prestara a los clientes ya que podrán aprender a preparar su plato de su preferencia. Se busca tener proveedores con precios flexibles y productos de buena calidad. Tener excelentes Estados de Resultados para la adquisición fácil de Préstamos bancarios.</p>
<p>RECURSOS.</p> <p>Tendremos buen servicio y atención al cliente con personal calificado en las diferentes áreas de esa manera ofreceremos precios</p>	<p>FIDELIDAD.</p> <p>Ser amigable y brindarle confianza al momento de adquirir nuestros platos, así mismo darle la facilidad con diferentes formas de pagos logrando una</p>	<p>CADENA.</p> <p>Mantener una cadena de alianza entre proveedores y chef para generar una buena calidad en el servicio.</p>

flexibles para todo tipo de cliente. s	fidelidad entres cliente y trabajador.	
--	--	--

MODELO DE VENTA POR INTERNET

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

El cliente se captará por medio una página web donde tendrá la opción de descargar la aplicación del restaurante GACO, además de la utilización de nuestras redes sociales (Instagram, Facebook, WhatsApp)

¿Cómo y qué alternativas ofrecerán a los clientes según el modelo de venta por internet escogido?

Ofreceremos diferentes alternativas como lo son el aprendizaje de la preparación se platos de la gastronomía colombiana, tendremos diferentes ambientes en el restaurante, donde evidenciaremos esta experiencia por medio de fotografías, videos y charlas en vivo.

¿Cómo cerrara la venta por internet y cuáles podrían ser los métodos de pagos utilizados acorde al modelo?

Los medios de pagos pueden se realizarán a través de transferencia de Tarjeta de Crédito y Tarjeta Debito por aplicaciones existentes.

INNOVACION SOSTENIBLE

	AGUA	ENERGIA	MATERIAS PRIMA	EMISIO NES	RESIDUOS
<p>¿El producto tiene un eco diseño?</p> <p>En los diferentes platos se utilizarán vegetales orgánicos, con el fin de disminuir el consumo de materia prima con químico</p>	<p>¿Usa eficiente agua el agua?</p> <p>¿Cómo?</p> <p>Implementaremos la utilización de máquinas con las cuales se lavaran los utensilios de cocina que sean ahorradoras de agua y de energía eléctrica, en los baños se colocarían sanitarios</p>	<p>¿Reduce el consumo de energía?</p> <p>¿Cómo?</p> <p>¿Qué equipos utiliza?</p> <p>Se utilizarían paneles solares con el objetivo de reducir costos, de igual manera instalaremos iluminación con lámparas o bombillos ahorradores,</p>	<p>¿Reduce los insumos?</p> <p>¿Cómo?</p> <p>Se reducirían por medio de dosificadores o porcionadores tanto en la materia prima como en los productos químicos.</p> <p>¿Utiliza químicos?</p> <p>Si,</p>	<p>¿Ha medido su huella de carbono?</p> <p>No</p> <p>¿Cuál es su resultado?</p> <p>Ninguno</p>	<p>¿Qué residuos reciclas?</p> <p>Reciclaremos las botellas de plásticos, desechos de alimentos para realizar donaciones para alguna fundación de animales, hojas de papel y reutilización de sobrante de los papeles higiénicos</p>

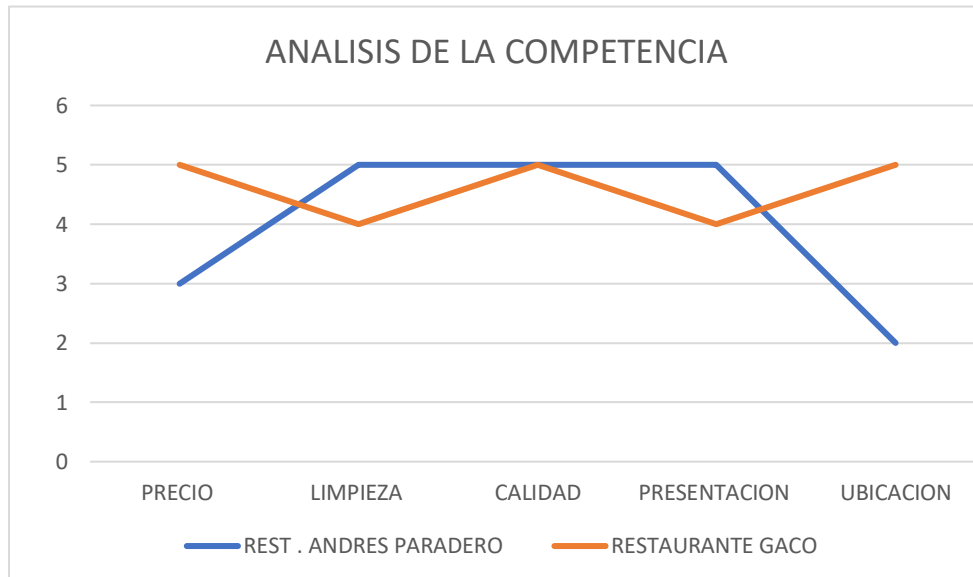
	<p>ahorradores de agua, con filtros minimizadores de agua en grifos de los lavamanos</p>	<p>Y se realizaran la compra de algunos electrodomésticos recargables</p>	<p>¿Cuáles?</p> <p>Productos de la marca ecolab para la limpieza y desinfección del restaurante, cocina, trampa de grasa y utensilios.</p> <p>¿Empaque y embalaje utiliza?</p> <p>Empaque resistente, sellado y seguro, con su rotulo visible y ficha</p>		
--	--	---	---	--	--

			técnica del producto		
<p>Marketing</p> <p>¿Realiza algún tipo de campaña que favorezca al medio ambiente?</p> <p>Los domicilios cercanos se realizaran en bicicleta</p> <p>Y las encuestas y PQR serán exclusivament e de manera virtual (eliminación de utilización</p>		<p>¿Qué medios de transporte utiliza?</p> <p>Bicicleta, moto (domicilio)</p> <p>Taxi (trasporte de cliente)</p>	<p>¿Qué materiales utiliza para las actividades de marketing?</p> <p>cajas, servilletas de tela, cubiertos con el logo y tarjetas de presentación</p>		

de papel para este caso) Utilizaremos producto de limpieza ecolab los cuales son amigables con el medio ambiente					
---	--	--	--	--	--

ESTATEGIA DEL OCEANO AZUL

VARIABLES	PRECIO	LIMPIEZA	CALIDAD	PRESENTACION	UBICACION
REST. ANDRES PARADERO	3	5	5	5	2
RESTAURANTE GACO	5	4	5	4	5
ESTRAREGIA	INCREMENTA	REDUCE	MANTIENE	REDUCE	INCREMENTA



FUERZAS DE PORTER



ANALISIS DE LA COMPETENCIA

Realizando un estudio de mercado nuestra competencia directa seria Restaurante ANDRES PARADERO que presta servicio de alimentación en la ciudad de Santa Marta, con los mismo estándares de calidad, aunque Restaurante GACO ofrece un sistema en donde los clientes de forma virtual y presencial pueden observar la preparación de su plato, elegir los ingredientes y aprender a prepararlo, la ubicación será un punto estratégico específicamente en el Parque de los Novios Centro Histórico de la ciudad de Santa Marta; nuestros precios van hacer asequibles para todos y en cuanto a la presentación ofreceremos una variedad de ambientes y en cada uno de ellos la variedad de gastronomía colombiana de la 5 regiones del país.

MARKETING MIX

Estrategias de producto para clientes

El producto de GACO es único e innovador, dentro de la estrategia utilizada se realiza una forma única de poder que el cliente sea el chef, facilitándole la cocción de una comida muy típica de la costa que son salchipapas con una gran variedad en sus ingredientes, el cliente recibe una cajita tipo kit donde se le incluyen las porciones de los ingredientes precocidos para la preparación.

Pasos para preparar tu...

En nuestro sitio web, con tu código de compra puedes conocer diferentes preparaciones y emplatar al estilo GACO.



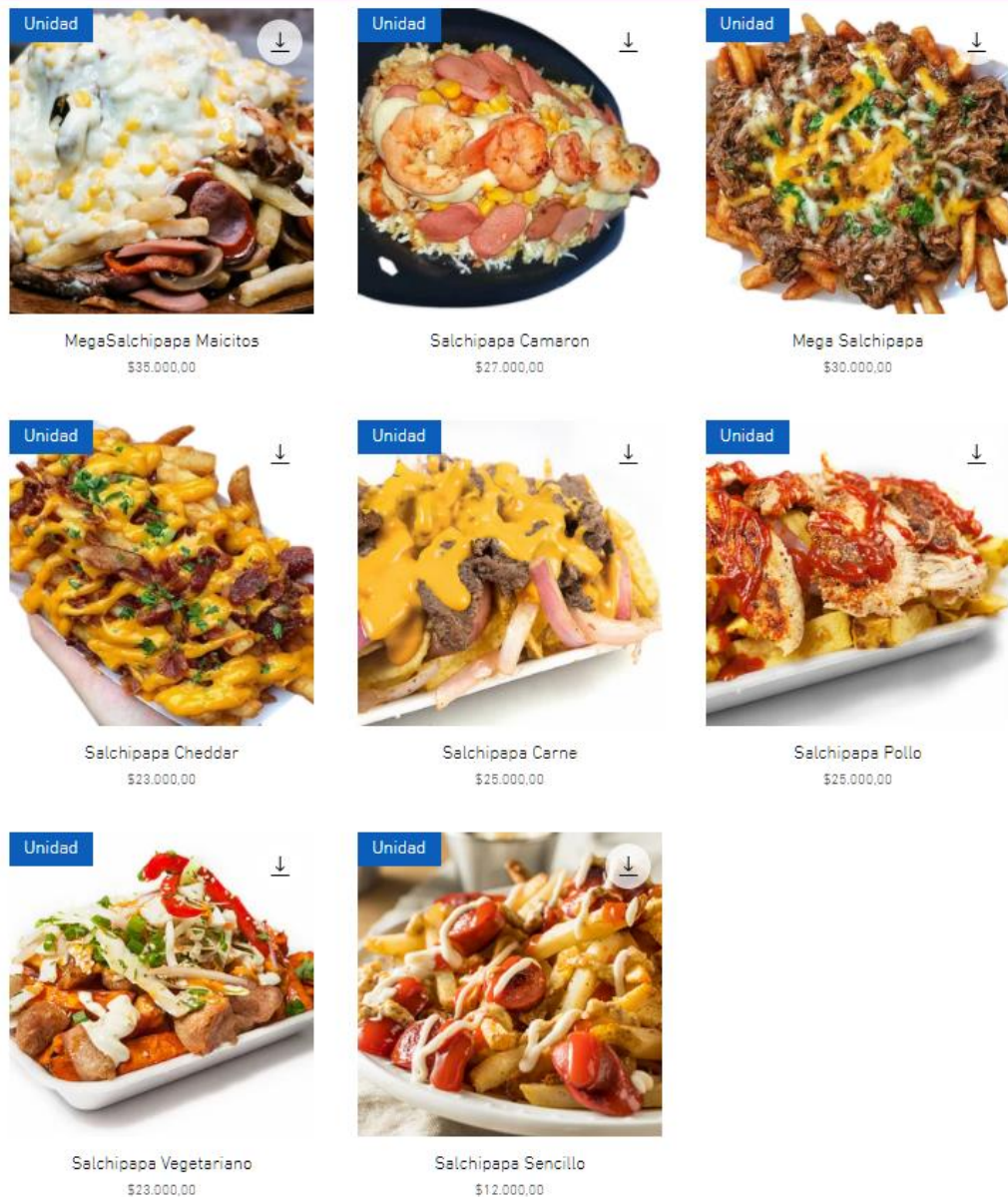
- 

Revisa las especificaciones de tus ingredientes para saber si debes realizarle alguna cocción.
- 

En caso de ser necesario cocina los ingredientes necesarios y dale tu toque secreto de CHEF CASERO.
- 

Sirve los ingredientes y disfruta de una deliciosa comida en compañía.

Portafolio



Los productos ofrecidos por GACO son salchipapas de diferentes tipos, donde encontramos sencillos, especiales con carne, pollo, camarón, cheddar y vegetariano, de la misma manera se ofrecen los ingredientes para mega salchipapas con maíz y queso como ingredientes adiciones, lo especial es que el consumidor puede dar su toque secreto a cada preparación.

Estrategia de precios

Se implementa una fijación de precios que busca capturar el nivel más alto del mercado, esta es una estrategia en la que se fija un precio elevado para un producto nuevo con la finalidad de obtener ingresos máximos, capa por capa, de los segmentos que estén dispuestos a pagar ese precio alto; la compañía vende menos, pero con un margen de utilidades mayor. Lo anterior es lo que se busca con la empresa, ya que el segmento puede ser más reducido por ello se busca vender pocas unidades con ganancias significativas, la estrategia de precio se denomina como descremado, siendo esta una escala de un precio más alto en el mercado para luego a medida que avanza el ciclo de vida del producto ir reduciendo el precio-.

Estrategia de distribución

La distribución del producto se hace de manera directa, ya que los chefs de GACO, se encargan de tener una preparación exclusiva de los productos, para luego empacarlos de manera terminada o precocida y ser enviados de manera porcionada y en las cantidades necesarias al cliente. Por lo anterior se identifica que no existen intermediarios que distribuyan el producto final si no que nosotros como empresa nos encargamos de hacer entrega al consumidor final.

La estrategia de distribución que se implementará será exclusiva, ya que la adquisición del producto es limitada, solo se puede realizar desde la tienda virtual, no existen otros distribuidores oficiales. Es importante tener en cuenta que este tipo de estrategias exige mantener la satisfacción del cliente, aumentar el voz a voz y retener los clientes.



Estrategia de comunicación

Nuestro canal de comunicación serán las diferentes y más importantes plataformas de Redes Sociales que se manejan actualmente, las cuales están representadas en la siguiente tabla:

<i>Categoría</i>	<i>Función</i>	<i>Objetivo de Marketing</i>	<i>Objetivo de Comunicación</i>	<i>Formato</i>	<i>Copywriting</i>	<i>Plataforma</i>	<i>Horario</i>
<i>Territorio de marca</i>	Informar	Tráfico a web	Notoriedad y visibilidad	Post en web	Tono	Página Web	24 / 7
<i>Experiencia de marca</i>	Entretener	Leads	Conocimiento de marca	Fotografías	Mensaje	Facebook	En la tarde
<i>Propuesta de Valor</i>	Enseñar	Convencer	Despertar Interés	Infografía	Llamado a la acción	Twitter	24 / 7

<i>Branding</i>	Inspirar	Vender	Conexión	Concurso	Palabras Clave	Instagram	En la noche
<i>Tendencia</i>	Demostrar	Fidelizar	Consideración	Video	Hashtag	Youtube	24 / 7

MARKETING MIX

Estrategia	Objetivo Smart	Como	Quien	Cuando	Donde	Valor
Producto	Tener un reconocimiento en la ciudad con 200 ventas en el primer semestre, garantizando la calidad del producto y adaptándolo a las necesidades del cliente.	Realizando campañas por redes sociales con el fin de dar a conocer la marca.	Mercadeo y ventas.	Durante el primer semestre.	Redes sociales principales Facebook e Instagram.	Publicidad paga, aprox 50.000 mensuales
Precio	Adaptar un precio de exclusividad en el mercado que permita el 80% de aceptación en el segmento determinado.	Manteniendo un producto innovador y de alta calidad.	Producción y finanzas.	1 año	Ciudad de santa marta.	El valor promedio de las cajitas por 1 porción es de 20mil.
Promoción y comunicación.	Aumentar las ventas en un 15%	Campaña BTL en el segmento	Comercial.	1 año	Espacios públicos de la ciudad.	Inversión en publicidad y recepción


	del semestre A al B.	especifico con el fin de dar a conocer el producto y campana de CRM que nos permita fidelizar las personas que van conocimiento en servicio.				de nuevos interesados.
--	-------------------------	---	--	--	--	---------------------------

DESARROLLO DE MARCA

Matriz de desarrollo de marca

Nombre: **GACO**

PASOS	OBJETIVOS	RESULTADOS
Diagnóstico del mercado	Identificación del sector	Gastronómico y comercial
	Identificar marcas de competencia.	No existe competencia directa, ya que aunque se inicio una tendencia de las cocinas ocultas en colombia no existe un restaurante o distribuidor de comida de esta manera que sea 100% digital.
	Soluciones principales y alternativas	La primera alternativa que toma el cliente en la actualidad es pedir a domicilio los alimentos preparados de restaurantes con punto físico, sin embargo, se ha observado que este al ser empacado y trasladado pierde al frescura, crocante y características esenciales en una comida de buen gusto.
	Tendencias del mercado	Actualmente el mercado alimenticio ha venido cambiando, como producto del entorno digital y con un gran impulso a raíz de la pandemia que se vive mundialmente,

		<p>las personas de todas las generaciones están en un proceso de transformación en la forma en que compran sus productos y la tecnología y las ventas fáciles y rápidas han aumentado en gran medida.</p>
	<p>Arquetipo de la marca</p>	<p>El hombre cotidiano, busca dar respuestas realistas a las necesidades y preocupaciones que se tienen en el día a día.</p> <div style="text-align: center;">  </div>
<p>Realidad Psicológica de la marca</p>	<p>Percepción de las marcas de la competencia</p>	<p>Dentro de la competencia indirecta de comidas rápidas, se denota un punto factible de consumo, ya que el cliente ve este tipo de comidas como típicas de la región y esto hace que el consumo sea alto.</p> <p>De la misma manera desde la parte de domicilios la percepción no es muy positiva ya que estas comidas pierden el agrado y el buen sabor por los empaques y demás.</p>
	<p>Identificar variables de Neuromarketing</p>	<p>Una de las variables más relevantes para impulsar la compra es el indicador cultural, el cual está a favor del producto, por otra</p>

		<p>parte el tema emocional que se quiere despertar en el consumidor al poder compartir en familia momentos diferentes y agradables, reflejando unión y estabilidad.</p>
Posicionamiento	Identificar Top of Mind	<p>Autenticidad</p> <p>Unión familiar</p>
	Identificar Top of Heart	<p>Gratitud</p> <p>Felicidad</p> <p>Amor</p> <p>Útil</p>
Realidad material de la marca	Traducir nuestra propuesta de valor en la marca.	<p>La marca refleja una elegancia y tranquilidad que es lo que buscamos reflejar ante el cliente, buscamos crear una familia con nuestros consumidores y mantener un ambiente cálido.</p>
Estrategia de comunicación	Desarrollar acciones continuas para la introducción de la marca en el mercado, que estén ligadas a la mediación tecnológica y de redes sociales.	<p>La marca tendrá diferentes formas de introducción en las redes sociales, dentro de la principal es el uso de un plan de redes con un proceso de campañas enfocadas a dar a conocer la marca y mostrar la propuesta de valor, por otro lado, el tema de publicidad paga y el uso de influencers para la promoción de la misma.</p>

LOGO



Landing Page <https://nathaliacastillo1.wixsite.com/landingpagegaco>



**SE TÚ EL CHEF
CON *GACO***

**TUS INGREDIENTES EN
CAJITA**

SHOP NOW



Pasos para preparar tu...

En nuestro sitio web, con tu código de compra puedes cocinar diferentes preparaciones y emplatar al estilo GACO.



- 

1. Revisa las especificaciones de tus ingredientes para saber si debes realizarle alguna cocción.
- 

2. En caso de ser necesario cocina los ingredientes necesarios y dale tu toque secreto de CHEF GACERO.
- 

3. Sirve los ingredientes y disfruta de una deliciosa comida en compañía.

**TE ESTAREMOS CONTANDO TODO LO QUE SUCEDE CON
GACO!**

EL GRAN LANZAMIENTO MUY PRONTO!

Dejanos tus datos:

Dirección de email*

Enviar

Página web

<https://nathaliacastillo1.wixsite.com/gaco>

GACO

Log In

0

Inicio Tienda Online Quienes somos? Contactanos

Se tú el chef con GACO, nuestro producto contiene las porciones que necesitas de manera precocida o listas para servir.

Pasos para preparar tu...

En nuestro sitio web, con tu código de compra puedes conocer diferentes preparaciones y emplatado al estilo GACO.

1

Revisa las especificaciones de tus ingredientes para saber si debes realizarle alguna cocción.

2

En caso de ser necesario cocina los ingredientes necesarios y dale tu toque secreto de CHEF CASERO.

3

Sirve los ingredientes y disfruta de una deliciosa comida en compañía.



Log In



Inicio

Tienda Online

Quienes somos?

Contactanos



Amigo GACONICO! Recibe tus ingredientes de acuerdo a la cantidad de personas que necesites y te los enviamos porcionados para que puedas terminarlos y servirlos en casa.

Se tu el chef y disfruta con familia y amigos una comida típica de la costa!



MegaSalchipapa Maicitos
\$35.000,00



Salchipapa Camaron
\$27.000,00



Mega Salchipapa
\$30.000,00





 Log In



[Inicio](#)

[Tienda Online](#)

[Quienes somos?](#)

[Contactanos](#)

Somos GACO, la forma diferentes en disfrutar los deliciosos salchipapas costeños, nacimos de la necesidad de poder compartir en familia desde casa y disfrutar de una comida fresca y deliciosa en poco tiempo.

Nuestra variedad tiene un toque original en cada preparación, queremos que tú seas el chef y también seas parte de la experiencia de preparación.





 Log In



Inicio

Tienda Online

Quienes somos?

Contactanos

CONTACTANOS

Santa Marta
Colombia

servicioalcliente@gaco.com

Tel: 123-456-7890

<input type="text" value="Name"/>	<input type="text" value="Message"/>
<input type="text" value="Email"/>	
<input type="text" value="Subject"/>	

Submit



REDES SOCIALES

GACO
Crear nombre de usuario · Sitio web de comercio electrónico

+ Agregar un botón

Inicio Más ▾

Promocionar Ver como visitante 🔍 ⋮

Invita a tus amigos a que indiquen que les gusta tu...
Si tus amigos indican que les gusta tu página y comparten sus publicaciones, es posible que más personas las vean en sus secciones de noticias.

🔍 Buscar amigos para invitar
Ver todos los amigos

Consejos para la página Ver todos (2)
Completa la información de tu página

Crear publicación
Foto/video Recibir mensajes

Crear En vivo Evento Oferta ⋮

GACO
Publicado por IG · 28 de octubre a las 23:44 · Instagram · 🌐

gaco.tipica Seguir ▾ ⋮

4 publicaciones 0 seguidores 0 seguidos

GACO
GACO para tu facilidad.
nathaliacastillo1.wixsite.com/gaco

PUBLICACIONES ETIQUETADAS

Pasos para preparar tu...
En nuestro sitio web, con tu código de compra puedes obtener descuentos, preparaciones, y empaques al estilo GACO.

- 1 Recibir las especificaciones de los ingredientes para saber si están en tu lista de compras.
- 2 Preparar los ingredientes y recetas de los platos.
- 3 Servir los ingredientes y recetas de los platos.

En caso de ser necesario, consulte los ingredientes necesarios y siga las instrucciones de CHEF CASERO.

Dispositivo móvil



Únete a la WIXapp 



Pasos para preparar tu...

En nuestro sitio web, con tu código de compra puedes conocer diferentes preparaciones y emplatado al estilo GACO.



Revisa las especificaciones de tus ingredientes para saber si debes realizarle alguna cocción.



Sirve los ingredientes, disfruta de una deliciosa comida en compañía.





Únete a la **Wix**app 

**TE ESTAREMOS
CONTANDO TODO
LO QUE SUCEDE
CON GACO!**

**EL GRAN
LANZAMIENTO MUY
PRONTO!**

Dejanos tus datos:

Dirección de email*

Enviar

**TUS INGREDIENTES
EN CAJITA**



Únete a la Wixapp 



Se tú el chef con GACO, nuestro producto contiene las porciones que necesitas de manera precocida o listas para servir.



Únete a la Wixapp 

Se tú el chef con GACO, nuestro producto contiene las porciones que necesitas de manera precocida o listas para servir.



Pasos para preparar tu...

En nuestro sitio web, con tu código de compra puedes conocer diferentes preparaciones y emplatar al estilo GACO.



- 1**  Revisa las especificaciones de tus ingredientes para saber si debes realizarle alguna cocción.
- 2**  En caso de ser necesario cocina los ingredientes necesarios y dale tu toque secreto de CHEF CASERO.
- 3**  Sirve los ingredientes y disfruta de una deliciosa comida en compañía.





Únete a la **Wix**app 



**SE TÚ EL CHEF
CON *GACO***

SHOP NOW



Únete a la Wixapp 



MegaSalchipapa Maicitos
\$35.000,00



Salchipapa Camaron
\$27.000,00



Únete a la Wixapp 



Mega Salchipapa
\$30.000,00



Salchipapa Cheddar
\$23.000,00



Únete a la Wixapp 



Salchipapa Carne
\$25.000,00

Unidad



Salchipapa Pollo
\$25.000,00

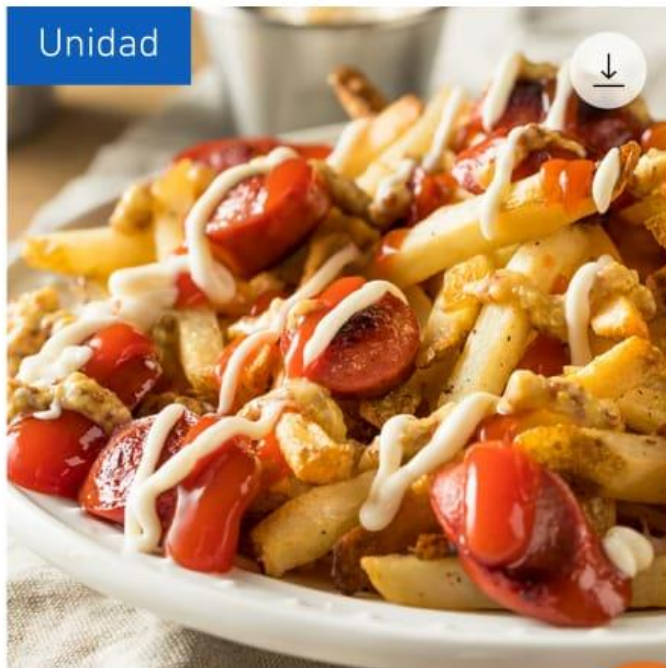


Únete a la Wixapp 



Salchipapa Vegetariano

\$23.000,00



Salchipapa Sencillo

\$12.000,00





🕒 15 1:51

Únete a la **WIX**app 

CONTACTANOS

Santa Marta
Colombia

servicioalcliente@gaco.com

Tel: 123-456-7890

Submit





GACONIZATE
con cajitas de salchipapas para toda la familia.

Pídelo en:
<https://nathaliacastillo1.wixsite.com/gaco>



Gaconizate es una campaña que incentiva a todos los clientes a hacer parte de la familia de GACO convirtiéndolos a ellos en AMIGOS GACONICOS, esta campaña se difunde por redes sociales con el hashtag #SeTuElChefConGaco y #Gaconizate, de la misma manera influencers del sector realizaran concursos que dan premios de descuentos a todos los clientes nuevos.

MÉTRICAS CLAVE

Estadísticas

Resumen de la página Últimos 7 días Exportar datos

Resultados del 23 oct 2020 al 29 oct 2020
 Nota: No se incluyen los datos de hoy. La actividad relativa a las estadísticas se registra según la zona horaria del Pacífico. La actividad relativa a los anuncios se registra según la zona horaria de tu cuenta publicitaria. ■ Orgánico ■ Pagado

Acciones en la página 23 de octubre - 29 de octubre No hay datos suficientes para mostrar en el período seleccionado.	Visitas a la página 23 de octubre - 29 de octubre 4 Visitas totales a la página ▲100% 	Vistas previas de la página 23 de octubre - 29 de octubre No hay datos suficientes para mostrar en el período seleccionado.
Me gusta de la página 23 de octubre - 29 de octubre No hay datos suficientes para mostrar en el período seleccionado.	Alcance de la publicación 23 de octubre - 29 de octubre 1 Personas alcanzadas ▲100% 	Alcance de la historia 23 de octubre - 29 de octubre Obtener estadísticas de la historia Consulta estadísticas sobre el rendimiento de las historias recientes de tu página. Más información
Recomendaciones 23 de octubre - 29 de octubre No hay datos suficientes para mostrar en el período seleccionado.	Interacción con la publicación 23 de octubre - 29 de octubre No hay datos suficientes para mostrar en el período seleccionado.	Videos 23 de octubre - 29 de octubre No hay datos suficientes para mostrar en el período seleccionado.

Tus 5 publicaciones más recientes [Crear publicación](#)

■ Alcance: orgánico/pagado
 ■ Clics en publicaciones
 ■ Reacciones, comentarios y veces que se compartió

Fecha	Publicación	Tipo	Segmentación	Alcance	Interacción	Promocionar
25/10/2020 16:05	#SeTuElChefConGaco			1	0 0	Promocionar publicación
25/10/2020 16:05	#SeTuElChefConGaco			1	0 0	Promocionar publicación
25/10/2020 16:04	#SeTuElChefConGaco			1	0 0	Promocionar publicación
25/10/2020 16:04	#SeTuElChefConGaco			1	0 0	Promocionar publicación
25/10/2020 16:04	#SeTuElChefConGaco			1	0 0	Promocionar publicación

[Ver todas las publicaciones](#)

COSTO DE ADQUISICIÓN

$$CVA = \frac{3000}{4} = \$750$$

El costo de adquisición de un cliente para GACO tiene un valor de 750 pesos el cual es un valor bajo teniendo en cuenta que la compra del mismo cliente puede ser constante.

VALOR DEL TIEMPO DE VIDA DEL CLIENTE

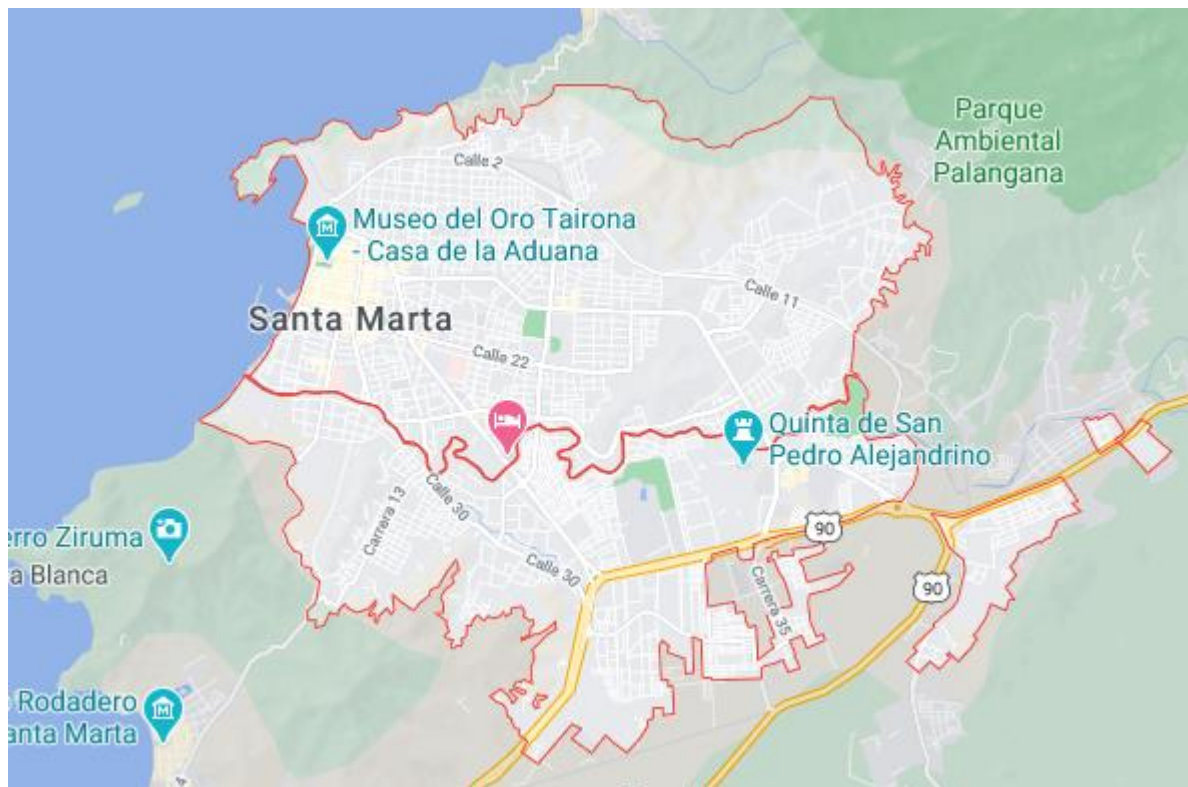
$$LTV = 25000 * 24 = \$600.000$$

Definiendo esto podemos determinar el valor del tiempo de vida del cliente en 1 año de acuerdo a un proceso de fidelización, por cada cliente se tendría aproximadamente un ingreso de \$600.000, sin dejar a un lado que el costo de este es de \$750, es baja para el beneficio que este proporciona.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES



Con el ejercicio y avance realizado de nuestra primera entrega del proyecto, hemos logrado crear una gran idea de innovación con el restaurante GACO, debido a que por medio de este se podrá no sólo satisfacer las necesidades básicas del ser humano como lo es el tener una alimentación excelente y llena de cultura, sino que también contribuiremos al desarrollo del sector alimenticio, temático y a la generación de nuevos empleos.

Macrolocalizacion



Santa Marta es el punto de Macro localización de la empresa, inicialmente se distribuirá en toda la ciudad como un referente de iniciación y acogida de la marca, esta ciudad es la capital del departamento de Magdalena, con una superficie de 2393.35 km² y una población total de 538.612 habitantes.

FICHA TECNICA

GACO		
0_0001	1	10-nov-20
FICHA TECNICA DEL PRODUCTO		
A. NOMBRE DEL PRODUCTO (Defina el nombre tecnico del producto)		
Caja de salchipapa		
B. COMPOSICION DEL PRODUCTO EN ORDEN DECRECIENTE		
Guineo verde, verduras, embutidos (chorizo, butifarra), pollo/carne, camarones condimentos, harina de trigo, ajo, cebolla, finas hiervas.		
		
D. TIPO DE ENVASE		
Bolsa para empaque al vacio tamaño de 10x20 cm.		
		
E. MATERIAL DE ENVASE		
Bolsa libre de BPA. Película coextruida en Nylon. Resistente a altas temperaturas. Excelente resistencia mecánica. Alta transparencia y brillo. Perfecta conservación de alimentos. Bolsa conformada con selles planos Apta para empacar al vacío, congelar y refrigerar. Alta barrera a sabores, aromas, oxígeno entre otros.		
F. CONDICIONES DE CONSERVACION		
Conservar refrigerado entre 0° C y 4° C, una vez abierto, consumir en el menor tiempo posible. No consumir despues de la fecha de vencimiento.		

G. TIPO DE TRATAMIENTO (PROCESO DE ELABORACION)	
Conservación mediante frío: refrigeración y congelación. El producto para por un proceso de Horneo y coccion por fritura. Para luego ser empacado al vacio y conservado en refrigeradores industriales a temperaturas menores de 4°C.	
H. VIDA UTIL ESTIMADA	
La vida util estimada es de 2 meses desde su fabricacion, siempre y cuando se mantengan las precauciones de conservacion en temas de temperaturas.	
I. PERFIL DE QUIEN INTERVIENE EN EL PROCESO	
El perfil de operario/a de procesamiento en la industria alimentaria no se corresponde con una única vía de formación reglada. De hecho, se puede acceder a esta profesión sin contar con formación básica reglada, aunque el ejercicio de esta actividad requiere una amplia formación continua relacionada con la actividad que se desarrolla. El requisito indispensable es tener curso de manipulacion de alimentos.	
K. GRUPO POBLACIONAL	
El producto puede ser consumido por todas las edades, sin embargo se recomienda el bajo consumo en caso de enfermedades intestinales como colon y ulcera, ya que se hace uso de condimentos y embutidos.	
Firma del responsable del producto:	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> JEFE DE PRODUCCION </div>
Nombre del Responsable del producto	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px; display: inline-block;">NATHALIA MARCELA CASTILLO</div>
Firma:	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px; display: inline-block;"><i>NATHALIA MARCELA CASTILLO</i></div>

BIBLIOGRAFIA

Universidad Libre de Colombia Facultad de Ingeniería (2017). Desarrollo del Sistema de Gestión de Calidad en el Restaurante-Bar.

<https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/10591/DOCUMENTO%20FINAL.pdf?sequence=1>

Emprendedores Silvia Mazzoli (2019). Plan de Negocio para Montar un Restaurante.

<https://www.emprendedores.es/crear-una-empresa/plan-de-negocio-restaurante/>

Anabel Prado (2018). <https://www.salir.com/platos-tipicos-de-colombia-por-regiones-67.html>