



GARDEN TECH

**GIRALDO FLÓREZ LAURA ALEJANDRA
GONZÁLEZ BUITRAGO MÓNICA ARCELA
GÓMEZ WALDRON JOSÉ MIGUEL**

LANDING PAGE: <https://gardentech2020.wixsite.com/misitio-1>

INSTAGRAM: <https://www.instagram.com/gar.dentech/>

COMPROMISOS DEL AUTOR

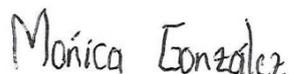
Yo **Laura Alejandra Giraldo Flórez**, identificada con C.C 1020840375, estudiante del programa de comunicación social declaró que:

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



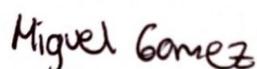
Yo **Mónica Marcela González Buitrago**, identificada con C.C 1020840375, estudiante del programa de comunicación social declaró que:

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



Yo **Jose Miguel Gomez Waldron**, identificada con C.C 1110583821, estudiante del programa de administración de empresas declaró que:

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



Estructura general del proyecto

Resumen ejecutivo

Lo propuesto en el presente plan de negocio es el diseño de un restaurante que busca diferenciarse de los demás en la ciudad de Ibagué, gracias a características como la calidad en el servicio, y por supuesto, en la comida que se ofrece, pero sobre todo, pretende diferenciarse de sus competidores por el uso de la tecnología en sus operaciones.

Este restaurante se especializa en la comida de excelente calidad y un rápido servicio, se utilizarán tablets como elementos para facilitar los procesos en los distintos canales. Son estas características las que hacen la diferencia frente a sus competidores, además de generar ventaja en cuanto a tiempos y operaciones. Esta característica dará un atractivo extra al restaurante, muy diferente a lo que se ve tradicionalmente en la ciudad de Ibagué.

Se dice que la industria restaurantera es un reflejo de los cambios que sufre la sociedad en la que operan. La sociedad Ibaguereña ha sufrido cambios que la han convertido en una más compleja y acelerada, cambiando así por completo las exigencias de las personas. La industria restaurantera ha despertado un nuevo segmento de negocios, pero es tanta la competencia que se requiere innovar y así

poder ajustarse a las preferencias de los consumidores, que cada vez son más selectivos y exigentes.

Los restaurantes se ven obligados a enfrentar una actualización permanente, no sólo en sus productos, sino también en sus procesos; procesos que se ven optimizados con el uso de la tecnología. En cuanto a restaurantes que hacen uso de la tecnología es posible notar que en Ibagué, no se ha explotado el sector, dejando oportunidad para la innovación en este sentido. Los resultados arrojados por los Instrumentos de recolección de datos implementados demostraron que las características del restaurante planteado en este documento sí son valoradas por la gente. Lo que indica que sí existe una oportunidad de mercado. Hay que tomar en cuenta que si se desea llegar a un público con un poder adquisitivo alto, se tiene que ofrecer algo distinto y novedoso.

Presentación

Introducción

Garden Tech nace de la idea de ofrecer un buen servicio, rápido, con avances tecnológicos y con un ambiente natural a cielo abierto. En este lugar, quienes visiten o vivan en la ciudad de Ibagué, podrán satisfacer algunas necesidades como la alimentación y podrán fortalecer relaciones con familiares y amigos, en un ambiente cómodo e innovador.

Queremos satisfacer a los clientes y brindarles un espacio diferente y agradable, combinando la tecnología con la naturaleza y buenos alimentos; estos aspectos los queremos proyectar en nuestro logo:



Verde: Nos da la confianza de que es un sitio donde los clientes se sentirán cómodos, relajados, en un ambiente de paz y natural.

Azul: Representa la calma, la seguridad que hay en nuestro restaurante-bar, y recuerda el buen ambiente a cielo abierto que se puede encontrar allí.

Negro: Este color refleja elegancia, sofisticación, y respeto, hacia un ambiente nocturno.

Blanco: Describe la limpieza que hay en nuestro restaurante, y la ligereza que sentirán nuestros clientes con el buen servicio.

Objetivos

Objetivo general:

Brindar a nuestros clientes, desde nuestra apertura, una experiencia gastronómica única e inolvidable en un espacio natural, con tecnología y entretenimiento para pasar un rato del día agradable.

Objetivos específicos:

- Brindar un sitio que permita conocer y aprender de las nuevas tendencias tecnológicas, mediante diversos aparatos inteligentes y acciones de ellos. (Desde la apertura)
- Hacer impacto con las nuevas opciones que brinda la tecnología y ser pioneros en la innovación de restaurantes, bar, logrando que este se vuelva en un lugar agradable y de descanso. (De 1 a 2 meses).
- Ser reconocidos en toda la ciudad y convertirnos en uno de los restaurantes que las personas tomen como primera opción para ir. (De 4 a 8 meses).
- Llegar a ser reconocidos a nivel nacional por nuestro excelente servicio y por la tecnología que manejamos en medio de un ambiente de naturaleza (De 1 año a 2 años).

Claves para el éxito

Nuestro factor diferencial es el implemento de tecnología al momento de realizar cada pedido en un lugar a cielo abierto con ambientación natural, donde las personas podrán enviar directamente a cocina sus pedidos con sus preferencias y ver el proceso.

Contamos con nueve enfoques en los cuales nos basamos para el éxito de Gardentech, cada uno de ellos es de gran importancia ya que son los entes que conforman esta idea de negocio, por este caso aplicamos las siguientes claves:

1. **Nos enfocamos en el cliente:** para Garden Tech como principal objetivo satisfacer las necesidades (reales o latentes) de sus consumidores. Por eso agregamos valor y estamos conscientes de que los clientes son la base; todos nuestros esfuerzos y estrategias están dirigidos hacia brindarles el mejor servicio y aportar algún beneficio a su vida.
2. **Cuidamos a nuestra gente:** Nuestra principal diferencia con la competencia está en el capital humano. Por lo tanto, constantemente ofrecemos a nuestros empleados oportunidades de desarrollo, esquemas que los impulsen a colaborar y tener un equilibrio con su vida personal, técnicas para mantenerlos motivados y compensaciones justas.
3. **Entregamos valor a la cadena de suministro:** Impulsamos a nuestros proveedores, todos los que forman parte de la cadena deben fortalecerse y crecer. los impulsamos a mejorar y ser más competitivos.
4. **Usamos bien los recursos y protegemos al medio ambiente:** Para nosotros es importante cuidar nuestro entorno por eso no generamos toneladas de desperdicios, sino que utilizamos de manera eficiente la energía y los recursos que tenemos, procurando el menor impacto posible en el ecosistema.

5. **Tenemos control de los procesos:** Para nosotros es clave reducir costos y aumentar la productividad para ser más competitivos y ofrecer precios justos en el mercado sin perder la calidad. Debido a esto, se tiene indicadores y métodos de los procesos; sabemos dónde hay áreas de oportunidad y cuáles son las fortalezas.

6. **Ofrecemos un ambiente seguro y limpio a las personas:** El espacio de trabajo es parte clave de la cultura empresarial. Es por esto que las instalaciones están en buenas condiciones para brindar seguridad y comodidad, y las maquinarias y equipos tienen mantenimiento constante.

DESARROLLO DEL PROYECTO

INNOVACIÓN

1. Descripción idea de negocio:

Garden Tech es un Restaurante Bar - tecnológico, donde se le ofrece al cliente interactuar con herramientas tecnológicas a la hora de consumir nuestros productos mientras están en un ambiente rodeado de naturaleza. Se integrará a cada mesa una tablet donde se le permitirá interactuar a la hora de ordenar un plato, bebida o la cuenta. El cliente podrá seleccionar el menú, haciendo su pedido con unos clics, y ver el estado de este. También podrá escoger la música que desea escuchar, tipo rockola; por último, para retirarse del lugar tendrá la opción de ordenar su servicio de transporte (Taxi, Uber), si lo requiere.

Nuestros clientes potenciales serán personas de la ciudad de Ibagué, que quieran pasar un rato agradable con buena comida y bebidas, ya sea en la tarde o noche. Esta iniciativa surge debido a que la mayoría de restaurantes de la zona, tardan en tomar los pedidos de los clientes y surgen muchas dudas de si ya está preparado y en cuánto tiempo será entregado.

Con nosotros el pedido llegará inmediatamente el cliente lo realiza a cocina, gracias a nuestros aparatos tecnológicos donde se realizará el pedido y podrá ver cómo va el proceso y el tiempo de entrega. Nuestro restaurante será preferido por su ambientación, los pequeños detalles y la calidad del servicio.

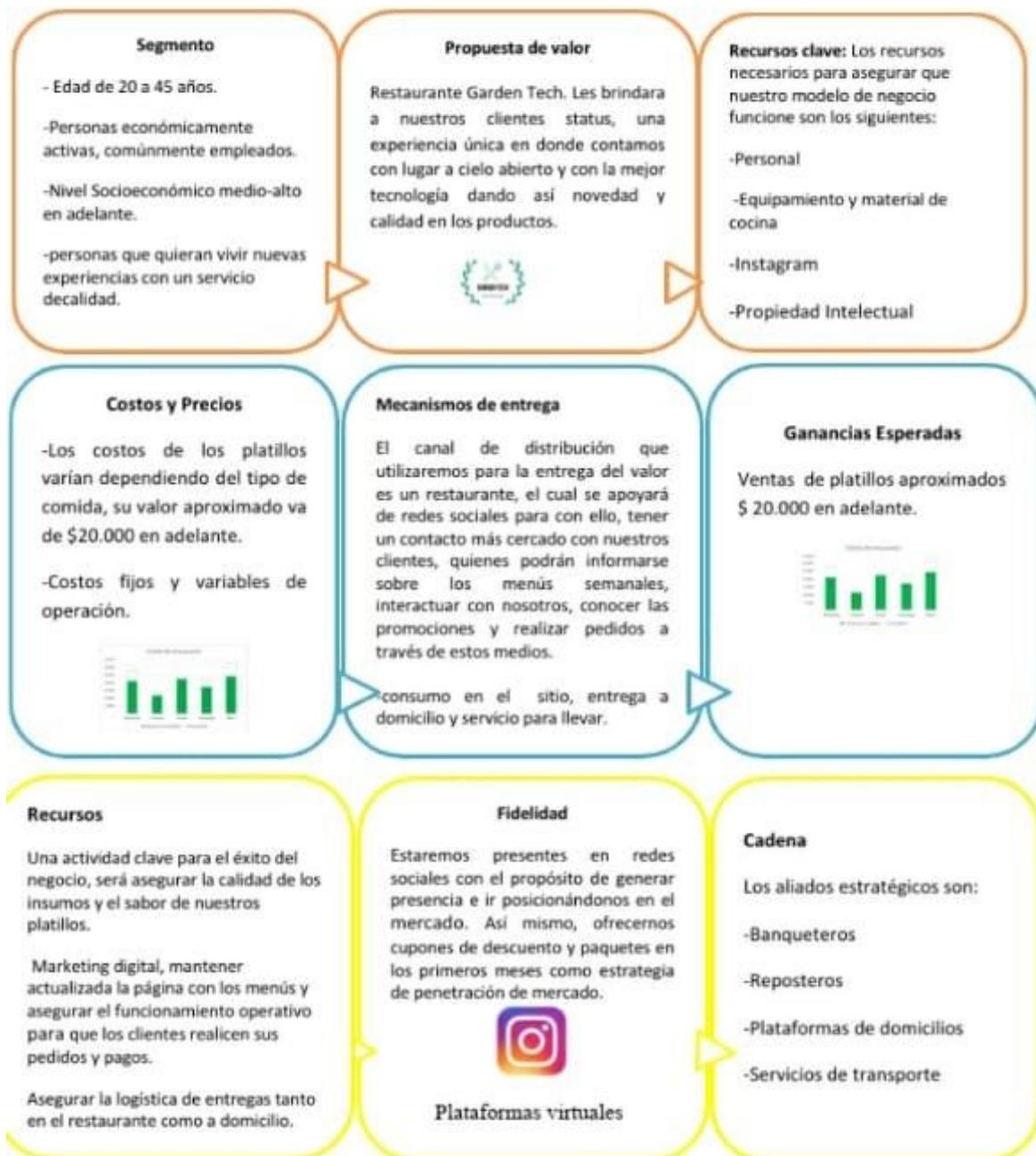
2. Modelo de negocio

Una de las metodologías más importantes abordadas en el curso y un elemento esencial en el desarrollo de este modelo de negocio fue “El Lienzo Modelo de Negocio” (BMC) (Osterwalder Alexander, 2011) herramienta desarrollada por Alexander Osterwalder y luego perfeccionada junto con Yves Pigneur, la cual se ha colocado como un instrumento esencial junto con la metodología del Lean Start-Up (Ries, 2012).

Esta metodología nos apoyó en el diseño de nuestras hipótesis de validación en el modelo de negocio, a través de la definición de cada uno de los elementos necesarios para crear, entregar y capturar valor a los clientes y con ellos ser capaces de generar ingresos.

2.1. Estructura de la idea de negocio

Tabla 1



2.2 Modelo de negocio por internet

Para **Garden Tech**, son muy importantes las ventas por internet, y por ello implementa y se adapta al modelo de negocio E-commerce, ya que nos brinda facilidad a la hora de ofrecer nuestros servicios, dando al cliente una mayor satisfacción ya que muchas veces nuestros clientes desean primero observar la calidad de nuestros servicios y por ende los productos consumibles que ofrecemos en nuestro restaurante, y sobre todo se basan en observar el ambiente, reconocimiento, y la calidad del servicio.

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

Para atraer a nuestros clientes hemos propuesto 4 estrategias que nos ayudarán a captar a nuestros clientes:

- **un ecommerce atractivo e interactivo:** es muy importante crear interés, llamar a la acción y llenar de **contenido el sitio web**, por eso utilizamos nuestras redes sociales para la creación de contenido llamativo y de interés para nuestros clientes.
- **Para nosotros es muy importante saber lo que los clientes quieren:** Es necesario estar abierto a que los clientes participen en mejorar la **experiencia de compra**. Implementamos nuevas formas de mostrar los productos, realizaremos videos de cada producto, encuestas y promover las opiniones con distintos premios.

- **No, nos limitamos a vender nuestro producto, venderemos experiencia:** Para Garden Tech es muy importante darle voz a los clientes y que se sientan como parte del negocio. Se atenderá a los clientes premium de manera personalizada para que corran la voz sobre la calidad de servicio de **atención al cliente**. Haremos diferentes entrevistas en video de los clientes y se subirán a las redes sociales . Esto aumentará la confianza de los clientes.
- **Comercializar nuestro producto en las redes sociales:** Promoción diariamente de la información de nuestra carta de productos ,Promoveremos ofertas exclusivas a través de las redes sociales. Proporcionaremos algún tipo especial de recompensa a los que sigan nuestra página de Instagram de forma. Por ejemplo, con cupones que se pueden canjear por cenas para amigos y familiares. De esta manera conseguiremos aumentar la **imagen de marca** y atraer a clientes potenciales.

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

En nuestro servicio como restaurante,el cliente siempre tendrá la prioridad ya que ellos son nuestra base, por eso para ellos implementaremos alternativas que hagan de su experiencia mucho más agradable y de calidad a la hora de obtener el servicio y escogernos a nosotros. Tendremos diferentes opciones de platillos y de servicios para que escojan lo que más se acomode a su presupuesto.

tendremos diferentes canales de venta para que tengan una mayor comodidad a la hora de hacer sus órdenes.

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

Para nosotros más que vender, nos enfocamos en hacer que el cliente se sienta satisfechos con el servicio y nos elija a nosotros, para nadie es un secreto que los clientes observan varias opciones pero hay un factor diferenciador, pues a la hora de ofrecer el servicio de hacerse con seguridad y carisma, ofreciendo el servicio con alternativas para los clientes y es ahí cuando el cliente decidirá hacer la compra, nuestros métodos de pago en efectivo y por pse.

1. Innovación sostenible

Tabla 2

	Agua	Energía	Materias primas	Emisiones	Residuos
Productos y servicios ¿Tiene ecodiseño?	El agua se usará de manera eficiente, evitando el desperdicio y reutilizando el agua de lluvia en nuestros inodoros	Contamos con dispositivos tecnológicos certificados con Energy Star, reduciremos el consumo dejando en inactividad cada	Utilizaremos materiales biodegradables, evitaremos el plástico, reduciremos los insumos y los únicos químicos serán los de limpieza, tales como alcohol,	Se sensibiliza a nuestro equipo en cuanto a la huella de carbono, para así gestionar eficazmente los residuos y optimizar	La comida que sobre también puedes donarla a bancos de alimentos o comedores sociales, antes que tirarla.

		dispositivo que no esté siendo utilizado.	desengrasante y cloro	gastos.	
Marketing (campana que favorezca el medio ambiente)		Se motivará a los usuarios a utilizar uber pool para que lo compartan con otros usuarios que vayan cerca a su residencia.	Todo el marketing será digital, y así evitaremos la contaminación .		

4. ANÁLISIS DEL SECTOR

Con el objetivo de brindar un servicio de calidad, con un valor diferencial, Garden Tech realiza su estudio de mercado con mayor profundidad en la ciudad de Ibagué Tolima, buscando detectar las principales competencias, estas a su vez pueden convertirse en ventajas o desventajas en el mercado. La tecnología en un restaurante bar es uno de los factores diferenciales que caracterizan a Garden Tech, además de complementarse con el excelente servicio y precios asequibles.

Inicialmente, las competencias que podrían considerarse más fuertes en el mercado son: Zona Picnic Ibagué, ubicado en la Av 60 con Cra 10 esquina, por otro lado también se encuentra, Restaurante y yerbabuena Ibagué, ubicado en Cra. 6 #9-81, por último La fiera

resto bar, encontrado en Cra 6 No. 44-42, estos tres establecimientos van dirigidos hacia el mismo servicio, pero cada uno con un diferencial.

4.1 Estrategia oceano azul

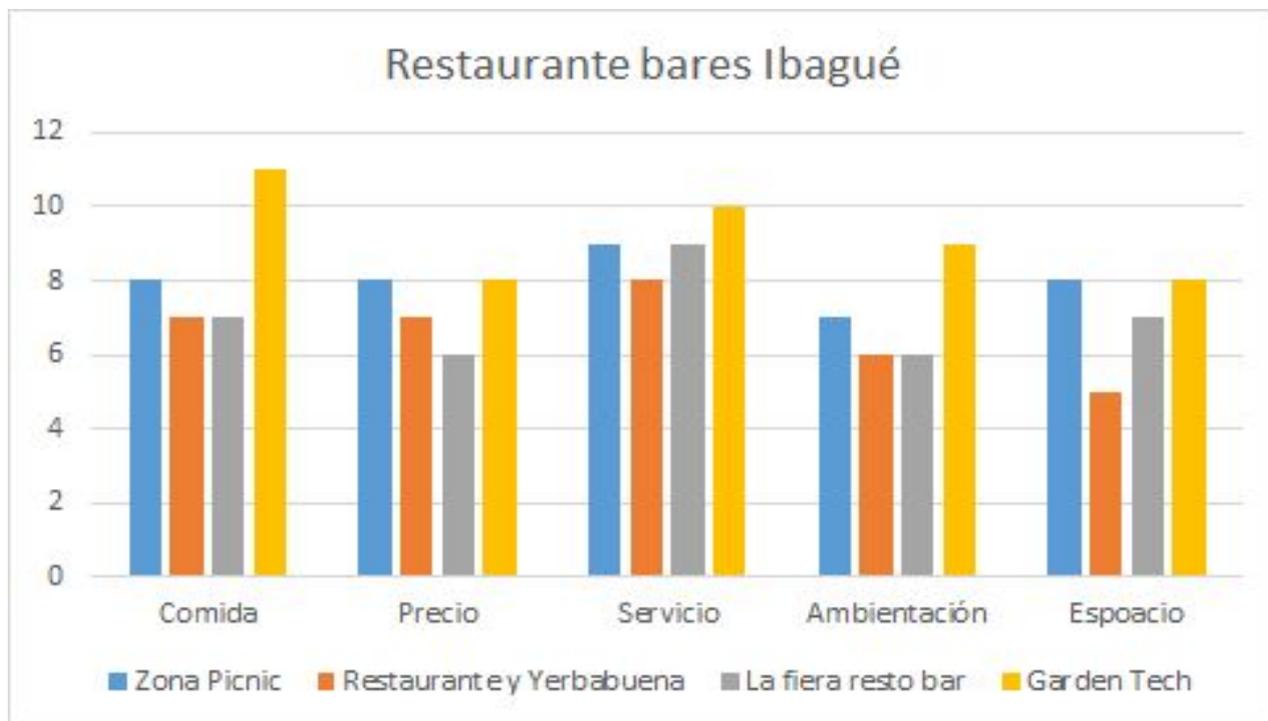
Con el propósito de encontrar cuales son los factores más importantes para nuestro público objetivo a la hora de elegir un restaurante bar y mantenerlo como su favorito, entre los cuales se encuentra, comida, destacan variables como sazón, variedad, sabor y presentación; por otro lado el precio, continuando con el servicio, variables como amabilidad y atención, continuamos con la ambientación, se tiene en cuenta variables como la decoración o las temáticas de los lugares y por último el espacio, el cual se encuentran variables como la limpieza y la comodidad .

Tabla 3

	Comida	Precio	Servicio	Ambientación	Espacio
· Zona Picnic Ibagué	8	8	9	7	8
· Restaurante y yerbabuena Ibagué	7	7	8	6	5
· La fiera resto bar	7	6	9	6	7

Garden Tech	10	8	10	9	8
--------------------	----	---	----	---	---

Figura 1



Análisis:

Por medio de este estudio, Garden Tech pretende analizar en sector gastronómico de la región, analizando los 5 factores más escogidos por los usuarios a la hora de elegir un restaurante para bar, por este motivo elegimos 3 de los restaurantes más importantes en Ibagué para analizar el comportamiento de nuestros clientes en relación a la comida, precio servicio, ambientación y espacio, esto nos permite mejorar y prestar un mejor servicio, tomando como puntos débiles de la competencia y mejorandolos en Garden Tech, en este orden de ideas los usuarios califican a la competencia y nosotros mejoramos nuestro servicio,

entendiendo que para nuestros clientes en primer lugar se encuentra la comida y el servicio, posteriormente la ambientación y espacio, finalmente el precio.

Estrategias:

En relación con la competencia, Garden Tech busca llevar a cabo en un balance las 5 variables, comida, precio, servicio, ambientación y espacio; implementandolo en total equilibrio, logrando estar siempre por encima de la competencia, todas las variables en conjunto buscan hacer del servicio una experiencia inolvidable para nuestros clientes, buscando siempre la excelencia, por otro lado buscamos brindarle mayor atención a las variables que más prefieren nuestros clientes a la hora de elegir un restaurante bar.

- **Comida:** Garden Tech, busca llevar una variedad, en cuanto a nuestras bebidas y a la alimentación ofrecida, logrando siempre sobresalir y marcar la diferencia frente a la competencia, sobre todo con la calidad de los productos utilizados en nuestros productos
- **Precio:** Buscando el equilibrio, entre servicio-precio, buscamos implementar un precio en el mercado asequible para todos nuestros clientes.
- **Servicio:** Entendiendo que para nuestros clientes el servicio es una de las variables más importantes a la hora de elegir, por este motivo Garden Tech, analizando las desventajas en el mercado en cuanto al servicio, pretende ofrecer un servicio cálido, rápido y eficiente, implementando la tecnología como valor agregado fundamental

para llevar a nuestro público objetivo, vivir una experiencia inolvidable en nuestro restaurante bar.

- **Ambientación:** Garden Tech, buscando ofrecer un ambiente fresco, elegante y sofisticado ofrecemos al público un lugar con ambiente natural, a cielo abierto.
- **Espacio:** Para mayor comodidad de nuestros clientes Garden Tech ofrece un lugar amplio, cómodo y sobre todo muy acogedor.

4.2 Análisis de porter



PODER NEGOCIACIÓN CON LOS CLIENTES:

El interés de los compradores es adquirir los productos a precios más bajos de lo establecido, por ello es necesario fragmentar el sector, estandarizar los productos ofrecidos en nuestro negocio, tener bajos costos de cambio, tener sensibilidad del comprador al precio.

PODER NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES:

facilidades o costes para el cambio de proveer, grado de diferenciación de los productos que ofertan, presencia de productos sustitutos, concentración del sector proveedores, amenaza de integración hacia delante

AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTOS:

Restaurantes de comida rápida, restaurantes de alta comida, restaurantes buffet, comida para llevar, restaurantes temáticos.

AMENAZA DE PRODUCTOS ENTRANTES:

Requerimientos de capital, diferenciación del producto, identidad de marca, economía de escalas, localización favorable, bajos costos.

RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES:

Actualmente la oferta en el sector es amplia ocasionando que la competencia sea más exigente.

ESTRATEGIAS DE PORTER

- **Poder de negociación de los proveedores**

Los proveedores pueden ejercer un poder de negociación mediante la aplicación de diversas estrategias tales como; alza de precios, mermar la calidad de los bienes o servicios brindados, pueden amenazar la industria, pudiendo en algunos casos apropiarse del valor. Los proveedores en esta industria son diversos y se pueden clasificar en los siguientes:

- **Proveedores de insumos (alimentos y bebidas)**

Alimentos: para la adquisición de insumos existe una diversidad de proveedores, sin embargo la gran mayoría de los locales gastronómicos y en la búsqueda de la mejor combinación precio/calidad terminan estableciendo alianzas con proveedores que se encuentren lo más atrás en la cadena de suministro.

Bebidas: en la categoría de bebidas se encuentran todo tipo de alcohol, desde destilados, cervezas y vinos, jugos, de preparación natural en base a "zumos" y bebidas, de marcas comúnmente consumidas, asociadas a coca cola y pepsi, y en menor cantidad importadas. si bien existen una diversidad de proveedores, los precios de los bebestibles asociados a las marcas coca cola y Pepsi, se incluyen las cervezas, tienen un precio fijado desde su compañía matriz, dado lo anterior si el precio pagado es mayor al de mercado, es producto que se utiliza un intermediario para dicho aprovisionamiento, para el resto de los productos, probablemente existen mayores proveedores para el aprovisionamiento y por consiguiente alternativas de negociación unilaterales. Finalmente y en función de lo anteriormente expuesto, en términos generales, el poder de negociación de los proveedores es considerado "bajo", sin embargo, el mayor o menor dependerá del bien o servicio que estemos adquiriendo.

- **Clientes / consumidores**

El poder de los clientes es "alto", sustentado principalmente por los bajos costos de cambio, la posibilidad de mantener cautivo a un cliente/consumidor es mínima, por otra parte, si bien la oferta es variada y diversa, mayormente se pueden encontrar alternativas en la industria pudiendo inferir que el servicio en términos generales es relativamente "estándar" o no se encuentra claramente "diferenciado", solo algunos restaurantes son los que destacan. Entre los clientes/consumidores encontramos a las empresas que arriendan o reservan locales para el desarrollo de actividades especiales de la compañía, si bien una excelente experiencia podría asegurar fidelidad en el tiempo, las empresas buscan diversidad, sintiendo la necesidad de conocer y probar nuevas experiencias de servicio de la industria.

- **Rivalidad entre competidores**

la rivalidad entre los competidores es considerado "alto", en la industria gastronómica existen competidores numerosos, adicionalmente, si bien el crecimiento de la industria es creciente y sostenido, también lo son el número de restaurantes que se apertura año a año, dado lo anterior para mejorar la posición competitiva en la industria, las compañías incumbentes deberán recurrir a tácticas extremas para tales efectos, como resultado de lo anterior, la rentabilidad de la industria (promedio) puede verse profundamente afectada.

- **Sustitutos**

El gran sustituto para la industria gastronómica son las diversas preparaciones gourmet dispuestas en los supermercados en las modalidades "para llevar" o "congeladas", estás

últimas pre-cocinadas con objeto de finalizar su proceso en casa, alcanzando la temperatura exacta al momento de servir. en la actualidad, cada día son más las familias que adaptan sus casas, destinando lugares para el esparcimiento y relacionamiento con familiares y/o amigos (ejemplo; "quinchos"), en su defecto, los condominios o edificios incorporan dichos espacios dentro de sus construcciones, no obstante la opción casa versus un restaurante estará dado principalmente por factores relacionados con la ubicación del bar restaurante, entendiendo que los consumidores de Ibagué tienen hábitos de consumo distintos a las personas de regiones, en particular en aquellas localidades en donde la concentración geográfica no es alta y las condiciones climáticas no favorecen el esparcimiento y relacionamiento en un lugar externo a la casa como un restaurante.

- **Nuevos competidores**

el poder de los nuevos competidores es considerado "medio", principalmente dado por las altas barreras de entradas que constituye materializar un proyecto gastronómico, entre los principales aspectos encontramos:

1. experiencia y curvas de aprendizaje: es la disminución de los costos, principalmente producto de la experiencia adquirida en la gestión operacional del local.
2. requerimientos de capital: para la materialización de un proyecto gastronómico se requiere una inversión intensiva en capital, dado principalmente por; infraestructura, mobiliario y equipamiento.
3. costos independientes de la escala: relación con el punto anterior, si bien no es una inversión como tal, el éxito estará condicionado a una ubicación privilegiada que brinde la concentración de habitacional y/o laboral necesaria para asegurar la sostenibilidad de

un proyecto de esta envergadura. Existen otros factores que en menor impacto establecen barreras a la entrada para nuevos competidores, no obstante, los puntos anteriormente descritos son aquellos más relevantes a considerar para el presente análisis.

5. Marketing mix

Tabla 4

MARKETING MIX						
ESTRATEGIA	(OBJETIVO SMART)	COMO	QUIEN	CUANDO	DONDE	VALOR
PRODUCTO	Presentar un servicio de calidad e innovador, dejando al lado el servicio tradicional.	Conociendo las necesidades de los consumidores e innovar el servicio tradicional	Realizando encuestas para conocer las necesidades de los clientes y así innovar el servicio	Empezando o realizar el plan de negocio ya que se necesita conocer que es lo que quiere el cliente.	El servicio se prestara en el restaurante, que estará ubicado en la Av. 60 con 9 esquina en la ciudad de Ibagué	Realizar el debido estudio cualitativo y cuantitativo (encuesta), cuesta, \$250.000
PRECIO	Ofrecer los productos del restaurante con calidad y con precios justos, manteniendo los costos.	Realizando un presupuesto y análisis de costos para determinar un precio justo para cada producto del restaurante	Contratando un contador para realizar el debido presupuesto y el análisis de costos	Apenas se tenga el portafolio de productos que se ofrecerán en el restaurante	Se realizara con un contador de la empresa	Realizar el estudio de costos, costara, \$1.000.000
PROMOCION Y COMUNICACIÓN	Realizar publicidad con promociones y llamando así la atención de los clientes y posicionar la marca.	Hacer un respectivo análisis de publicidad tanto física como digital para aplicar las promociones	Contratando a una empresa de publicidad para realizar las respectivas y a una persona para manejo de marketing digital.	Después de realizar el diseño para la campaña de publicidad y promoción	Se realizara con una empresa de publicidad en Ibagué, llamada Ideas.com	Realizar la inversión en publicidad y marketing digital cuesta: \$2.000.000

5.1 Estrategia de productos para clientes

Núcleo: Garden Tech es un restaurante, que prestara un servicio a sus clientes incluyendo la tecnología como su principal innovación , ya que este facilita a los clientes realizar sus órdenes de manera rápida, pues nuestro menú estará visible en la mesa que incluye una tablet,su orden será entregada por un servicio de meseros altamente preparados en calidad de atención, la estadía de paso en el restaurante también brindara entretención pues en las tablets se podrá observar cómo los chefs preparan su comida, también podrán jugar en familia o amigos.

Calidad: en nuestro servicio estará incluido la innovación y calidad como los elementos más importantes a la hora de prestar nuestro servicios,yacía que ofrecemos a la comunidad un servicio cálido, rápido y eficaz gracias a los mejores avances tecnológicos acompañado de un ambiente natural a cielo abierto, adecuado para cualquier ocasión.

Envase: En Garden Tech,contamos con una buena infraestructura física, ambiental y de seguridad, adaptándonos al servicio que se presta, el cual es a cielo abierto con una ambiente cálido y fresco, cabe resaltar que tenemos nuestros protocolos para que se preste un buen servicio, y el cliente quede satisfecho.

Diseño: Garden Tech cuenta con una ambientación natural, ya que nuestra infraestructura es a cielo abierto y con un diseño glamuroso, sin dejar al lado la tecnología que manejamos para tomar la orden de lo que se consumirá en el restaurante, pues las personas pueden interactuar en las tablets en familia o amigos mientras esperan su orden.

Servicio: lo que hace diferenciar a Garden Tech con la competencia, es que ofrecemos un servicio innovador, dejando atrás el servicio tradicional, pues contamos con los mejores

avances tecnológicos y un servicio de calidad para que el cliente se sienta satisfecho de haber formado parte de una nueva experiencia.

5.1.1 Portafolio



MENÚ

BEBIDAS

Jugos naturales agua	\$3.500
jugos naturales en leche	\$4.000
Limonada de coco	\$7.000
Limonada de Hierbabuena	\$7.000
Limonada Natural	\$6.000
Michelada	\$3.000
Botella de Agua	\$3.000
Cerveza Nacional	\$3.000

PLATOS FUERTES

Pollo a la plancha	\$15.000
Res a la plancha	\$18.000
cerdo a la plancha	\$19.000
Pasta a la boloñesa	\$17.000
Costillas a la BBQ/porcion de papas	\$23.000
Churrasco Mixro	\$25.000

COMIDA RAPIDA

Hamburguesa	\$12.000
Perro Caliente	\$11.000
Sandwich de Jamón	\$9.000
Sándwich de Atun	\$14.000

ENSALADAS

Ensalda Vegetariana	\$13.000
Ensalada de Pollo	\$15.000
Ensalada de Carnes	\$20.000
Ensalada Dulce	\$11.000



MENÚ DE BAR

COCTELES

MARTINI SUCIO	\$15.000
GIN SOUR	\$10.500

COCTELES DE VODKA

COSMOPOLITAN	\$11.000
LEMON DROP MARTINI	\$12.000
VODKA TONIC	\$15.000

COCTELES DE TEQUILA

MARGARITA	\$18.000
TEQUILA SUNRISE	\$11.000
TEQUILA SUNSET	\$10.500

COCTELES DE RON

MOJITO	\$13.000
PIÑA COLADA	\$14.500
ZOMBIE	\$10.500



LICORES

	1/2	BOTELLA
AGUARDIENTE	\$35.000	\$65.000
RON VIEJO DE CALDAS	\$40.000	\$75.000
BRANDY	\$40.000	\$80.000
WHISKY	\$110.000	\$250.000
VODKA	\$75.000	\$120.000

El precio de los productos consumibles puede variar, según el tipo de producto.

Ejemplo: cuando se trate de un plato o bebida preparado de manera distinta.

Las bebidas alcohólicas varían de precio según el servicio de bar, y tipo de alcohol.

5.2 Estrategia de precios

El precio está basado en factores externos e internos que son los que nos dan los lineamientos para establecer esta estrategia. Desde el momento en que se hizo la fijación del mercado meta en el sector Av 60 con Cra 9 esquina, se decidió que el posicionamiento de la marca tendrá un proceso de migración en la situación inicial a la que se llegará un futuro, cuando logremos fidelizar a nuestros clientes por medio de la comida, marca, servicio y precio.

Tabla 5

FACTORES INTERNOS		FACTORES EXTERNOS
Costo	FIJACIÓN DE PRECIOS	Mercado
Estrategia Organizacional		Demanda
Estrategia De Mercadeo		Competencia
		Regulaciones

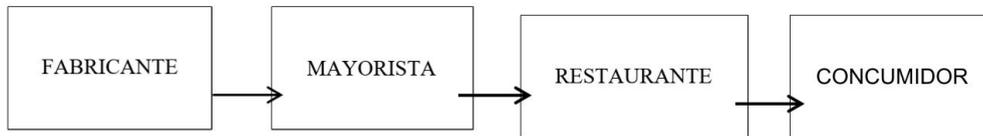
Fijación de precios Factores internos + factores externos= Fijación de precios

Los factores internos al ser un componente de la fijación de precios nos permiten conocer cuál es el porcentaje de costos en el desarrollo del producto, la organización y el mercadeo que se va a invertir. Por otro lado los factores externos nos sirven para tener en cuenta los gastos en los que se puede incurrir por parte de regulaciones al ser del sector de restaurantes, la competencia puede exigirnos indirectamente cierta inversión que afectará la fijación de precios.

Proceso de migración de precio: El proceso de fijación del precio empezará con una penetración de mercado objetivo es decir con precios bajos para atraer a un gran número de compradores, dar a conocer a “Garden Tech” y de esta forma ampliar la participación de mercado. Cuando se haya logrado este reconocimiento posiblemente se hará el proceso de migración futuro a una fijación de precios con base en el valor, esto queda supeditado a la aceptación que los clientes le den al restaurante y que tan viable sea la variación de precios, es decir llegar en un futuro a un solo precio sin segmentar por combos.

5.3 Estrategia de distribución

El tipo de distribución que se va a manejar es una distribución convencional porque los productores, mayoristas son empresas que trabajan individualmente y las cuales solo nos sirven de apoyo para abastecer nuestros recursos, de esta forma lograríamos que por medio del canal los proveedores no ejerzan poder en el futuro monopolizando la situación.



Distribución: Las decisiones de cómo se va administrar el canal es de la siguiente manera. Seleccionando a los miembros del canal, motivando sus resultados para que la evaluación sea positiva para las dos partes.

El canal que se manejara para que los clientes accedan al servicio del restaurante es su punto de venta que será, en la Av 60 con Cra 9 esquina. El espacio que encontrarán los clientes tendrá un toque de edad media y futurista en su decoración, la entrada de luz y a cielo abierto será una de sus principales características y se ubicaran cuadros alegóricos a la temática del restaurante para que el cliente pueda disfrutar de sus diseños.

Garden Tech contará con un espacio donde el cliente podrá encontrar sus opciones de bebidas adicionales al valor cancelado en caja previamente. El restaurante tendrá capacidad para 100 personas máximo, para esto existirán 20 mesas con 4 sillas, las cuales se modifican dependiendo el número de comensales por mesa aprovechando el espacio.

El abastecimiento de la materia prima se hará por medio de grandes proveedores de alimentos en este caso se hace énfasis en Palo quemado y corabastos. Las compras se harán semanalmente para de esta forma llevar un control estricto de las cantidades a comprar por semana y con esto se garantiza calidad en los alimentos.

El recurso humano que contará el restaurante son personas proactivas que estén preocupadas constantemente por darle un valor agregado al servicio, la contratación se hará

por medio de contratos a corto plazo para de esta forma medir su desempeño, con respecto a esto si el resultado es positivo y cumple las expectativas del restaurante se prorrogará este.

5.3.1 Estrategia de comunicación

El tipo de comunicación que se aplicara para que el consumidor conozca Garden Tech es por medio de un marketing directo y digital llegando, el cual lo vamos a lograr por medio de una estrategia de atracción es decir gastando en publicidad y promociones en un principio; logrando de esta manera darnos a conocer y que el concepto de restaurante sea una buena opción para alimentarse.

La publicidad que se va a usar será establecida por un presupuesto que nos permita ver el resultado de cómo va el restaurante para implementar un método costeable teniendo de esta forma una relación directa con la inversión. Para el desarrollo de la estrategia publicitaria nos vamos a enfocar en el mensaje que será “come y disfruta con tus seres queridos a cielo abierto”.

Se va a hacer por medio de volantes, página web, redes sociales y tarjetas. El proceso de oferta se hará por medio de cupones de descuento, bonificaciones al ser cliente fiel, demostraciones de nuevas recetas y lanzamientos. Después de implementar la publicidad se evaluará el alcance de la publicidad, la frecuencia que se implementa y modificarla si es necesario y el impacto que ha tenido con los consumidores.

6. Desarrollo de marca

Tabla 6

MATRIZ DE DESARROLLO DE MARCA

Nombre de la Idea:

PASOS	OBJETIVOS	RESULTADO
Primer Paso: Diagnostico del Mercado	A. Identificación del sector	Asobares
	B. Identificar marcas en competencia	Deliz, Andres dc, crepes
	C. Soluciones principales y alternativas	Innovación por el espacio natural en un lugar tecnológico
	D. Tendencias del mercado	Restaurantes para distraerse
	E. Arquetipo de la Marca	El gobernador
Segundo Paso: Realidad psicológica de la Marca	A. Percepción de las marca de la competencia	Prestigioso
	B. Identificar variables del neuromarketing	Olor del restaurante y sus alrededores
Tercer Paso: Posicionamiento	A. Identificar Top of mind	Deliz
	B. Identificar Top of heart	Müy
Cuarto Paso: Realidad Material de la Marca	Traducir nuestra propuesta de valor en la marca	tecnología y naturaleza en un mismo lugar
Quinto Paso: 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	Concursos, promociones, interacción con público, historias y videos.



7. Marketing digital

Landing page Garden Tech: <https://gardentech2020.wixsite.com/misitio-1>

Página web



Dispositivo móvil



Estrategia de marketing digital

Para generar nuestra estrategia de marketing y diferentes campañas publicitarias, Garden Tech ha escogido la red social de Instagram como principal fuente para generar marketing digital. Esta red social además de ser una de las redes sociales más usadas, gran parte de sus usuarios jóvenes, nos brinda diversas ventajas a la hora de generar publicidad, además nos permite tener un mejor acercamiento con nuestros seguidores, clientes y posibles clientes, una de estas opciones es por medio de las historias en Instagram, puesto que cuenta con diferentes herramientas, como encuestas, votaciones, sugerencias o preguntas, entre otras opciones,

además de ser fáciles de usar, generan una mejor interacción con los seguidores, además permite evaluar muy fácilmente los resultados, estadísticas y crecimiento de nuestra página.

Instagram también facilita la posibilidad de integrar con facebook, otra de las redes sociales más usadas. Es decir que se puede generar contenido desde instagram y la integración permite directamente también ser publicada en facebook. Por otro lado, la posibilidad de poder pautar con diferentes influencer o creadores de contenidos, en la actualidad es más común que se haga por esta red social, esta también es otra de las propuestas considerada, las cuales creemos que se puedan llevar a cabo con mayor éxito por la red social de instagram puesto que pueden ser desarrolladas de una mejor manera, más rápida e interactiva con los seguidores, pensando también en concursos y este tipo de metodologías para darnos a conocer, las cuales son más fáciles de llevar a cabo por esta red social.

Instagram: @gar.dentech <https://www.instagram.com/gar.dentech/>

The screenshot shows the Instagram profile for 'gar.dentech'. At the top, the name 'gar.dentech' is displayed with a dropdown arrow, followed by a plus sign and a menu icon. Below this, the profile picture is a circular logo with a green leafy border and the text 'GARDEN TECH' in the center. To the right of the profile picture, the statistics are shown: '2 Publicaciones', '29 Seguidores', and '0 Seguidos'. The bio section reads: 'Garden Tech 🌿', 'Restaurante', 'Garden Tech nace de la idea de ofrecer un buen servicio, rápido, con avances tecnológicos y con un ambiente natural a cielo abierto. 🌿', 'Visítanos 🍷', and 'gardentech2020.wixsite.com/misitio-1'. Below the bio, there are three buttons: 'Editar perfil', 'Promociones', and 'Estadísticas'. At the bottom left, there is a small circular icon with a green leaf and a black square, and at the bottom center, there is a plus sign icon with the word 'Nueva' below it.

8. Métricas clave



Interacciones (i)



Instagram Garden Tech, resultados de contenido

Seguidores	29
Publicaciones	2
historias 4	4
Publicación 1	6 Me gusta 0 Comentarios
Publicación 2	21 Me gusta 8 Comentarios
Historia 1	3 Vistas 0 Interacciones
Historia 2	7 Vistas 1 Interacción
Historia 3	15 vistas 2 Interacciones
Historia 4	12 vistas 1 Interacción

CAC(customer adquisition cost):

CAC=Gasto total de captación de clientes/Número de clientes captados

CAC= 0/25

CAC=0

LTV(life time Valué):

LVT= \$45.000 por visita

9. Ubicación o localización de Garden Tech

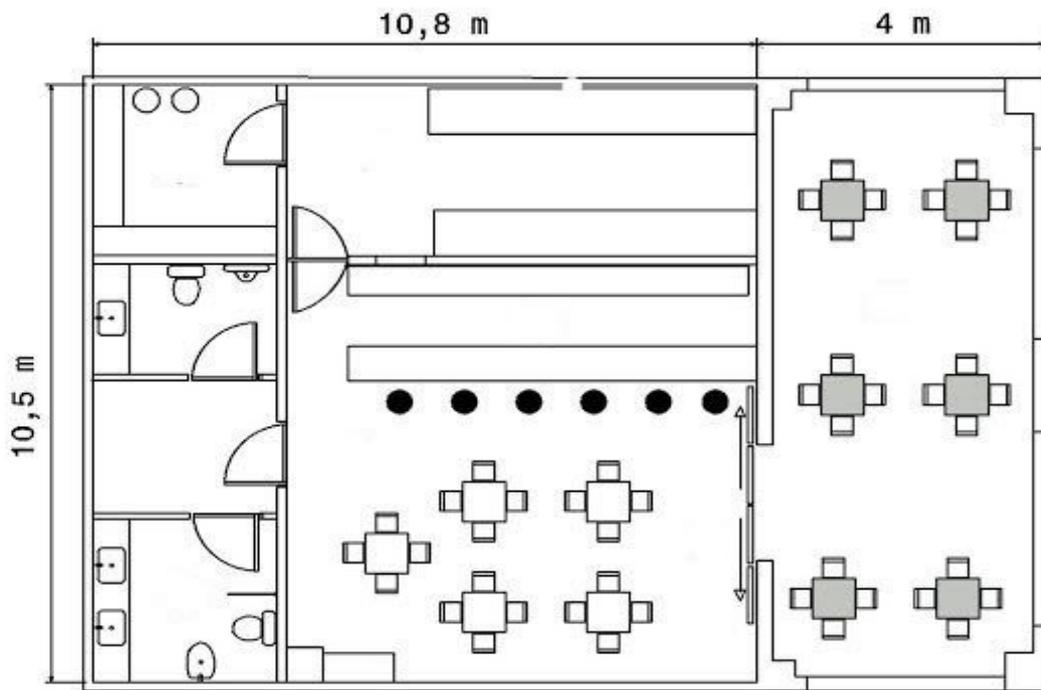
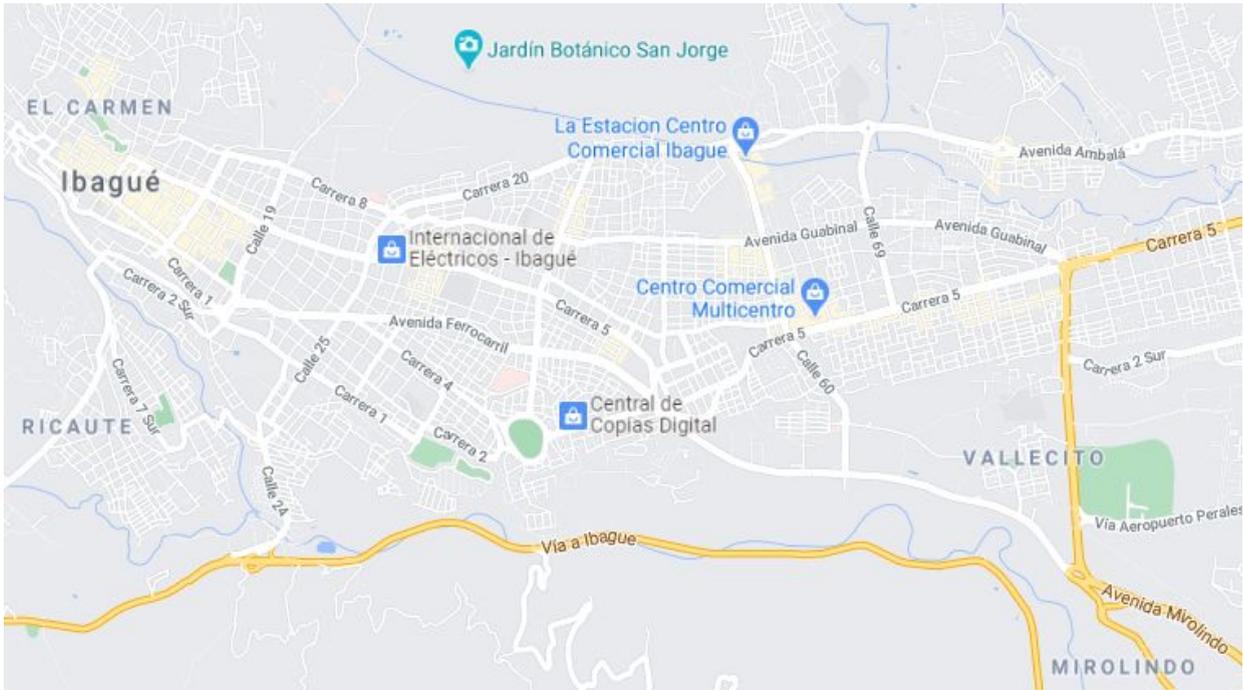
Garden Tech estará ubicado en la ciudad de Ibagué Tolima, en el centro la ciudad, lugar que permite varios beneficios los cuales como empresa aprovechamos al máximo, inicialmente en Ibagué no hay un restaurante bar con dichas características, tales como la tecnología que es uno de nuestros más grandes plus, este nos permite ser novedosos en nuestro servicio y atraer la clientela. Garden Tech se ubica en el centro de la ciudad, puesto que es un lugar que nos brinda una visión con prestigio y reconocimiento para nuestros clientes, ya que es uno de los lugares más transcurridos por los habitantes de Ibagué, buscando así una ubicación central y muy conocida por nuestros clientes.

Se cuenta con una localización urbana con el ambiente indicado para nuestro restaurante bar, ambiente que permite atraer a nuestros clientes, por otro lado, por ser el centro de la ciudad es muy fácil llegar desde cualquier parte o localización de toda la ciudad, contando con diferentes medios de transporte que brindan a nuestra clientela la facilidad de llegar al lugar, cerca de nuestro Garden Tech se encuentra la estación de policía central de la ciudad, brindando confianza y seguridad, además de esto la estación de bomberos se encuentra a máximo 20 minutos de nuestra ubicación, la ciudad también brinda un excelente servicio de agua, energía eléctrica, gas, y servicio telefónico. La localización de Garden Tech cuenta con un clima y ambiente adecuado para ofrecer nuestro servicio, puesto que además de encontrarse en un lugar muy comercial, contamos con condiciones topográficas óptimas.

Garden Tech es un restaurante, amplio, cómodo, limpio y sobre todo muy agradable gracias a nuestro cielo abierto, cumpliendo con los requisitos mínimos definidos en la Ley

300 de 1996 como “aquellos establecimientos comerciales en cabeza de personas naturales o jurídicas, cuya actividad económica esté relacionada con la producción, servicio y venta de alimentos y bebidas para consumo. Además, podrán prestar otros servicios complementarios” De igual forma la Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS-TS 004 define específicamente “bar” así: “Establecimiento de comercio que expende bebidas alcohólicas para consumo dentro de sus instalaciones y que brinda entretenimiento” Con ciertos requerimientos los cuales deben ser cumplidos para poder funcionar.

Además de ofrecer un lugar estratégico que brinda diversas posibilidades de comercialización, la ubicación también permite un acceso rápido y eficiente con nuestros proveedores, debido a que Garden Tech utilizará productos de la región, apoyando a los agricultores del Tolima, por otro lado, los productos que serán traídos de otra ciudad, por lo general, serán transportados desde la ciudad de Bogotá, la cual se encuentra cerca de Ibagué, aproximadamente a unos 200km, esto también nos permite estar abastecidos en todo momento para ofrecer un servicio de calidad, en cuanto a la alimentación o bebidas. El restaurante contará con las medidas de 10.5 metros por 14.8 metros, ideal para ofrecer un servicio de calidad, para ellos requerimos de un espacio físico, amplio y cómodo que nos facilite prestar nuestro servicio.



9.1 Requisitos de inversión

Tabla 7

Tipo de Activo	Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Requisitos Técnicos**
Estructura y adecuaciones	Lote	1	\$ 1.500.000	Contrato de arrendamiento por un año con opciones de compra.
	Adecuaciones al local	-	\$ 1.350.000	Contrato para el personal de la mano de obra.
	Cuarto frio	1	\$ 2.000.000	Contrato para el personal de la mano de obra.
Maquinaria y equipos	Cocina industrial	1	\$2.300.00	Revisar los respectivos requerimientos en el local con relación al espacio y energía eléctrica.
	Freidora industrial	1	\$650.000	“”
	Horno industrial	1	\$830.000	“”
	Asadores	2	\$420.000	“”
	Refrigeradores	3	-	Realizar los respectivos convenios con empresas de bebidas o gaseosas en el país.
	Licorera	1	\$380.000	Realizar las adecuaciones y medidas con el personal de la mano de obra.
Equipo de comunicación y computación	Sistema de wifi ilimitado	1	\$70.000	Acuerdo con la empresa de comunicaciones

	Timbre para el llamado al personal	1	\$54.000	Disefñar método innovador
	Tablet	40	\$300.000	Recordar precio por compras al por mayor.
	Computadores	2	\$1.200.000	Tener en cuenta el almacenamiento y el procesador
	Parlantes	2	\$350.000	Revisar respectivos requerimientos para la instalación
	Sistemas para lector códigos QR	1	\$200.000	Disefñar método innovador para la difusión del menú y otros aspectos tecnológicos del restaurante
Muebles y enseres	Indumentaria de cocina	-	\$15.0000	Analizar calidad y confiabilidad, analiza métodos de pago
	Mesas	50	\$80.000	Lograr acuerdo por compra al por mayor
	Sillas	50	\$30.000	“”
	Muebles	5	\$200.000	Recomendaciones con respecto al espacio
Otros (Herramientas)	Enseres de aseo	-	\$150.000	
Costos pre operativos	Consultoría legal en relación al arriendo del local	1	\$300.000	Especialidad y total conocimiento en el tema por parte del abogado.
	Consultoría legal en relación a papeles para el funcionamiento	1	\$300.000	“”

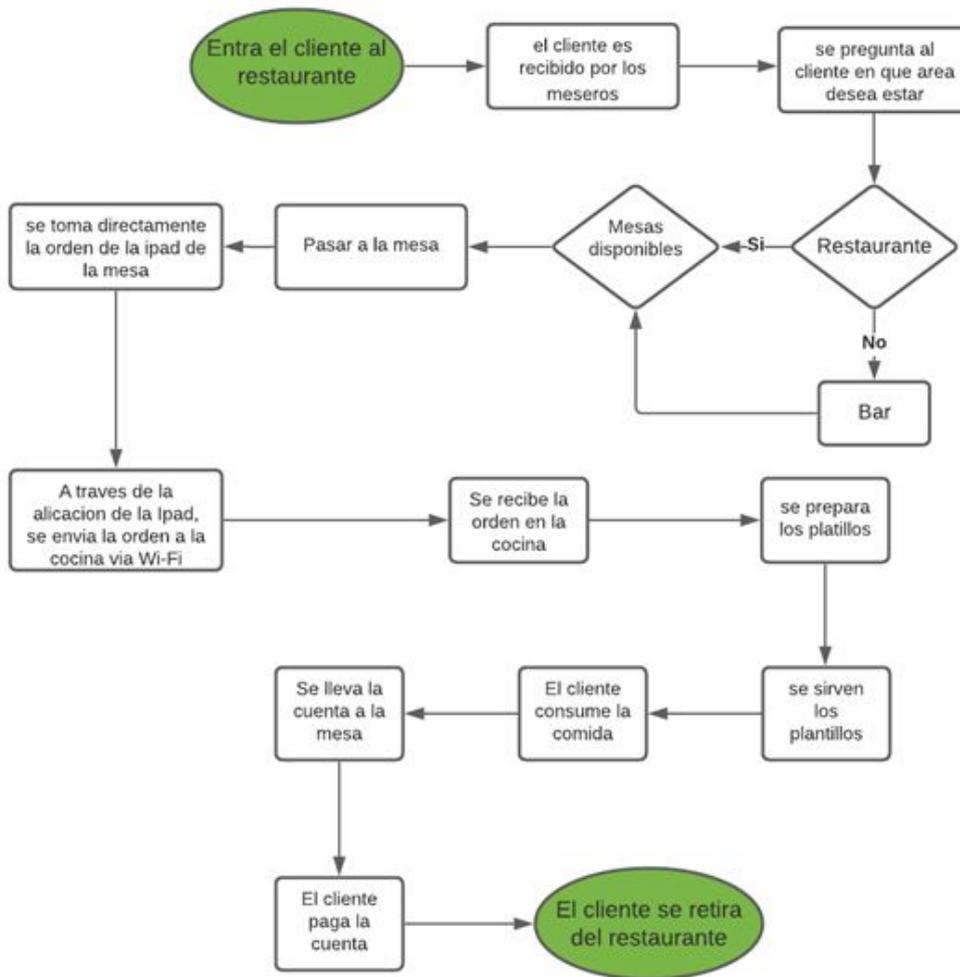
	consultoría legal en relación a la nómina	1	\$300.000	“”
--	---	---	-----------	----

10. ESTUDIO TECNICO II

Haciendo el debido análisis de los procesos para el restaurante Garden Tech, determinamos que para fines prácticos del trabajo, las operaciones se dividirán en tres: el proceso de servicio, proceso de la cocina, y proceso de abastecimiento. Cada uno de los procesos se presentará con diagramas de flujo.

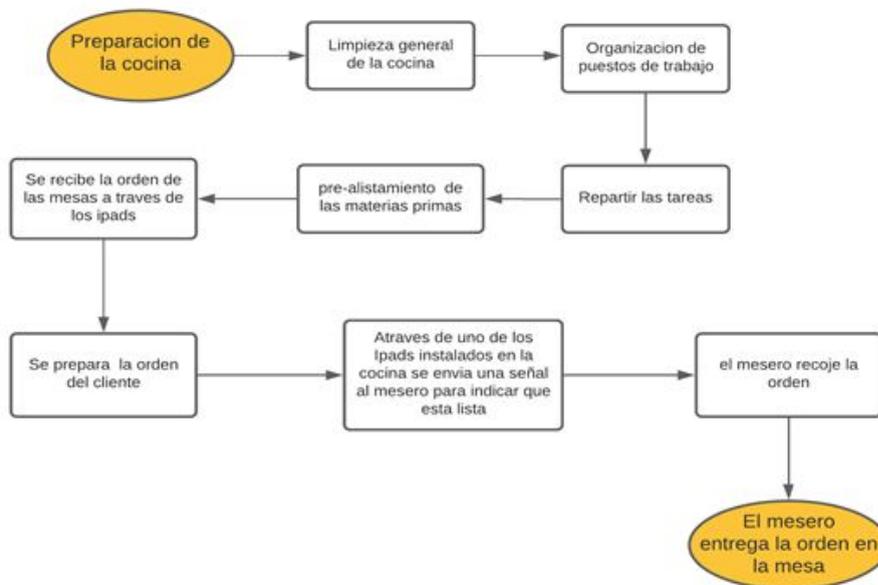
PROCESOS DE SERVICIO

El restaurante abrirá todos los días, en el horario de servicio será de 11:00pm a 22:00hrs de lunes a jueves, de viernes a domingo horario de atención será de 11:00am a 24:00hrs, en caso de ser necesario se pagan horas extra a los empleados o se harán cambios de turnos.



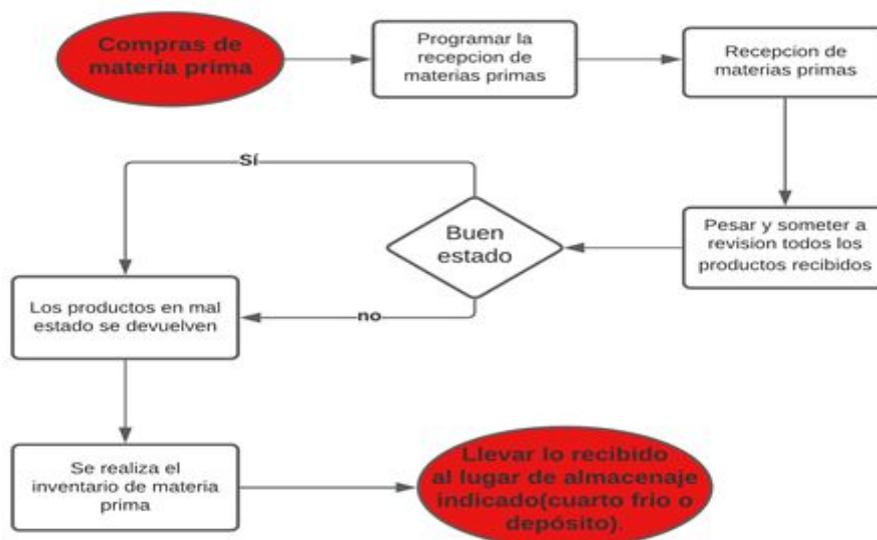
PROCESO DE COCINA

Para Garden Tech los puntos clave del proceso en la cocina son: la Organización, el trabajo en equipo, coordinación, comunicación efectiva.



PROCESO DE ABASTECIMIENTO

El proceso de abastecimiento es muy importante para nosotros ya que implementamos la gestión de calidad en las materias primas que se necesitan para los platillos de nuestro restaurante, en este proceso verificamos que las materias primas que lleguen serán revisadas, pesadas y almacenadas en las diferentes áreas de almacenamiento.



10.1 Requerimientos de operación en el proceso de producción de Garden Tech, el cual está basado en el proceso de producción a la hora de preparar los platillos ordenados y ser entregados a los clientes.

Tabla 8

Servicio: Restaurante y Bar Garden Tech				
Unidades a producir: 60 platillos diarios				
Actividad del proceso	Tiempo estimado de realización (minutos/horas)	Cargos que participan en la actividad	Número de personas que intervienen por cargo	Equipos y máquinas que se utilizan, capacidad de producción por máquina(cantidad de producto/unidad de tiempo)
Pedido de materias primas	1 hora	Jefe de producción	1	Teléfono inteligente
Recepción de materias primas	1 hora	Operario	2	Pesa, máquina para transporte de alimentos
Almacenamiento de las materias primas	90 min	Operario	3	Neveras, estantes, cuarto frio
Elaboración de productos	8 horas, turnos rotativos	Cocinero	4	Estufas, hornos, licuadoras, extractores, picadoras
Servicio rápido	Despachos 15 minutos y domicilio 30 minutos.	Jefe de servicio al cliente	2	Transporte
Mantenimiento	2 horas	operario	2	Hidrolavadora
Total				

11. FICHA TÉCNICA DEL SERVICIO

Tabla 9

	<h1>Garden Tech</h1>		
	CÓDIGO:11034	VERSIÓN: N: 001	FECHA: 14/11/2020
<h2>FICHA TÉCNICA DEL SERVICIO</h2>			
A. NOMBRE DEL SERVICIO (Defina el nombre del servicio)			
<p>El nombre el cual decidimos ponerle a nuestro servicio de restaurante-bar, va de acuerdo a lo que se le ofrecerá al cliente, principalmente nuestra innovación está basada en la alta tecnología, la ambientación del lugar y el servicio al cliente por esta razón el nombre de nuestro servicio es Garden Tech- Restaurante Bar.</p>			
B. OBJETIVO			
<p>Objetivo general:</p> <p>Brindar a nuestros clientes, desde nuestra apertura, una experiencia gastronómica única e inolvidable en un espacio natural, con tecnología y entretenimiento para pasar un rato del día agradable.</p> <p>Objetivos específicos:</p> <ul style="list-style-type: none">● Brindar un sitio que permita conocer y aprender de las nuevas tendencias tecnológicas, mediante diversos aparatos inteligentes y acciones de ellos. (Desde la apertura)● Hacer impacto con las nuevas opciones que brinda la tecnología y ser pioneros en la innovación de restaurantes, bar, logrando que este se vuelva en un lugar agradable y de descanso. (De 1 a 2 meses).● Ser reconocidos en toda la ciudad y convertimos en uno de los restaurantes que las personas tomen como primera opción para ir. (De 4 a 8 meses).● Llegar a ser reconocidos a nivel nacional por nuestro excelente servicio y por la tecnología que manejamos en medio de un ambiente de naturaleza (De 1 año a 2 años).			

C. METODOLOGÍA

Garden Tech es un Restaurante Bar - tecnológico, donde se le ofrece al cliente interactuar con herramientas tecnológicas a la hora de consumir nuestros productos mientras están en un ambiente rodeado de naturaleza. Se integrará a cada mesa una Tablet donde se le permitirá interactuar a la hora de ordenar un plato, bebida o la cuenta. El cliente podrá seleccionar el menú, haciendo su pedido con unos clics, y ver el estado de este. También podrá escoger la música que desea escuchar, tipo rockola; por último, para retirarse del lugar tendrá la opción de ordenar su servicio de transporte (Taxi, Uber), si lo requiere.

Nuestros clientes potenciales serán personas de la ciudad de Ibagué, que quieran pasar un rato agradable con buena comida y bebidas, ya sea en la tarde o noche. Esta iniciativa surge debido a que la mayoría de restaurantes de la zona, tardan en tomar los pedidos de los clientes y surgen muchas dudas de si ya está preparado y en cuánto tiempo será entregado.

Con nosotros el pedido llegará inmediatamente el cliente lo realiza a cocina, gracias a nuestros aparatos tecnológicos donde se realizará el pedido y podrá ver cómo va el proceso y el tiempo de entrega. Nuestro restaurante será preferido por su ambientación, los pequeños detalles y la calidad del servicio.

D. DESCRIPCIÓN GENERAL

Garden Tech nace de la idea de ofrecer un buen servicio, rápido, con avances tecnológicos y con un ambiente natural a cielo abierto. En este lugar, quienes visiten o vivan en la ciudad de Ibagué, podrán satisfacer algunas necesidades como la alimentación y podrán fortalecer relaciones con familiares y amigos, en un ambiente cómodo e innovador.

satisfacer a los clientes y brindarles un espacio diferente y agradable, combinando la tecnología con la naturaleza y buenos alimentos.

D. DURACIÓN

El restaurante abrirá todos los días, en el horario de servicio será de 11:00pm a 22:00hrs de lunes a jueves, de viernes a domingo horario de atención será de 11:00am a 24:00hrs, en caso de ser necesario se pagan horas extra a los empleados o se harán cambios de turnos. Ofreciendo los siguientes servicio:



E. ENTREGABLES



G. PERFIL DEL CLIENTE

Nuestros clientes potenciales serán personas de la ciudad de Ibagué, que quieran pasar un rato agradable con buena comida y bebidas, ya sea en la tarde o noche. Esta iniciativa surge debido a que la mayoría de restaurantes de la zona, tardan en tomar los pedidos de los clientes y surgen muchas dudas de si ya está preparado y en cuánto tiempo será entregado.



Nuestro perfil va enfocado en:

- Mujeres y hombres en la edad de 18 a 45 años.
- Personas económicamente activas, comúnmente empleados.
- Nivel Socioeconómico medio-alto en adelante.
- Personas que quieran vivir nuevas experiencias con un servicio de calidad.

G. PERFIL DE QUIEN ENTREGA EL SERVICIO

CARGO EN LA EMPRESA	DESCRIPCIÓN DEL CARGO
GERENTE - PROPIETARIO	Planea, organiza, dirige y supervisa las diversas labores que comprende el área financiera, área de producción, sala de ventas y recurso humano.
ADMINISTRADOR	Planea, organiza, dirige y supervisa las diversas labores que comprenden el recurso humano y controla las compras y los inventarios.

RESPONSABLE DE MESAS	Responde por la atención y servicio al cliente en mesas	
MESEROS	Responde por la atención y servicio al cliente en mesas	
RESPONSABLE DE COCINA	Responde por la preparación de los platos y el correcto funcionamiento del área de cocina.	
AUXILIAR DE COCINA	Apoya las actividades que delega el responsable de cocina.	
RESPONSABLE DE CAJA	Responde por el manejo de los dineros que ingresan diariamente en caja, toma los pedidos de domicilios y los tramita.	
AUXILIAR DE CAJA	Apoya el registro de ventas, toma los pedidos de domicilios y los tramita.	
DOMICILIARIOS	Realiza la entrega de los domicilios en óptimas condiciones y en los tiempos establecidos según la zona	
JEFE DE MANTENIMIENTO Y ASEO	Verifica y garantiza que el aseo de las instalaciones de la empresa se cumpla.	
Firma del responsable del servicio:	Nombre del Responsable del servicio	Firma:

12. PMV

¿Que problema estas tratando de resolver?	¿Quién es tu público objetivo?
 <p>Lástima que la mesa no este decorada adecuadamente para tu celebración de cumpleaños</p>	 <p>Quisiera poder reservar para fechas especiales</p>
<p>Explicar el proceso para realizar una reserva de cumpleaños</p>	<p>Personas que deseen celebrar una ocasión especial en el restaurante</p>

Create your own at [Storyboard That](https://www.storyboardthat.com)

¿Cómo resolverás este problema?



Vamos a hacer un vídeo explicativo en nuestras redes sociales, para que la gente se informe de cómo puede hacer una reserva en el restaurante

Cuál es el primer paso?



Informar por medio de un post e historias que existen las reservas en Garden Tech

CONCLUSIONES Y

RECOMENDACIONES

BIBLIOGRAFÍA

- <https://www.esic.edu/rethink/comercial-y-ventas/cierre-de-ventas-en-ecommerce-estrategias-para-facilitar-la-conversion>
- <https://www.juancmejia.com/marketing-digital/20-modelos-de-negocio-en-internet-los-tipos-de-negocios-mas-rentables-online/>
- <https://asobares.org/>
- <https://blogempresas.masmovil.es/permisos-necesarios-abrir-restaurante/>
- <https://empresite.economistaamerica.co/Actividad/SECTOR-INDUSTRIAL/localidad/IBAGUE>
- https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/Resoluci%C3%B3n%20NO.%201569%20de%202020.pdf

