



BAR RESTAURANTE DIMALI

INTEGRANTES:

JENNY CAROLINA ÁVILA ÁVILA

KARINA BELEÑO ARTEAGA

DIANA MARCELA LINARES PINILLA



BaRestaurante Dimali



BaRestauranteDimali

DOCENTES:

JAIDER ANTONIO MARTINEZ

PIEDAD FRANCO AGUDELO

RAUL ANDRES VILLAMIL VANEGAS

JHON ALEXANDER GONZALEZ

CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACION SUPERIOR-CUN

TECNOLOGÍA DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA 5 SEMESTRE

CREACIÓN DE EMPRESAS 2

BOGOTA D.C.

NOVIEMBRE 2020

COMPROMISO DE LOS AUTORES

Yo, Diana Marcela Linares Pinilla con cédula de identidad 1.020.722.558 de Bogotá, Jenny Ávila Ávila con cédula de identidad 1.018.450.589 de Bogotá y Karina Beleño Arteaga con cédula de Ciudadanía 1.072.664.429 de Chía- Cundinamarca y alumnas del programa académico Tecnología de gestión administrativa, declaramos que:

El contenido del presente documento es un reflejo de nuestro trabajo personal y manifestamos que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, somos responsables 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: _____



Firma: _____



Firma: _____

Tabla de contenido

INTRODUCCIÓN	11
1. DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO	12
1.1 ¿Cuál es el producto o servicio?	12
1.2 ¿Quién es el cliente potencial?.....	12
1.3 ¿Cuál es la necesidad?.....	13
1.4 ¿Cómo?.....	13
1.4.1 Zona Geográfica.....	13
1.4.2 Modo de funcionamiento confiable y bioseguro	14
1.4.3 Página web.....	15
1.5 ¿Por Qué Lo Preferirían?.....	16
2. MODELO DE NEGOCIO	17
2.1 Estructure la idea de negocio y defina el negocio a través del siguiente lienzo:.....	17
2.1.2 Escoja un modelo de negocio de ventas por Internet y responda estas preguntas:.....	20
2.2.1.¿Cómo captará sus clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?	20
2.2.2 ¿Cómo y qué alternativas ofrecerá a los clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?	20
2.2.3 ¿Cómo cerrará la venta por Internet y cuáles podrían ser los métodos de pago utilizados acorde al modelo?	21
3. INNOVACIÓN SOSTENIBLE Y ECOLÓGICA	22
3.1 Producto o servicio ¿el producto tiene un ecodiseño?	22
3.2 Marketing ¿realiza algún tipo de campaña que favorezca al medio ambiente?	22
3.4 Agua	23
3.5 Energía.....	24
3.6 Materias primas.....	26
3.7 Emisiones.....	29
3.8 Residuos	30
4. ANÁLISIS DEL SECTOR	30

4.1 Estrategia océano azul	30
4.1.1. Identifique quién es su competencia	30
4.1.2. Defina las variables importantes para su idea de negocio	31
4.2 ANÁLISIS DE PORTER	34
4.2.1 Poder de negociación con los clientes.	34
4.2.2 Poder negociación con los proveedores.	35
4.2.3 Amenaza de productos sustitutos.	35
4.2.4 Amenaza de productos entrantes.....	36
4.2.5 Rivalidad entre los competidores.....	37
5. MARKETING MIX	38
5.1 Estrategias de producto para el cliente	38
5.1.1. Física, química, Técnica:	38
5.1.2. Calidad:.....	38
5.1.3 Infografía con el paso a paso de bioseguridad.....	39
5.1.3.1 Proceso de manipulación de alimentos.....	40
5.1.4 Protocolo de bioseguridad en las entregas de domicilios:	41
5.1.5 Estándares de Calidad	42
5.1.6 Envase: elemento de protección del que está dotado el producto y tiene junto al diseño un gran valor promocional y de imagen	42
5.1.7. Diseño:.....	43
5.1.8. Estructura Jerárquica	44
5.1.9 Redes sociales	44
5.1.10 Servicio:.....	45
5.1.11 Valores Institucionales:	46
1. Responsabilidad:	46
2. Transparencia y honestidad:	46
3. Calidad:.....	46
4. Eficiencia:.....	46
5. Innovación:	46
6. Trabajo en Equipo:	47

7. Compromiso social y ambiental.....	47
Compromiso ambiental:	47
5.1.12 Proceso del domicilio:	49
5.1.13 Portafolio	50
5.2 ESTRATEGIAS DE PRECIOS	56
5.2.1. Costeo de menú	58
5.3 Estrategia de distribución	62
5.4 Estrategia de comunicación	62
5.4 .1 Publicidad:	62
5.4.2 Promoción de venta.....	62
5.4.3 Marketing Directo	63
5.4.4 Relaciones Públicas:.....	65
5.4.5 Marketing Mix	65
6. MATRIZ DE DESARROLLO DE LA MARCA	65
8. LOGO CREADO EN WIX	66
7.1 LOGO CREADO POR EL EQUIPO DE TRABAJO Y LOGO FINAL DEL NUESTRO PROYECTO	66
8. MARKETING DIGITAL	67
9. MÉTRICAS CLAVES	67
ESTUDIO TECNICO	68
9.1 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	69
10. INFRAESTRUCTURA:	71
¿Para el funcionamiento del negocio es necesario un lugar físico de operación?.....	72
ESTUDIO TECNICO II	72
11. INGENIERIA DEL PROYECTO	72
11.1 Flujograma de procesos de producción de entradas y bocaditos	73

11.1.2	Flujograma de proceso y producción de las comidas rápidas gourmet.....	74
11.1.3	Flujograma de proceso de producción de los menús de ocasiones especiales.....	75
11.1.4	Flujograma de procesos de producción de acompañamientos.....	76
11.1.5	Flujograma de procesos de producción de bebidas.....	77
11.2	¿Qué materia prima o insumos necesita para la elaboración del producto?.....	78
11.2.1	Platos: Entradas y Bocaditos.....	78
11.2.2	Plato: Comidas rápidas gourmet.....	79
11.2.3	Plato: Menús ocasiones especiales.....	80
11.2.4	Acompañamientos.....	81
11.2.5	Bebidas.....	82
11.3	TABLA DE REQUERIMIENTOS	83
	ESTUDIO TÉCNICO III	85
12.	FICHAS TÉCNICAS	85
	LANZAMIENTO DE PRODUCTO MÍNIMO VIABLE	97
13.	STORYBOARD	97
	WEBGRAFÍA	98

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Lienzo del modelo de negocio.....	17
Tabla 2. Análisis del sector.....	32
Tabla 3. Costos de producción.....	56
Tabla 4. Comparación De Precios.....	57
Tabla 5. Requerimientos de Operación.....	69
Tabla 6. Tabla de requerimientos.....	83

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Zona Geográfica.....	13
Figura 2. Zona geográfica satelital.....	14
Figura 3. Redes Sociales.....	15
Figura 4. Logo.....	22
Figura 5. Campaña Ecológica.....	22
Figura 6. Empaques.....	28
Figura 7. Recipientes.....	28
Figura 8. Contenedores.....	29
Figura 9. Grafica análisis de la competencia.....	33
Figura 10. Higiene y prevención.....	39
Figura 11. Proceso de manipulación de alimentos.....	40
Figura 12. Protocolo entrega de domicilios.....	41
Figura 13. Envases y empaques biodegradables.....	42
Figura 14. Organigrama Bar restaurante Dimali.....	44
Figura 15. Redes sociales Bar restaurante Dimali.....	44
Figura 16. Categorías de Servicios Bar restaurante Dimali.....	45
Figura 17. Plano Bar Dimali.....	48
Figura 18. Proceso de domicilio.....	49
Figura 19. Portafolio Bar restaurante Dimali.....	50
Figura 20. Presentación.....	50
Figura 21. Quienes somos.....	51
Figura 22. Nuestros servicios.....	51
Figura 23. Programación de actividades.....	52
Figura 24. Información calendario de programación.....	52
Figura 25. Entradas y Bocaditos.....	53
Figura 26. Comidas rápidas gourmet.....	53
Figura 27. Menú ocasiones especiales.....	54
Figura 28. Platos.....	54
Figura 29. Bebidas.....	55
Figura 30. Combos.....	55
Figura 31. Costeos de materia prima 1.....	58
Figura 32. Costeo materia prima 2.....	59
Figura 33. Costeo materia prima 3.....	60
Figura 34. Costeo materias primas 4.....	60
Figura 35. Costeo Mano de obra directa e indirecta.....	61
Figura 36. Canales de distribución.....	62
Figura 37. Logo en wix.....	66
Figura 38. Logo Bar restaurante Dimali.....	66
Figura 39. Métricas Facebook empresarial.....	67

Figura 40. Plano Bar restaurante Dimali	71
Figura 41. Flujograma de procesos de producción de entradas y bocaditos.....	73
Figura 42. Flujograma creado para proceso y producción comidas rápidas gourmet.....	74
Figura 43. Flujograma creado de la producción de menús ocasiones especiales	75
Figura 44. Flujograma creado para procesos de producción	76
Figura 45. Flujograma creado para proceso de producción de bebidas	77
Figura 46. Listados de insumos requeridos por categoría de producto.....	78
Figura 47. Listados de insumos requeridos comidas rápidas gourmet.....	79
Figura 48. Listados de insumos entradas y ocasiones especiales.....	80
Figura 49. Listado de insumos acompañamientos	81
Figura 50. Listado de insumos para bebidas.....	82
Figura 51. Ficha técnica entradas y bocaditos	85
Figura 52. Ficha técnica comida rápidas gourmet.....	88
Figura 53. Ficha técnica menú ocasiones especiales.....	90
Figura 54. Ficha técnica bebidas	93
Figura 55. Ficha técnica servicio.....	95
Figura 56. Storyboard.....	97

INTRODUCCIÓN

Mediante el presente trabajo estamos dando a conocer el desarrollo de una idea de negocio, llevando a cabo un análisis e investigación de nuestro proyecto empresarial, de acuerdo a los lineamientos indicados por los docentes.

Nuestra idea de negocio surge con el fin de brindar un espacio diferente a las personas, para que puedan adquirir conocimiento sobre el variado mundo del arte y cultura de nuestro país, adicionalmente contribuye al reconocimiento de los artistas que muchas veces no son valorados.

Las personas podrán encontrar la fusión de la gastronomía, las bebidas, el arte y la cultura dentro de un contenido digital dinámico, cautivando su atención para que puedan tener una opción diferente de esparcimiento social desde la comodidad de su hogar.

1. DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

1.1 ¿Cuál es el producto o servicio?

Nuestro Servicio es brindar al cliente bebidas y comida rápida gourmet - comidas para ocasiones especiales dentro de un modelo de negocio e-commerce, buscando satisfacer las necesidad de consumo, y unificándolo con un espacio interactivo de presentaciones artísticas en escenarios de arte virtuales, que cautiven la atención del cliente sin que este tenga que salir de casa, logrando de esta manera satisfacer la necesidad de esparcimiento social que debido al confinamiento debemos enfrentar por estos días, adicionalmente ofreciendo nuevos conocimientos sobre el arte y cultura de nuestro país, contribuyendo al reconocimiento de los artistas que muchas veces no son valorados.

Las personas podrán encontrar la fusión de la gastronomía, las bebidas, el arte y la cultura dentro de un contenido digital dinámico, cubriendo las necesidades de fisiología y afiliación expuestas en la teoría de Maslow.

1.2 ¿Quién es el cliente potencial?

Personas mayores de 18 años que viven en la localidad de Usaqué en la ciudad de Bogotá, a los cuales les interesa el arte, la cultura y la buena comida, que muchas veces debido a su jornada laboral no cuenta con tiempo para cocinar, pero que igualmente conservan el distanciamiento social, para cuidar de su salud y la de su familia, haciendo uso de plataformas digitales para adquirir alimentos, bebidas y entretenimiento desde la tranquilidad de su hogar.

1.3 ¿Cuál es la necesidad?

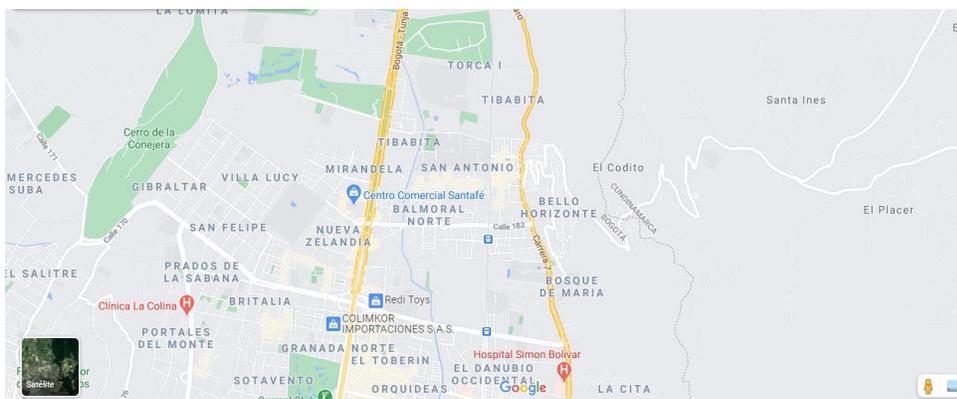
Con el fin de disminuir los altos niveles de estrés que enfrentan día a día las personas y que van en aumento debido a la situación que se presenta en la actualidad por el confinamiento, que de acuerdo a los estudios y encuestas realizados por la escuela de posgrado de la universidad Manuela Beltrán se evidencio un aumento del 75% en las consultas médicas por estrés debido a los trancones, obras, estado de las calles, la inseguridad y el ruido. Además de las restricciones que se generaron por la contingencia presentada a nivel mundial del Covid-19 que aumento en un 29% las consultas por síntomas de ansiedad y depresión.

Nuestra idea de negocio va enfocada en diseñar un lugar de esparcimiento virtual y adicionalmente cubrir la necesidad de proximidad social con familiares y amigos que nos permita brindarle al cliente una combinación entre cultura, arte, comida y bebidas con el fin de que tenga la posibilidad de socializar en el contexto de nuestra nueva normalidad.

1.4 ¿Cómo?

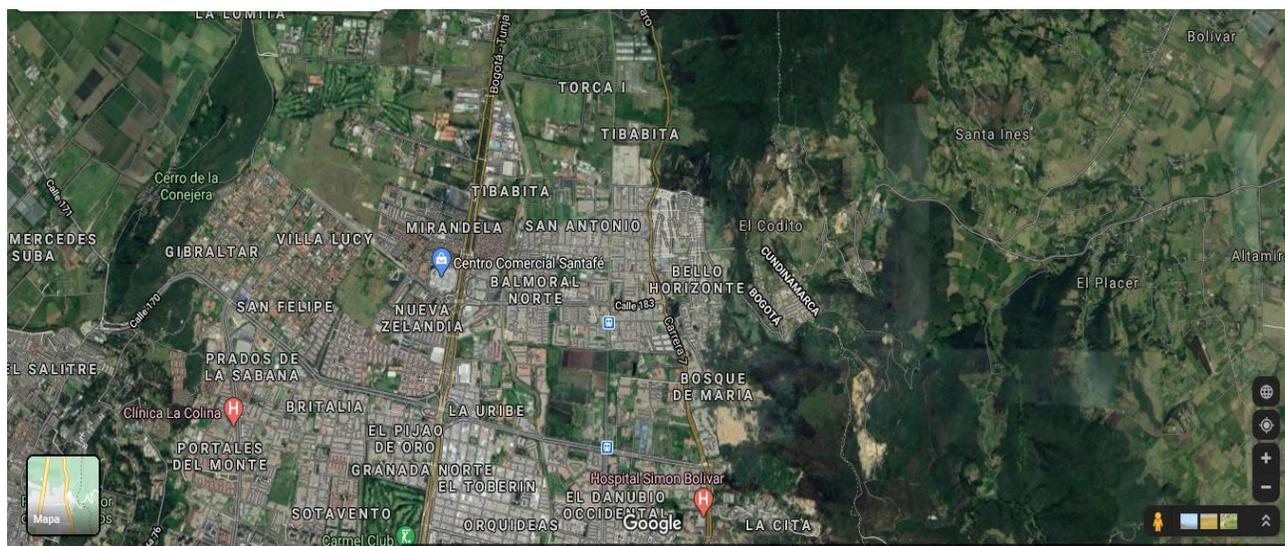
1.4.1 Zona Geográfica

Figura 1. Zona Geográfica



Nota: Tomado de Google Map

Figura 2. Zona geográfica satelital



Nota: Tomado de Google Map

Haciendo uso activo de nuestro local, cumpliendo con todas las normas de bioseguridad establecidas por el ministerio de salud, nuestra localización será en Cra. 7 No. 170, gracias a nuestra alianza estratégica con un aliado que tiene un establecimiento adecuado y no lo tiene en uso, el cual se encuentra en la localidad de **Usaquén** se ubica en el extremo nororiental de Bogotá y limita, al occidente, con la autopista Norte, que la separa de la localidad de Suba; al sur, con la calle 100, que la separa de la localidad de Chapinero; al norte, con los municipios de Chía y Sopo, y al oriente, con el municipio de La Calera.

1.4.2 Modo de funcionamiento confiable y bioseguro

Basándonos en un modelo de funcionamiento estructurado de la siguiente forma:

- Tener activo el protocolo de bioseguridad establecido por el ministerio de salud y todo lo correspondiente a las BPM en nuestro establecimiento.
- Equipos para medición de temperatura en el ingreso de los colaboradores del restaurante

- Uso de traje antifluido
- Proceso de desinfección los colaboradores
- lavado de manos constante
- Distanciamiento entre los colaboradores.
- Desinfección de los elementos de trabajo para evitar la contaminación cruzada
- Auditorias constante de las zonas de desinfección de alimentos e insumos
- Verificación y revisión permanente del proceso de embalaje y empaque de nuestros domicilios.
- Servicios ventas y postventa para confirmar la satisfacción de nuestros clientes

1.4.3 Página web

- Estableciendo una página web y vinculando nuestras redes sociales para la divulgación y publicidad de nuestra empresa.
- Contratar diseñador de nuestra página web para que genere una adecuada integración con nuestras redes sociales y manejo de nuestros contenidos en línea.

Figura 3. Redes Sociales



BaRestaurante Dimali



BaRestauranteDimali

1.5 ¿Por Qué Lo Preferirían?

Es un servicio innovador ya que el cliente además de recibir sus alimentos y bebidas a domicilio, cuenta con la posibilidad de ampliar sus conocimientos sobre el arte y la cultura por medio de una plataforma digital le estamos ofreciendo una experiencia única y contribuyendo al reconocimiento de los artistas que muchas veces no son valorados.

Los contenidos a los cuales podrán tener acceso nuestros clientes son webinars, talleres en línea, visitas en tiempo real de acuerdo al evento programado en el calendario y de acuerdo al cupo estipulado en la plataforma, con el fin de brindar una conectividad optima de nuestro servicio, si el cliente requiere ahondar en el tema de su interés tendrá la posibilidad de concertar capacitaciones en línea con los conferencistas mediante previa suscripción y pago en nuestra página web, generando de esta manera un vínculo directo con el artista.

Ofreceremos un servicio eficiente, con un alto estándar de calidad y bioseguridad manejando conceptos y temáticas diferentes para cada ocasión dando cubrimiento a las distintas expresiones de arte, ya que estas se exhiben individualmente y en ambientes poco adecuados.

De esta manera se fomentará el empleo con un concepto de responsabilidad social, debido a que actualmente contamos con artistas de edades avanzadas que muchas veces no son tenidos en cuenta en el campo laboral.

Y por otra parte les brindara a los artistas la posibilidad de contar con una plataforma que les permita exponer sus conocimientos, habilidades y obras.

2. MODELO DE NEGOCIO

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

Tabla 1. Lienzo del modelo de negocio

<p>Segmento</p> <p>¿Quiénes son los clientes?</p> <p>Personas mayores de edad años con poder adquisitivo, que requieran satisfacer su necesidad de esparcimiento consumo, por ejemplo, Universitarios, trabajadores de diferentes áreas administrativas, profesionales de diferentes campos.</p> <p>Segmento Demográfico: Personas mayores de 18 años, que vive en la ciudad de Bogotá</p> <p>Segmentación Psicográfica: personas a quienes les interesa el arte, la cultura y la buena comida y guardan el distanciamiento social, que para cuidar de su salud y la de su familia, desde la tranquilidad de su hogar. Personas que debido a su jornada laboral no cuenta con tiempo para cocinar.</p>	<p>Debe resolver problemas o satisfacer necesidades</p> <p>¿Cuál es la propuesta de valor?</p> <p>Nuestra propuesta de valor enfocada en diseñar un lugar de esparcimiento virtual y adicionalmente cubrir la necesidad de proximidad social con familiares y amigos que nos permita brindarle al cliente una combinación entre cultura, arte, comida y bebidas con el fin de que tenga la posibilidad de socializar en el contexto de nuestra nueva normalidad.</p>	<p>Arquitectura del servicio</p> <p>¿Cuáles son los recursos y procesos necesarios?</p> <ul style="list-style-type: none">● Productos como: Alimentos (y comida rápida gourmet - comidas para ocasiones especiales) Bebidas (alcohólicas, no alcohólicas y aperitivos) videos y presentaciones● Personal encargado de manejar la sección de comidas, personal del área comercial y personal domiciliario de distribución.● Página web y redes sociales como Instagram,
---	---	---

Segmentación conductual:
Personas que maneja plataformas virtuales e interesadas en establecer vínculos sociales a través de canales online con el fin de cuidar de su salud en esta nueva realidad

Segmentación por industria: Bar restaurante Dimali se encuentra ubicado en el sector gastronómico de la ciudad, donde actualmente hay una alta oferta de este servicio, lo cual es favorable de acuerdo al POT que proyecta el crecimiento progresivo de la ciudad, y contempla la construcción de nuevas viviendas, vías, colegios, universidades en esta la zona.

Facebook, y WhatsApp.

- Artistas urbanos como artesanos, escultores, pintores y cantantes.

<p>Costo y precio</p> <p>¿Cuáles son los costos para entregar una propuesta de valor?</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Arriendo ● Creación de página web ● Productos ● Salarios ● Costos operacionales ● Implementación de protocolos de bioseguridad ● Servicios públicos 	<p>Mecanismos de entrega</p> <p>¿Cómo se entrega la propuesta de valor?</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Página web ● Plataformas virtuales alternas de operadores de transporte. ● Servicio e-commerce 	<p>Ganancias esperadas</p> <p>¿Cómo generar ingresos y fuentes de financiación?</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Alianzas estratégicas con proveedores ● Capital semilla ● Fondos gubernamentales para el desarrollo económico ● Empresas aliadas ● Crowdfunding plataformas de préstamo o inversión (capital) de persona a persona.
--	--	--

<p>Recursos</p> <p>¿Cómo puede ser sostenible?</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Apostar por los productos ecológicos y locales ● Reducir la cantidad de residuos ● Se realizarán aportes de capital que 	<p>Fidelidad</p> <p>¿Cómo se puede generar relaciones con los clientes?</p> <p>Manejar presentaciones en la página lo más real posibles.</p> <p>Especificar claramente cada uno de los productos.</p> <p>Cumplir con las promesas de entrega.</p> <p>Ofrecer paquetes de promociones.</p>	<p>Cadena</p> <p>¿Qué alianzas estratégicas se pueden generar?</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Redeban ● Rappi ● Proveedores locales de: ● Elementos de bioseguridad ● cervezas Artes ● Productos de Panadería
---	--	--

<p>serán divididos en partes iguales entre los socios.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Mercadeo relacional 	<p>Fomentar espacios de interacción más amigables y de familiaridad.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Productos de Salsamentaria ● Cárnicos ● Frutas y verduras ● Empaques y embalaje ● Bavaria.
--	--	--

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

El equipo de trabajo de Bar restaurante Dimali selecciono el Modelo de venta E-learning

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

Captaremos nuestros clientes con el modelo de venta e-learning, el cual nos parece el más apropiado debido que le brinda la posibilidad a nuestros clientes y usuarios de adquirir conocimientos y experiencias de las diferentes temáticas artísticas y culturales que ofrece nuestra empresa. Adicionalmente podrá tener acceso a webinars, talleres en línea, visitas en tiempo real de acuerdo a nuestro aforo en la plataforma, capacitaciones a distancia si el cliente requiere ahondar en el tema, generando de esta manera un vínculo directo del cliente con el artista.

En donde como empresa será el canal entre cliente y artista, brindando una comisión para el artista de acuerdo al desarrollo de sus actividades y cumplimiento de contrato.

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

En nuestra plataforma digital ofreceremos una gran variedad de contenidos y temáticas de interés que logren abarcar el mayor número de público objetivo, en donde puedan tener experiencias únicas en todos los contextos mediante la virtualidad.

En el cual puedan vivir experiencias de interacción que satisfaga la necesidad de esparcimiento social que es de vital importancia dentro de nuestra sociedad debido a la situación de confinamiento que se vive en la actualidad.

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

Cerraremos la venta a través de la página web en donde estará habilitado un botón de pagos, se realizará la confirmación de la compra especificando los tipos de productos solicitados en pantalla.

Los medios de pago que se van a implementar son:

pago en línea: tarjeta débito / crédito

pago contra entrega: efectivo/ o tarjeta

3. INNOVACIÓN SOSTENIBLE Y ECOLÓGICA

3.1 Producto o servicio ¿el producto tiene un ecodiseño?

Si, contamos con ecodiseño llamativo, ya que queremos proyectar esa imagen que va de la mano con el cuidado y protección de nuestro planeta.

Figura 4. Logo



Nota: Creación propia de equipo de trabajo Dimali.

3.2 Marketing ¿realiza algún tipo de campaña que favorezca al medio ambiente?

Nuestra empresa con el ánimo de incentivar el cuidado del medio ambiente, estamos siempre procurando llevar implícito ese mensaje amigable con nuestro entorno, y que junto con nuestros clientes seamos un equipo.

Figura 5. Campaña Ecológica



Nota: Creación propia de equipo de trabajo Dimali

3.4 Agua

¿Usa eficientemente el agua?

El agua como recurso vital, es de suma importancia utilizarla de forma racional y con responsabilidad en nuestro negocio. Para ello tomaremos medidas que nos permitan mitigar el desperdicio de la misma.

¿como?

Acondicionar el espacio donde realizaremos nuestra actividad, adaptando grifos con temporizador y mecanismos ahorradores de agua. Adicionalmente en los sanitarios implementar tiradores de doble pulsación que permiten regular la cantidad de agua en las descargas

Grifos accionados a pedal. Ideales para cocinas de restaurantes, bares y cafeterías. Probablemente, los más eficaces e higiénicos.

Sistemas de Detector de movimiento: funciona con rayos infrarrojos, por lo que es necesario instalar grifos especiales y usar pilas que proporcionen energía para la activación del sistema.

– Imanes: una palanca metálica que sale de la llave puede ser movida para dejar salir el agua momentánea o constantemente.

– Aireadores: regulan el caudal desde el agujero del grifo que permite la salida del agua.

Aplicar un plan de acción oportuno en caso de fugas y daños de tuberías

Incluir en mensajes alusivos al consumo eficiente del agua en el establecimiento

Comprar maquinaria eficiente de limpieza

Comprar productos eficientes de limpieza que no comprometan el medio ambiente, uso de detergentes que no producen demasiada espuma

Optimizar los procesos en la cocina en el momento de la elaboración de los platillos

Comunicar y formar continuamente a los colaboradores para incentivar el consumo racional del agua en el establecimiento.

3.5 Energía

¿Reduce el consumo de energía?

Si, ya que es importante ser amigable con el medio ambiente y de paso reducir costos.

¿como?

Uso de equipos ecoeficientes hornos y refrigeradores energy Star

limpieza y mantenimiento regular de los equipos

uso de bombillos LED las incandescentes halógenas y las bombillas CFL son algunas opciones que utilizan menos energía. No olvides reemplazar las luces de los baños, la sala y la cocina.

Acondicionamiento de techos que permitan el paso de luz natural Estructura con varios ventanales

Reducir la temperatura ambiente en tu cocina con campanas de condensación aparatos de aire acondicionado

Apagar los equipos que estén inactivos

Distribución y ubicación adecuada de equipos en la cocina para que sea más eficiente el uso de la energía

Control en las facturas de la energía de acuerdo a plan de acción para verificar el consumo permanente.

Adaptación de Paneles solares

¿Qué equipos utiliza?

Cocina

Hornos

refrigeradores

estufas

licuadoras

batidoras

Freidoras

campanas de condensación

aparatos de aire acondicionado

Oficina

Computadores

Impresoras

teléfonos

¿Qué medios de transporte utiliza?

Moto eléctrica

Bicicletas

3.6 Materias primas

¿Reduce los insumos?

Si, gracias a la optimización de los mismos, en el proceso de elaboración de los alimentos se evalúan cantidades para determinar si las porciones preparadas están siendo acorde a la demanda.

Minimizar el impacto de Comida devuelta y porque se hizo incorrectamente, evitar Comida que se cayó en la cocina, comida que se quemó o estropeó

¿Como?

Realizando un inventario preciso de la materia prima de forma regular para tener el control de costos y los pedidos.

Estandarizando los tiempos de preparación y costos de elaboración, presentación y mano de obra

Generando fichas técnicas con cada una de las especificaciones de los procesos de elaboración especificando la materia prima y la cantidad requerida para cada porción.

Controlando el tamaño de las porciones para evitar el aumento de sobrantes.

Manejando una tabla de control de residuos generados durante todo el proceso para poder implementar planes de acciones oportunos.

Adecuando un valor razonable al producto de tal manera que sea más accesible al público
Altos estándares de calidad en la materia prima para evitar su fácil deterioro.

Manejar una gran variedad de menú acorde a lo solicitado por el cliente, para así evitar generación de residuos.

/¿Utiliza químicos?

Si, para dar cumplimiento a los protocolos de desinfección y bioseguridad exigidos por el ministerio de salud para nuestros colaboradores, como los que se requieren al interior y exterior de nuestro establecimiento, los cuales son realizados de forma estricta en el lugar diariamente durante y después de la jornada laboral.

¿Cuales?

Se utiliza jabón antibacterial, cloro, desengrasantes amigables con el medio ambiente

¿Qué empaque y embalaje utiliza?

La mayoría de empaques que se utilizaran son empaques ecológicos amigables con el medio ambiente.

Figura 6. Empaques

		
Recipiente (350 grs) – Paquete x 15 unidades \$5,980	Bandeja No 25 – Paquete x 20 unidades \$10,398	Bandeja uso general No 7- Paquete x 20 unidades \$5,936

Nota: imágenes tomadas catálogo de venta Tomada de: página web de Green pack S.A.S (2006) <https://greenpack.com.co/somos-greenpack/>.

Figura 7. Recipientes

		
Recipiente (1000 grs) – Paquete x 15 unidades \$9,385	Portasalersos 1 Onz – Paquete x 125 unidades \$8,099	Bandeja No 1 – Paquete x 20 unidades \$4,539

Nota: imágenes tomadas catálogo de venta Tomada de: página web de Green pack S.A.S (2006) <https://greenpack.com.co/somos-greenpack/>.

Figura 8. Contenedores.

	
Contenedor tapa plana P2 – Paquete x 10 unidades \$9,030	Plato sopero 8 Onz. – Paquete x 20 unidades \$2,987

Nota: imágenes tomadas catálogo de venta Tomada de: página web de Green pack S.A.S (2006) <https://greenpack.com.co/somos-greenpack/>.

3.7 Emisiones

¿Ha medido su huella de carbono?

En el desarrollo de nuestra actividad es importante el control adecuado de nuestras emisiones de gases, por eso es indispensable reducir el impacto contraproducente que produce nuestra actividad al medio ambiente, para ello seremos estrictos con el cálculo y la verificación de nuestra huella de carbono por medio de una entidad independiente al proceso de evaluación, para garantizar, el rigor, la credibilidad y la transparencia.

¿Cuál es el resultado?

Como resultado esperamos ser una empresa líder en cuidado al medio ambiente; en donde además de ser reconocidos por una alta calidad en servicios seremos neutros en carbono.

3.8 Residuos

¿Qué residuos recicla?

Aceite de cocina usado

Envases y plásticos

vidrios

papel y cartón

4. ANÁLISIS DEL SECTOR

4.1 Estrategia océano azul

4.1.1. Identifique quién es su competencia

Competencia directa:

Bares, restaurantes, puntos de venta de comida, lugares de eventos artísticos y música, Tales como:

La Pascasia

Gaira

Galería casa cultural Arte Klan – Destino

Friends & Beer

Competencia indirecta:

Plataformas de música, como Spotify online, youtube, etc. Considerando que después de un tiempo estos podrían ser aliados estratégicos.

4.1.2. Defina las variables importantes para su idea de negocio

Después de validar y contemplar diferentes variables el equipo de trabajo determinó las variables a contemplar con la competencia

- Tiempo de entrega
- experiencia
- marketing digital
- eco innovación
- precio

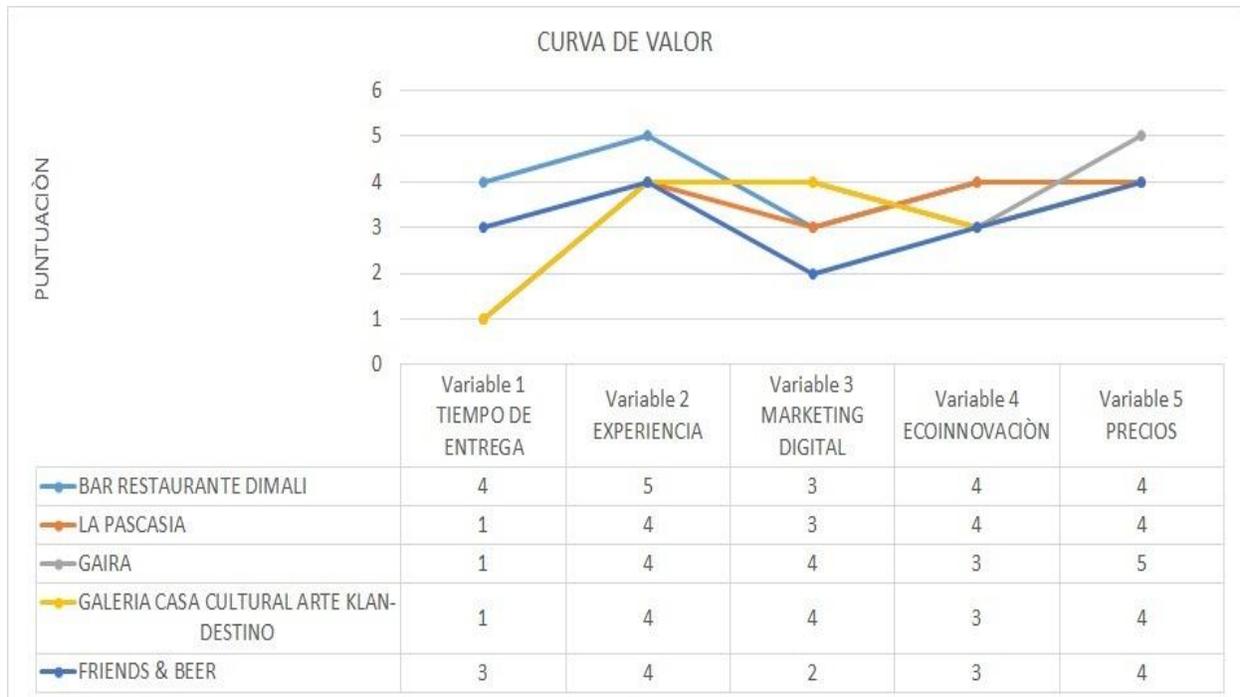
Tabla 2. Análisis del sector

VARIABLES	VARIABLE 1	VARIABLE 2	VARIABLE 3	VARIABLE 4	VARIABLE 5
	TIEMPO DE ENTREGA	EXPERIANCIA	MARKETING DIGITAL	ECO INNOVACIÓN	PRECIO
	Utilizar mediciones de tiempos en la elaboración y despacho del domicilio, para no generar falsas expectativas en el cliente, adicionalmente a través de un software de localización realizar rastreo en tiempo real de su pedido para promediar los tiempos de entrega de una manera más exacta.	Evaluación con medición de indicadores de satisfacción del cliente con nuestras categorías a través de encuestas online	Crear un perfil comercial y desarrollar estrategia de ventas en las plataformas virtuales como (página web, redes sociales, etc.)	Máximo aprovechamiento de los insumos, uso de empaques ecológicos que preserve las condiciones del alimento, alianzas estratégicas con empresas del sector ambiental.	Establecer precios de acuerdo al mercado, que vayan a fin con nuestra calidad de servicio, teniendo como referente el margen determinado en el sector comercial.
BAR RESTAURANTE DIMALI	4	5	3	4	4
LA PASCASIA	1	4	3	4	4
GAIRA	1	4	4	3	5
GALERIA CASA CULTURAL ARTE KLAN-DESTINO	1	4	4	3	4
FRIENDS & BEER	3	4	2	3	4
ESTRATEGIAS	INCREMENTAR	INCREMENTAR	CREAR	CREAR	INCREMENTAR

Nota: Creación propia de equipo de trabajo Dimali.

GRÁFICA

Figura 9. Grafica análisis de la competencia



Nota: Grafica realizada del estudio de mercado frente a la competencia del mercado, datos propios.

4.2 ANÁLISIS DE PORTER

4.2.1 Poder de negociación con los clientes.

Estrategias:

1. Generar comunicación activa con el cliente, servicio venta y post-venta a través de este canal el cliente tiene la posibilidad de brindar sus comentarios los cuales serán tenidos en cuenta para mejorar nuestros procesos y servicios.
2. Ampliar los medios de contacto y de comunicación con el cliente
3. Dentro de la página web de nuestra empresa, el cliente encontrará una amplia gama de opciones en cuanto a entretenimiento cultural lo que posibilita que el segmento de nuestros clientes sea más variado sin reducirnos a un solo tipo de comprador.
4. De acuerdo al uso activo de herramientas tecnológicas estas nos permitirán la medición de tiempo de esta forma podemos brindar claridad al cliente en tiempo real de donde y en qué condiciones está su domicilio
5. el cliente recibirá su producto de forma diferencial con respecto a la competencia, por esto no nos preocupamos por nuestros procesos innovadores tanto en el proceso de elaboración, como su empaque y posterior envío.
6. Identificar cual es la tendencia de consumo de los clientes y adicionarla en nuestro menú
7. Ofertar al cliente los mejores productos con altos estándares de calidad

4.2.2 Poder negociación con los proveedores.

Estrategias:

1. Validar diferentes proveedores pequeños y cercanos al establecimiento para minimizar costos de envío,
2. Generar alianzas estratégicas a largo plazo con los proveedores a fin de adquirir beneficios en costo y marketing
3. Tener una amplia gama de proveedores para tener diferentes opciones y no vernos limitados como empresa
4. Confirmar que los proveedores que cumplan con la calidad adecuada de los insumos que requiere el restaurante
5. Verificar y auditar constantemente el mercado para confirmar los precios del mercado e insumos de más alta oferta
6. Generar alianzas estratégicas con los agricultores para poder recibir productos sin costos de intermediarios,
7. Exigir a nuestros proveedores todos los requisitos de higiene y estándares de calidad que se deben tener para su comercialización.

4.2.3 Amenaza de productos sustitutos.

Estrategias:

1. Implementar y mejorar los canales de venta para poder abarcar un mayor segmento del mercado
2. Aumentar la inversión del marketing

3. Bar restaurante Dimali ofrece a sus clientes incrementar la calidad del producto o reducir su coste
4. Diversificar la producción hacia posibles productos sustitutos
5. Generar campañas publicitarias en pro de dar a conocer los beneficios de nuestro servicio y producto.
6. Validar el crecimiento de la competencia para diseñar estrategias que minimicen sus efectos
7. Facilitar los canales y medios de comunicación con el cliente para que estos no sientan ninguna restricción o limitación

4.2.4 Amenaza de productos entrantes.

Estrategias:

1. Ofrecer al cliente un producto original y que marque un punto diferencial con la competencia
2. Optimizar los recursos e insumos de forma responsable y adecuada
3. Construir alianzas con varias empresas de transporte colaborativo que faciliten la entrega del producto oportunamente.
4. Determinar cuáles son las normativas legales en los lugares donde se comercializará el producto y servicio
5. Contratar colaboradores con alta experiencia y auditar sus actividades
6. Monitorear frecuentemente los canales de ventas e implementar innovación tecnológica de acuerdo a los requerimientos para agilizar nuestros procesos

7. Realizar alianzas estratégicas con diferentes empresas y entidades que posibiliten nuestra visibilidad en el mercado

4.2.5 Rivalidad entre los competidores.

Estrategias

1. Mantener alianza con diferentes organizaciones para lograr nueva participación en el mercado y servicio
2. Validar frecuentemente que dentro del proceso siempre se mantenga la calidad del producto y servicio
3. Asegurarse de ofrecer el mejor servicio, fomentando el sentido de pertenencia entre los trabajadores y brindando un buen entorno laboral.
4. Diseñar estrategias de atención al cliente y comunicación asertiva de forma oportuna para la solución de problemas.
5. Impulsar nuestro servicio por diferentes plataformas, canales y redes sociales para lograr cautivar a los clientes.
6. Reducir costos sin desmejorar la calidad del producto y el servicio
7. Realizar análisis frecuente de los factores externos que puedan afectar nuestra empresa para generar estrategias de solución

5. MARKETING MIX

5.1 Estrategias de producto para el cliente

Núcleo:

Propiedades físicas, químicas y técnicas del producto que lo hacen apto para determinadas funciones

5.1.1. Física, química, Técnica:

Las personas podrán encontrar la fusión de la gastronomía, las bebidas, el arte y la cultura dentro de un contenido digital dinámico, cautivando su atención para que puedan tener una opción diferente de esparcimiento social desde la comodidad de su hogar, basándonos en un modelo de negocio e-commerce tendrá la posibilidad de recibir sus alimentos pero a la vez podrán vivir una experiencia única con los múltiples contenidos de nuestro zona digital donde encontrarán presentaciones artísticas en escenarios de arte virtual.

5.1.2. Calidad:

Estándares que deben apreciar o medir las cualidades y permiten ser comparativos con la competencia.

Nuestra calidad está basada en la implementación de procesos de bioseguridad para cuidar la salud de nuestros colaboradores y consumidores de forma responsable y eficiente.

Por tal motivo realizamos una descripción detallada de nuestros procesos en cuanto a:

5.1.3 Infografía con el paso a paso de bioseguridad

Figura 10. Higiene y prevención



Nota: Tomado de DiegoCoquillat El periódico digital de los restaurantes. (3 de marzo del 2020) <https://www.diegocoquillat.com/coronavirus-y-restaurantes-medidas-preventivas-y-perspectivas-economicas-de-la-crisis-del-covid-19/> Fuente: Hostelería de España

5.1.3.1 Proceso de manipulación de alimentos

Figura 11. Proceso de manipulación de alimentos.



Proceso de manipulación de alimentos



Departamento de calidad

- **Higiene en la manipulación de alimentos.**
 Nuestra responsabilidad es proteger al consumidor de enfermedades producidas por ingerir alimentos descompuestos y/o contaminados
 Principales agentes contaminantes
 Hombre/ Alimento/ Usuario
Organismos patógenos.
 Aquel microorganismo capaz de infectar al ser humano y/o alimentos causando enfermedad
 Estos organismos pueden ser:
 - Virus
 - Bacteria.
 - Hongos
 - Parásito:



- **Alteración de los alimentos:**
 Los alimentos se contaminan con micro organismos cuando establecen contacto con el polvo, moscas, manos sucias y/o contaminadas
 Los alimentos se descomponen.
 Cambian su aspecto color y textura



Normas correctas para la manipulación de alimentos

1. Mantenga limpio y completo su uniforme de trabajo.
2. Utilice todos los elementos de protección. Delantal, cofia, gorro, tapaboca, guantes, etc.
3. Báñese a diario
4. Mantenga el cabello corto, recogido, y bien cubierto.
5. Mantenga limpia y despejada su área de trabajo.
6. lave y desinfecte equipos y superficies de trabajo.
7. Utilice pinzas o cubiertos especiales para la manipulación de alimentos.
8. No coma ni fume en las áreas de trabajo.
9. Mantenga las canecas a una distancia prudente y debidamente tapadas.

10. No use pulseras, relojes ni anillos durante su jornada laboral
11. Verifique que el control de plagas sea efectivo
12. Mantener las manos y uñas limpias
13. Asistencia a examen periódico ocupacional

Para recordar:

Si YO me Cuido y TÚ te cuidas
Nos cuidamos TODOS

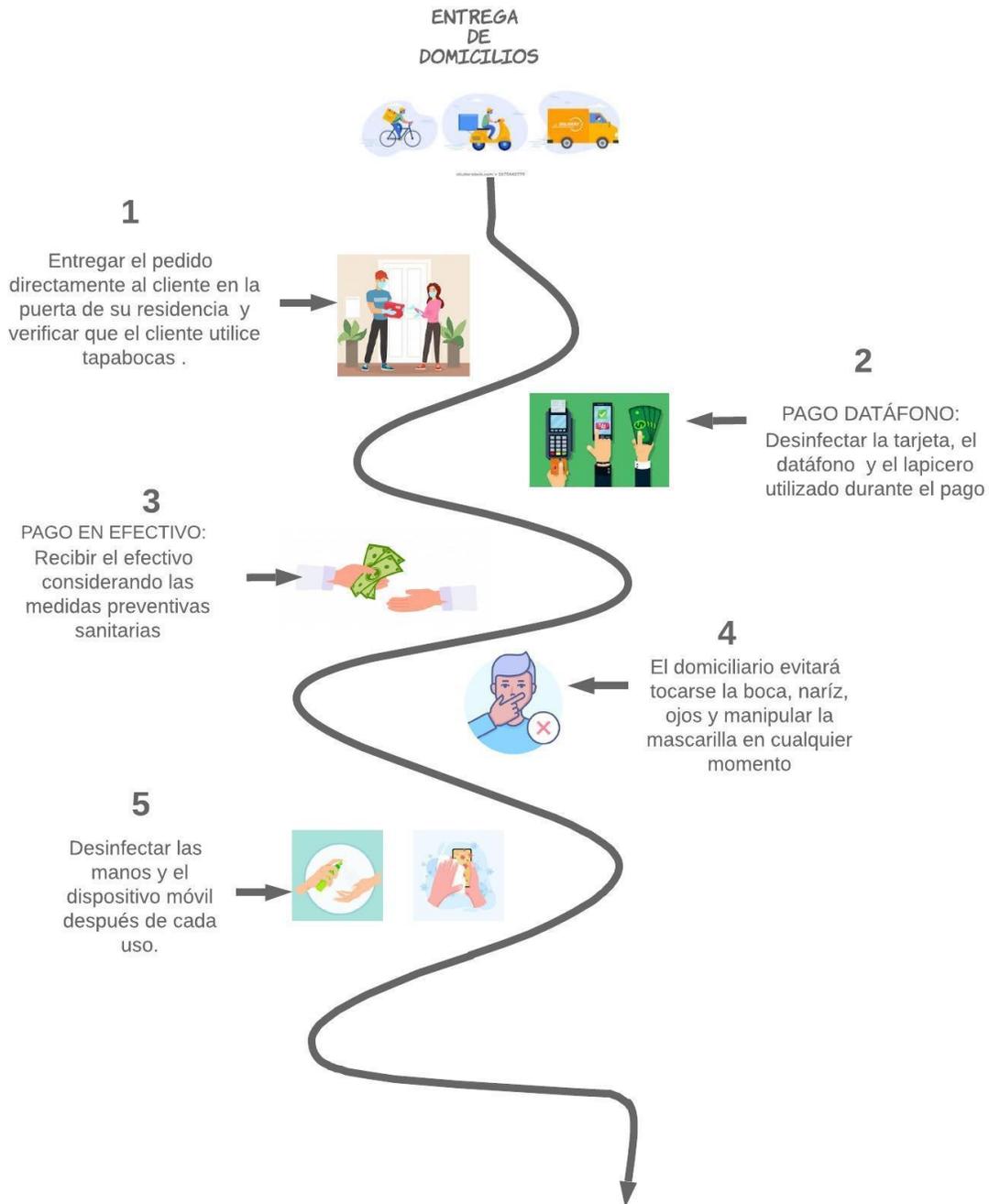


 BaRestaurante Dimali
 BaRestauranteDimali

Nota: Creación propia de equipo de trabajo Dimali.

5.1.4 Protocolo de bioseguridad en las entregas de domicilios:

Figura 12. Protocolo entrega de domicilios.



Nota: Creación propia de equipo de trabajo Dimali.

5.1.5 Estándares de Calidad

Nuestro menú contará con altos estándares de calidad en sus productos y preparaciones enmarcados dentro del concepto de arte y cultura.

Nuestra gama de artistas es muy variada, cuentan con el conocimiento y destrezas necesarias para cautivar la atención de nuestros clientes, brindando un contenido dinámico e interactivo. Dentro de nuestro variado catálogo el cliente podrá escoger Cantantes, pintores, artesanos, escultores, bailarines etc.

5.1.6 Envase: elemento de protección del que está dotado el producto y tiene junto al diseño un gran valor promocional y de imagen

El empaque que utilizaremos para el envío de nuestros domicilios es biodegradable con el fin de disminuir el impacto ambiental y contribuir a la generación de conciencia ecológica en nuestros consumidores y clientes

Figura 13. Envases y empaques biodegradables.



Nota: Tomado de www.ecoologic.com/envases-ecologicos-vegware

5.1.7. Diseño:

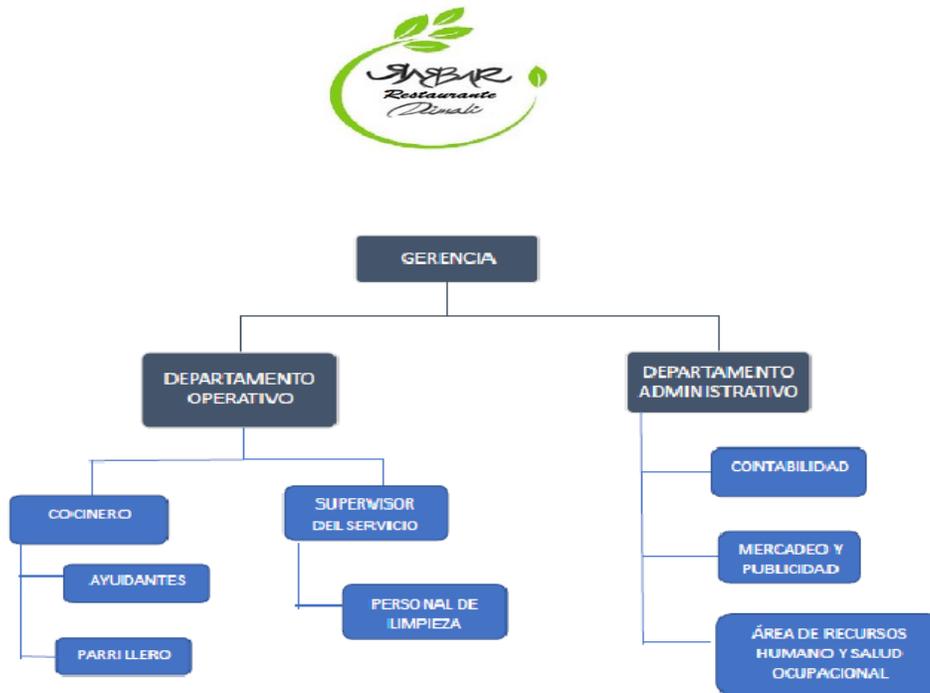
Es una organización clara y definida en cuanto a funciones, manejo de la empresa y sus recursos. Cada accionista representa una pieza fundamental en la organización de la sociedad y los colabores fortalecen el objetivo general de la empresa

Tipo de sociedad. La sociedad es S.A.S. Sociedad por acciones simplificadas constituida por medio de documento privado. BAR RESTAURANTE DIMALÍ al ser una pequeña empresa este tipo de sociedad la cobija, no tiene un tope de accionistas, cuenta con un representante legal y no hay necesidad de un revisor fiscal por lo menos en 1 año y para su disolución es por voluntad de los accionistas.

5.1.8. Estructura Jerárquica

Figura 14. Organigrama Bar restaurante Dimali.

BAR-RESTAURANTE DIMALI



Nota: Creación propia de equipo de trabajo Dimali.

5.1.9 Redes sociales

Figura 15. Redes sociales Bar restaurante Dimali



5.1.10 Servicio:

Según su actividad económica, su clasificación es una empresa de servicios; ya que el objetivo principal es satisfacer la necesidad de las personas mezclando la diversión, esparcimiento y la cultura, en un solo lugar. Brindando una oferta gastronómica de comida rápida, platillos Gourmet y menú para ocasiones especiales, bebidas y cócteles de alta calidad con un toque de arte.

Nuestro bar restaurante ofrece estas opciones:

Figura 16. Categorías de Servicios Bar restaurante Dimali

Nuestros Servicios:

- ▶ **Servicio de restaurante**
Platillos Gourmet, exquisitos cocteles y bebidas artesanales
- ▶ **Domicilios**
Para que disfruten desde la comodidad de su casa de Lunes a sábado en el horario: 10 am a 8pm.
Domingos y festivos: 10 am a 5pm
- ▶ **Celebración de fechas especiales**
Te brindamos nuestros servicios en celebraciones tales como: cumpleaños, ocasiones especiales, aniversarios
- ▶ **Presentaciones**
Espacio interactivo de presentaciones artísticas en escenarios de arte virtuales, que cautiven la atención del cliente sin que este tenga que salir de casa, logrando de esta manera satisfacer la necesidad de esparcimiento social



Nota: Creación propia de equipo de trabajo Dimali.

5.1.11 Valores Institucionales:

Dentro de nuestra empresa manejamos 7 valores fundamentales:

1. Responsabilidad:

Somos conscientes de nuestros actos, decisiones, actuamos con seriedad, en consecuencia, con nuestros deberes y derechos para cumplir un compromiso.

2. Transparencia y honestidad:

Estamos atentos a escuchar las sugerencias y comentarios de nuestros clientes, siempre con el fin de aprender y mejorar.

3. Calidad:

Satisfacer y superar las expectativas del cliente interno y externo, brindando actitud de calidez y familiaridad.

4. Eficiencia:

Realizar una buena función, generando más con el uso moderado de los recursos.

5. Innovación:

Constante pensamiento en agregar valor al cliente de manera innovadora y con excelencia en el servicio y la calidad.

Respetamos profundamente la herencia cultural que suponen las recetas tradicionales, y partiendo de su conocimiento, empleamos con criterio toda nuestra creatividad para realizar nuevos platos y tapas, o crear nuevas versiones con nuestro toque de alta cocina.

6. Trabajo en Equipo:

Con el aporte de todos los que intervienen en los diferentes procesos, buscamos el logro de los objetivos organizacionales.

Creemos en la formación, el compañerismo, en compartir la experiencia con los más jóvenes o noveles, en la comunicación, la buena organización y en el compromiso con el objetivo común de agradar, sorprender y en definitiva hacer felices a nuestros clientes.

7. Compromiso social y ambiental

Nuestro compromiso, deber y obligación como empresa es contribuir y concientizar a las personas en la construcción de una sociedad más justa y de proteger el medio ambiente

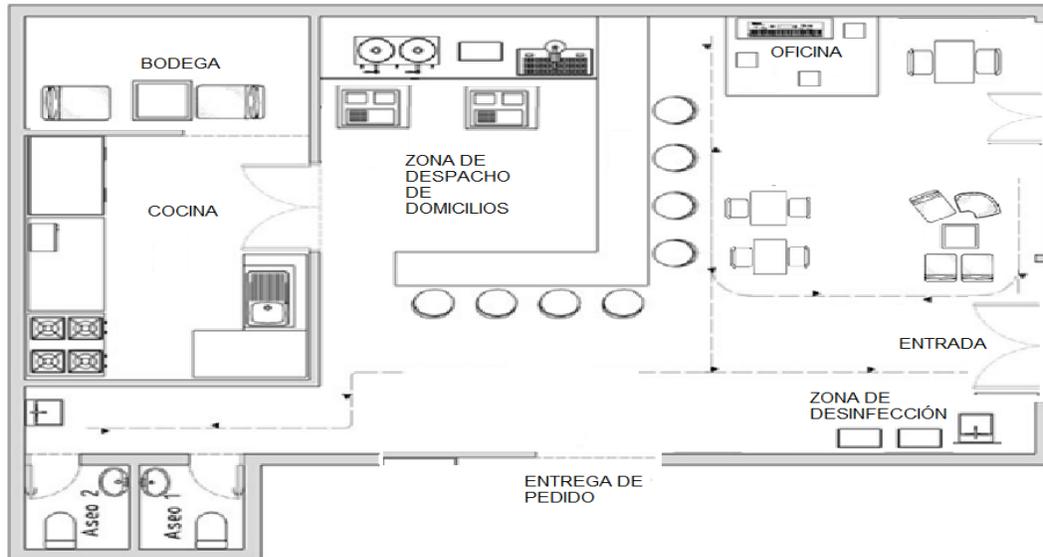
A través de actividades que generen impacto llevando a cabo la creación de planes para actuar desde la óptica del desarrollo social.

Compromiso ambiental:

Preservar y salvaguardar el medio ambiente adoptando estrategias para reducir el impacto ambiental.

5.1.12. Plano de espacios y desarrollo del trabajo

Figura 17. Plano Bar Dimali



Nota: Creación propia de equipo de trabajo Dimali.

Cocina:

1 parrillero

1 cocinero: Ajusta y crea el menú, ordena el trabajo en la cocina,

4 ayudantes de cocina: quienes serán los encargados de brindar apoyo tanto al parrillero como al cocinero en las labores.

Domicilios: Alianza con empresas prestadores de servicio de domicilios

Encargado de Marketing Digital: Encargado de crear y diseñar contenidos para la página web, redes sociales

5.1.12 Proceso del domicilio:

Figura 18. Proceso de domicilio.



Nota: Creación propia de equipo de trabajo Dimali.

5.1.13 Portafolio

Figura 19. Portafolio Bar restaurante Dimali.



Nota: Creación propia de equipo de trabajo Dimali.

Figura 20. Presentación.

Presentación:

Bar restaurante DIMALI fue creado en 2019 con el objetivo de brindar a nuestros clientes la fusión de la gastronomía, las bebidas, el arte y la cultura dentro de un contenido digital dinámico ofreciendo una experiencia única y contribuyendo al reconocimiento de los artistas que muchas veces no son valorados.

Nuestros Valores Institucionales:

- ▶ Responsabilidad
- ▶ Transparencia y honestidad
- ▶ Calidad
- ▶ Eficiencia
- ▶ Innovación
- ▶ Trabajo en Equipo
- ▶ Compromiso social y ambiental

Artistas:
Yuri Lara Archila y Lina Marcela Archila

Artistas:
Yuri Lara Archila y Lina Marcela Archila

 BaRestaurante Dimali

 BaRestaurante Dimali

The image is a presentation slide with a green geometric background. It contains text about the restaurant's mission and values, two colorful abstract portraits of a dog and a man, and social media icons for Facebook and Instagram.

Nota: Creación propia de equipo de trabajo Dimali.

Figura 21. Quienes somos.

Quienes somos

Misión:
El bar restaurante Dimali busca brindar un espacio donde se conjuga el arte la cultura, las bebidas, gastronomía, y excelente servicio para tener una experiencia única, brindando reconocimiento a los artistas que no cuentan con una plataforma para exponer sus conocimientos.



► **Visión:**
Para el 2022 queremos ser reconocidos por ofrecer un concepto diferente en servicio, sabores, presentación e imagen en el campo de las bebidas y platillos gourmet unificándolo con presentaciones artísticas en escenarios de arte virtuales, que cautiven la atención del cliente sin que este tenga que salir de casa.

Nota: Creación propia de equipo de trabajo Dimali.

Figura 22. Nuestros servicios

Nuestros Servicios:

- **Servicio de restaurante**
Platillos Gourmet, exquisitos cocteles y bebidas
- **Domicilios**
Para que disfruten desde la comodidad de su casa de Lunes a sábado en el horario: 11am a 7pm.
Domingos y festivos: 10 am a 5pm
- **Celebración de fechas especiales**
Te brindamos nuestros servicios en celebraciones tales como: cumpleaños, ocasiones especiales, aniversarios
- **Presentaciones**
Espacio interactivo de presentaciones artísticas en escenarios de arte virtuales, que cautiven la atención del cliente sin que este tenga que salir de casa, logrando de esta manera satisfacer la necesidad de esparcimiento social



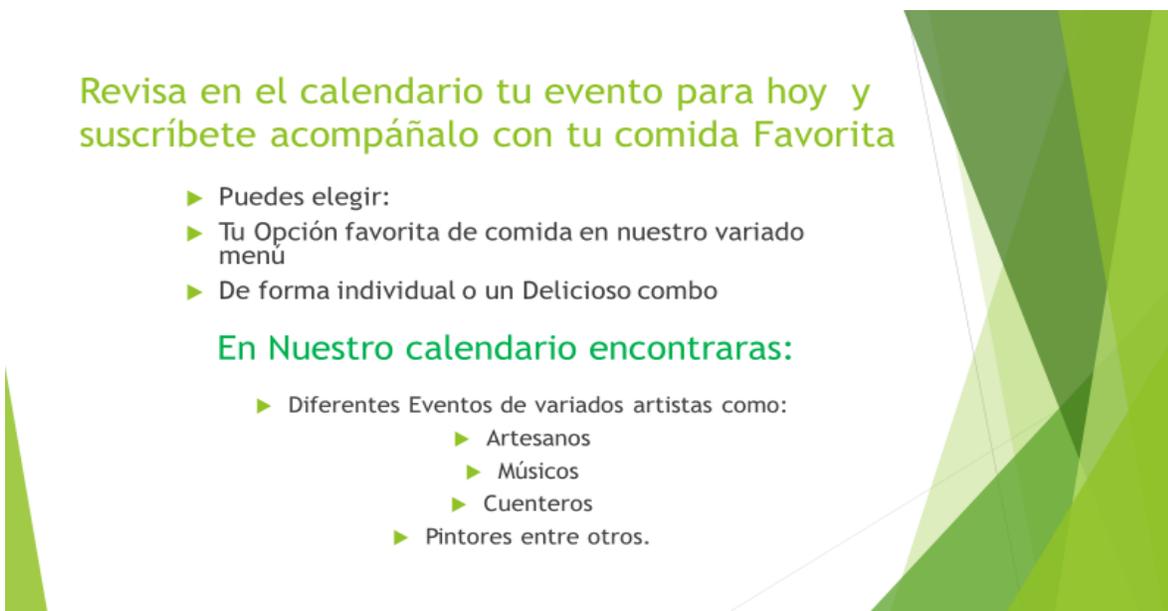
Nota: Creación propia de equipo de trabajo Dimali.

Figura 23. Programación de actividades.



Nota: Creación propia de equipo de trabajo Dimali.

Figura 24. Información calendario de programación



Nota: Creación propia de equipo de trabajo Dimali.

Figura 25. Entradas y Bocaditos.

Entradas y Bocaditos:

El restaurante brinda:

- ▶ **Empanaditas**
 - Futboleras
 - De Colores o al natural
 - 4 unid. (De carne o pollo)
- ▶ **Patacones con Hogao**
 - 4 unid (hogao de la casa)
- ▶ **Arepitas Rellenas**
 - 4 unid (con Carne o pollo desmechado y salsa de la casa)
- ▶ **Tostones**
 - 4 unid (con Carne o pollo desmechado y salsa de la casa)



Nota: Creación propia de equipo de trabajo Dimali.

Figura 26. Comidas rápidas gourmet

Comidas Rápidas Gourmet

▶ El restaurante brinda:

- ▶ Burritos 2 unidades
Pollo o carne y vegetales
- ▶ Pizza Personal -2 sabores
De la casa, carnes, haiwana, pollo y champiñones
- ▶ Sanduche
pollo o carne y vegetales)



Nota: Creación propia de equipo de trabajo Dimali.

Figura 27. Menú ocasiones especiales

Menú ocasiones Especiales

- ▶ Entradas:
- ▶ Ruedas de Jamón y Queso
- ▶ Manzanas Sorpresa
- ▶ Brochetas de Pollo
- ▶ Ceviche de Mango



Nota: Creación propia de equipo de trabajo Dimali.

Figura 28. Platos



Platos Gourmet

- ▶ Pollo al lienzo
(Pechuga de Pollo en Salsa tropical de la casa)
- ▶ Carne al oleo
(Carne a la parrilla en Salsa de la Casa)
- ▶ Pescado al tono
(Trucha al ajillo)

Acompañamientos:

- Ensalada
- Papas a la Francesa
- Papas chip
- Tostones

Elige cualquiera de estos platos + 2 acompañamientos

Nota: Creación propia de equipo de trabajo Dimali.

Figura 29. Bebidas

Bebidas

- ▶ Jugos naturales (en agua o leche)
- ▶ Malteadas
- ▶ Gaseosas






Cocteles:
con y sin Alcohol

- ▶ Pinta tu esencia
- ▶ Dibuja tu Ser
- ▶ Arcoíris
- ▶ Pinceladas
- ▶ Cerveza artesanal



Nota: Creación propia de equipo de trabajo Dimali.

Figura 30. Combos

Combo Viajero	Combo Urbano	Combo Tourist
Incluye	Incluye	Incluye
Revisa en el calendario tu evento para hoy y acompáñalo con	Revisa en el calendario tu evento para hoy y acompáñalo con	Revisa en el calendario tu evento para hoy y acompáñalo con
Entradas y bocadillos	Comidas rápidas	Menú Ocasiones Especiales
Elige tu mejor opción:	Elige tu mejor opción:	Elige tu mejor opción:
Opción 1	Opción 1	Opción 1
Empanadas (4 unid.)	Burritos (2 unid.)	Pollo al lienzo
Futboles - de colores- o al natural	Polo o carne y vegetales	Pechuga de Pollo en Salsa tropical de la casa
+Chips de plátano+ guacamole	+ 2 Vasos de gaseosa mediana	+ 2 Acompañamientos
+1 Vaso Gaseosa 12 Oz	\$ 18.000	\$ 25.000
Opción 2	Opción 2	Opción 2
Arepitas rellenas (4 unid)	Pizza Personal -(2 sabores)	Carne al oleo
+ 1 patacón con hogao	De la casa, carnes, hawiana, pollo y champiñones	Carne a la parrilla en salsa de la casa
1 Vaso Gaseosa 12oz	+ 2 Vasos de gaseosa	+ 2 Acompañamientos + Bebida (Jugo natural)
\$ 12.000	\$ 15.000	\$ 30.000
Opción 3	Opción 3	Opción 3
1 opción	Sandwiches (2 unid)	Trucha al ajillo
patacones rellenos de pollo o carne con hogao	de pollo o carne con verduras	+ 2 Acompañamientos
+ papa a la francesa	+ 2 Vasos gaseosa	+ Bebida (Jugo natural)
+ 1 Vaso Gaseosa	\$ 18.000	\$ 30.000
\$12.000	Presentación:	Presentación:
inscríbete Tienes la posibilidad de interactuar con nuestros artistas a	inscríbete Tienes la posibilidad de interactuar con nuestros artistas a	inscríbete Tienes la posibilidad de interactuar con nuestros artistas a

También puedes acompañar tus combos con otras Bebidas :

- Cocteles \$ 15.000
- Cerveza \$ 4.000
- Malteadas \$ 9.000
- Jugos \$ 5.000

Nota: Creación propia de equipo de trabajo Dimali.

5.2 ESTRATEGIAS DE PRECIOS

Fijación de precios basado en los costos

Tabla 3. Costos de producción.

<u>Costos fijos</u>	Valor por mes	Valor por día
Arriendo	\$800.000	\$26.666
Nomina	\$4.950.000	\$165000
Impuestos	\$200.000	\$6.666
<u>Costos variables</u>	Valor por mes	Valor por día
Agua	\$300.000	\$10.000
Luz	\$150.000	\$5.000
Teléfono e internet	\$120.000	\$4.000
Gas	\$100.000	\$10.000
Elementos de aseo y bioseguridad (cloro, detergente, lavaloz, gel antibacterial, jabón antibacterial, tapabocas, guantes, cofias)	\$200.000	\$6.666
Materia prima directa (alimentos requeridos para cada receta)	\$3.000.000	\$100.000
Material de empaque	\$400.000	\$13.333
Envíos, transporte y logística	\$800.000	\$26.666
Costos publicitarios y de plataforma	\$200.000	\$6.666
<u>TOTAL, COSTOS</u>	\$11.170.000	\$372.333

Tabla 4. Comparación De Precios.

EMPRESA	PASCASIA	GAIRA
VALOR DOMICILIO	Solo se atiende en establecimiento	No tienen servicio a Domicilio
DESAYUNO		
PLATO DEL DIA	15.000	
ENTRADAS	\$21.900	\$19.000
PLATOS ESPECIALES	\$39.900	\$35.000
BEBIDAS - CERVEZAS	\$7.900	\$20.000

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{PVp} - \text{CVp}}$$

PVp = Precio de venta promedio.

CVp = Costos variables unitarios promedio

5.2.1. Costeo de menú

Figura 31. Costeos de materia prima 1.

Empanadas al natural- Carne						
Materia Prima	Unidad de medida	sto o v/de	Complateria utilizad	Costo Unitario	Costo Total	
Carne de res	500,00	Gramos	\$ 7.500,00	\$ 62,50	\$ 120,00	\$ 480,00
Papa sabanera	250,00	Gramos	\$ 1.000,00	\$ 31,25	\$ 32,00	\$ 128,00
Harina	250,00	Gramos	\$ 2.000,00	\$ 31,25	\$ 64,00	\$ 256,00
Cebolla	500,00	Gramos	\$ 2.000,00	\$ 62,50	\$ 32,00	\$ 128,00
Arroz	500,00	Gramos	\$ 2.500,00	\$ 62,50	\$ 40,00	\$ 160,00
Tomate	250,00	Gramos	\$ 2.000,00	\$ 31,25	\$ 64,00	\$ 256,00
Ajo	250,00	Gramos	\$ 2.000,00	\$ 31,25	\$ 64,00	\$ 256,00
Curcuma	500,00	Gramos	\$ 3.000,00	\$ 62,50	\$ 48,00	\$ 192,00
Sal	500,00	Gramos	\$ 1.200,00	\$ 62,50	\$ 19,20	\$ 76,80
Aceite	500,00	Gramos	\$ 4.000,00	\$ 62,50	\$ 64,00	\$ 256,00
Totales				\$ 547,20	\$ 2.188,80	

Empanadas al natural- Pollo						
Materia Prima	Unidad de medida	sto o v/de	Complateria utilizad	Costo Unitario	Costo Total	
Pollo	500,00	Gramos	\$ 5.000,00	\$ 62,50	\$ 80,00	\$ 320,00
Papa sabanera	250,00	Gramos	\$ 1.000,00	\$ 31,25	\$ 32,00	\$ 128,00
Harina	250,00	Gramos	\$ 2.000,00	\$ 31,25	\$ 64,00	\$ 256,00
Cebolla	500,00	Gramos	\$ 2.000,00	\$ 62,50	\$ 32,00	\$ 128,00
Arroz	500,00	Gramos	\$ 2.500,00	\$ 62,50	\$ 40,00	\$ 160,00
Tomate	250,00	Gramos	\$ 2.000,00	\$ 31,25	\$ 64,00	\$ 256,00
Ajo	250,00	Gramos	\$ 2.000,00	\$ 31,25	\$ 64,00	\$ 256,00
Curcuma	500,00	Gramos	\$ 3.000,00	\$ 62,50	\$ 48,00	\$ 192,00
Pimenton	500,00	Gramos	\$ 2.400,00	\$ 62,50	\$ 38,40	\$ 153,60
Sal	500,00	Gramos	\$ 1.200,00	\$ 62,50	\$ 19,20	\$ 76,80
Aceite	500,00	Gramos	\$ 4.000,00	\$ 62,50	\$ 64,00	\$ 256,00
Totales				\$ 545,60	\$ 2.182,40	

Patacones con hogao						
Materia Prima	Unidad de medida	sto o v/de	Complateria utilizad	Costo Unitario	Costo Total	
platanos	500,00	Gramos	\$ 2.000,00	\$ 62,50	\$ 32,00	\$ 128,00
Tomate	500,00	Gramos	\$ 2.000,00	\$ 62,50	\$ 32,00	\$ 128,00
Cebolla	250,00	Gramos	\$ 2.000,00	\$ 31,25	\$ 64,00	\$ 256,00
Ajo	250,00	Gramos	\$ 2.000,00	\$ 31,25	\$ 64,00	\$ 256,00
Curcuma	500,00	Gramos	\$ 3.000,00	\$ 62,50	\$ 48,00	\$ 192,00
paprika	500,00	Gramos	\$ 3.000,00	\$ 62,50	\$ 48,00	\$ 192,00
Sal	500,00	Gramos	\$ 1.200,00	\$ 62,50	\$ 19,20	\$ 76,80
Aceite	500,00	Gramos	\$ 4.000,00	\$ 62,50	\$ 64,00	\$ 256,00
Totales				\$ 371,20	\$ 1.484,80	

Arepas Rellenas- Pollo						
Materia Prima	Unidad de medida	sto o v/de	Complateria utilizad	Costo Unitario	Costo Total	
Pollo	500,00	Gramos	\$ 5.000,00	\$ 62,50	\$ 80,00	\$ 320,00
Queso	500,00	Gramos	\$ 7.000,00	\$ 62,50	\$ 112,00	\$ 448,00
Harina	250,00	Gramos	\$ 2.000,00	\$ 31,25	\$ 64,00	\$ 256,00
Cebolla	500,00	Gramos	\$ 2.000,00	\$ 62,50	\$ 32,00	\$ 128,00
Tomate	250,00	Gramos	\$ 2.000,00	\$ 31,25	\$ 64,00	\$ 256,00
Ajo	250,00	Gramos	\$ 2.000,00	\$ 31,25	\$ 64,00	\$ 256,00
Curcuma	500,00	Gramos	\$ 3.000,00	\$ 62,50	\$ 48,00	\$ 192,00
Pimenton	500,00	Gramos	\$ 2.400,00	\$ 62,50	\$ 38,40	\$ 153,60
Sal	500,00	Gramos	\$ 1.200,00	\$ 62,50	\$ 19,20	\$ 76,80
Aceite	500,00	Gramos	\$ 4.000,00	\$ 62,50	\$ 64,00	\$ 256,00
Totales				\$ 585,60	\$ 2.342,40	

Nota: Creación propia de equipo de trabajo Dimali.

Figura 32. Costeo materia prima 2.

Arepas Rellenas- Carne						
Materia Prima	Unidad de medida	sto o vñde	Complateria utilizada	Costo Unitario	Costo Total	
Carne de res	500,00	Gramos	\$ 7,500,00	\$ 62,50	\$ 120,00	\$ 480,00
Queso	500,00	Gramos	\$ 7,000,00	\$ 62,50	\$ 112,00	\$ 448,00
Harina	250,00	Gramos	\$ 2,000,00	\$ 31,25	\$ 64,00	\$ 256,00
Cebolla	500,00	Gramos	\$ 2,000,00	\$ 62,50	\$ 32,00	\$ 128,00
Tomate	250,00	Gramos	\$ 2,000,00	\$ 31,25	\$ 64,00	\$ 256,00
Ajo	250,00	Gramos	\$ 2,000,00	\$ 31,25	\$ 64,00	\$ 256,00
Curcuma	500,00	Gramos	\$ 3,000,00	\$ 62,50	\$ 48,00	\$ 192,00
Pimenton	500,00	Gramos	\$ 2,400,00	\$ 62,50	\$ 38,40	\$ 153,60
Sal	500,00	Gramos	\$ 1,200,00	\$ 62,50	\$ 19,20	\$ 76,80
Aceite	500,00	Gramos	\$ 4,000,00	\$ 62,50	\$ 64,00	\$ 256,00
Totales				\$ 625,60	\$ 2,502,40	

Tostones - Pollo o Carne						
Materia Prima	Unidad de medida	sto o vñde	Complateria utilizada	Costo Unitario	Costo Total	
Platanos	500,00	Gramos	\$ 2,000,00	\$ 62,50	\$ 32,00	\$ 128,00
Pollo - Carne	500,00	Gramos	\$ 7,500,00	\$ 62,50	\$ 120,00	\$ 480,00
Tomate	500,00	Gramos	\$ 2,000,00	\$ 62,50	\$ 32,00	\$ 128,00
Cebolla	250,00	Gramos	\$ 2,000,00	\$ 31,25	\$ 64,00	\$ 256,00
Ajo	250,00	Gramos	\$ 2,000,00	\$ 31,25	\$ 64,00	\$ 256,00
Curcuma	500,00	Gramos	\$ 3,000,00	\$ 62,50	\$ 48,00	\$ 192,00
paprika	500,00	Gramos	\$ 3,000,00	\$ 62,50	\$ 48,00	\$ 192,00
Sal	500,00	Gramos	\$ 1,200,00	\$ 62,50	\$ 19,20	\$ 76,80
Aceite	500,00	Gramos	\$ 4,000,00	\$ 62,50	\$ 64,00	\$ 256,00
Totales				\$ 491,20	\$ 1,964,80	

Burritos- Carne						
Materia Prima	Unidad de medida	sto o vñde	Complateria utilizada	Costo Unitario	Costo Total	
Carne de res	340,00	Gramos	\$ 6,500,00	\$ 56,67	\$ 114,71	\$ 229,41
Harina	500,00	Gramos	\$ 2,000,00	\$ 83,33	\$ 24,00	\$ 48,00
Cebolla	250,00	Gramos	\$ 2,000,00	\$ 41,67	\$ 48,00	\$ 96,00
Huevos	500,00	Gramos	\$ 8,000,00	\$ 83,33	\$ 96,00	\$ 192,00
Tomate	500,00	Gramos	\$ 2,000,00	\$ 83,33	\$ 24,00	\$ 48,00
lechuga	250,00	Gramos	\$ 2,000,00	\$ 41,67	\$ 48,00	\$ 96,00
Curcuma	500,00	Gramos	\$ 3,000,00	\$ 83,33	\$ 36,00	\$ 72,00
Pimenton	500,00	Gramos	\$ 2,400,00	\$ 83,33	\$ 28,80	\$ 57,60
Queso	500,00	Gramos	\$ 2,000,00	\$ 83,33	\$ 24,00	\$ 48,00
Espinaca	500,00	Gramos	\$ 2,000,00	\$ 83,33	\$ 24,00	\$ 48,00
Sal	500,00	Gramos	\$ 1,200,00	\$ 83,33	\$ 14,40	\$ 28,80
Aceite	500,00	Gramos	\$ 4,000,00	\$ 83,33	\$ 48,00	\$ 96,00
Totales				\$ 529,91	\$ 1,059,81	

Burricos- Pollo						
Materia Prima	Unidad de medida	sto o vñde	Complateria utilizada	Costo Unitario	Costo Total	
Pollo	340,00	Gramos	\$ 5,500,00	\$ 56,67	\$ 97,06	\$ 194,12
Harina	500,00	Gramos	\$ 2,000,00	\$ 83,33	\$ 24,00	\$ 48,00
Cebolla	250,00	Gramos	\$ 2,000,00	\$ 41,67	\$ 48,00	\$ 96,00
Huevos	500,00	Gramos	\$ 8,000,00	\$ 83,33	\$ 96,00	\$ 192,00
Tomate	500,00	Gramos	\$ 2,000,00	\$ 83,33	\$ 24,00	\$ 48,00
lechuga	250,00	Gramos	\$ 2,000,00	\$ 41,67	\$ 48,00	\$ 96,00
Curcuma	500,00	Gramos	\$ 3,000,00	\$ 83,33	\$ 36,00	\$ 72,00
Pimenton	500,00	Gramos	\$ 2,400,00	\$ 83,33	\$ 28,80	\$ 57,60
Queso	500,00	Gramos	\$ 2,000,00	\$ 83,33	\$ 24,00	\$ 48,00
Espinaca	500,00	Gramos	\$ 2,000,00	\$ 83,33	\$ 24,00	\$ 48,00
Sal	500,00	Gramos	\$ 1,200,00	\$ 83,33	\$ 14,40	\$ 28,80
Aceite	500,00	Gramos	\$ 4,000,00	\$ 83,33	\$ 48,00	\$ 96,00
Totales				\$ 512,26	\$ 1,024,52	

Nota: Creación propia de equipo de trabajo Dimali.

Figura 33. Costeo materia prima 3.

Pizza Personal De la casa (chorizo, mortadela de pollo, salchicha)						
Materia Prima	Unidad de medida	sto o v/de Com	plateria utilizada	Costo Unitario	Costo Total	
Chorizo	500,00	Gramos	\$ 5.000,00	\$ 83,33	\$ 60,00	\$ 120,00
Mortadela de pollo	500,00	Gramos	\$ 7.500,00	\$ 83,33	\$ 90,00	\$ 180,00
Salchicha	250,00	Gramos	\$ 1.000,00	\$ 41,67	\$ 24,00	\$ 48,00
Harina	250,00	Gramos	\$ 2.000,00	\$ 41,67	\$ 48,00	\$ 96,00
Cebolla	500,00	Gramos	\$ 2.000,00	\$ 83,33	\$ 24,00	\$ 48,00
Tomate	250,00	Gramos	\$ 2.000,00	\$ 41,67	\$ 48,00	\$ 96,00
Ajo	250,00	Gramos	\$ 2.000,00	\$ 41,67	\$ 48,00	\$ 96,00
Curcuma	500,00	Gramos	\$ 3.000,00	\$ 83,33	\$ 36,00	\$ 72,00
Pimenton	500,00	Gramos	\$ 2.400,00	\$ 83,33	\$ 28,80	\$ 57,60
Sal	500,00	Gramos	\$ 1.200,00	\$ 83,33	\$ 14,40	\$ 28,80
Azucar	500,00	Gramos	\$ 1.800,00	\$ 83,33	\$ 21,60	\$ 43,20
Aceite	500,00	Gramos	\$ 4.000,00	\$ 83,33	\$ 48,00	\$ 96,00
Totales					\$ 490,80	\$ 981,60

Receta	6
combo	2

Pizza Personal Haiwana						
Materia Prima	Unidad de medida	sto o v/de Com	plateria utilizada	Costo Unitario	Costo Total	
Harina	500,00	Gramos	\$ 5.000,00	\$ 83,33	\$ 60,00	\$ 120,00
Piña	500,00	Gramos	\$ 7.500,00	\$ 83,33	\$ 90,00	\$ 180,00
Mortadela	250,00	Gramos	\$ 1.000,00	\$ 41,67	\$ 24,00	\$ 48,00
Queso	250,00	Gramos	\$ 2.000,00	\$ 41,67	\$ 48,00	\$ 96,00
Tomate	500,00	Gramos	\$ 2.000,00	\$ 83,33	\$ 24,00	\$ 48,00
Ajo	250,00	Gramos	\$ 2.000,00	\$ 41,67	\$ 48,00	\$ 96,00
Curcuma	250,00	Gramos	\$ 2.000,00	\$ 41,67	\$ 48,00	\$ 96,00
Sal	500,00	Gramos	\$ 3.000,00	\$ 83,33	\$ 36,00	\$ 72,00
Azucar	500,00	Gramos	\$ 2.400,00	\$ 83,33	\$ 28,80	\$ 57,60
Aceite	500,00	Gramos	\$ 4.000,00	\$ 83,33	\$ 48,00	\$ 96,00
Totales					\$ 454,80	\$ 909,60

Nota: Creación propia de equipo de trabajo Dimali.

Figura 34. Costeo materias primas 4.

Pizza Personal Pollo con Champiñones						
Materia Prima	Unidad de medida	sto o v/de Com	plateria utilizada	Costo Unitario	Costo Total	
Harina	500,00	Gramos	\$ 5.000,00	\$ 83,33	\$ 60,00	\$ 120,00
Pollo	500,00	Gramos	\$ 7.500,00	\$ 83,33	\$ 90,00	\$ 180,00
Champiñones	500,00	Gramos	\$ 10.680,00	\$ 83,33	\$ 128,16	\$ 256,32
Mortadela	250,00	Gramos	\$ 1.000,00	\$ 41,67	\$ 24,00	\$ 48,00
Queso	250,00	Gramos	\$ 2.000,00	\$ 41,67	\$ 48,00	\$ 96,00
Tomate	500,00	Gramos	\$ 2.000,00	\$ 83,33	\$ 24,00	\$ 48,00
Ajo	250,00	Gramos	\$ 2.000,00	\$ 41,67	\$ 48,00	\$ 96,00
Curcuma	250,00	Gramos	\$ 2.000,00	\$ 41,67	\$ 48,00	\$ 96,00
Sal	500,00	Gramos	\$ 3.000,00	\$ 83,33	\$ 36,00	\$ 72,00
Azucar	500,00	Gramos	\$ 2.400,00	\$ 83,33	\$ 28,80	\$ 57,60
Aceite	500,00	Gramos	\$ 4.000,00	\$ 83,33	\$ 48,00	\$ 96,00
Totales					\$ 582,96	\$ 1.165,92

Receta	6
combo	2

Sandwiches de pollo						
Materia Prima	Unidad de medida	sto o v/de Com	plateria utilizada	Costo Unitario	Costo Total	
Pan	3,00	Unidad	\$ 3.000,00	\$ 0,50	\$ 6.000,00	\$ 12.000,00
Pollo	500,00	Gramos	\$ 7.500,00	\$ 83,33	\$ 90,00	\$ 180,00
Champiñones	500,00	Gramos	\$ 10.680,00	\$ 83,33	\$ 128,16	\$ 256,32
Mortadela	250,00	Gramos	\$ 4.000,00	\$ 41,67	\$ 96,00	\$ 192,00
Queso	250,00	Gramos	\$ 5.000,00	\$ 41,67	\$ 120,00	\$ 240,00
Tomate	500,00	Gramos	\$ 2.000,00	\$ 83,33	\$ 24,00	\$ 48,00
Ajo	250,00	Gramos	\$ 2.000,00	\$ 41,67	\$ 48,00	\$ 96,00
Curcuma	250,00	Gramos	\$ 2.000,00	\$ 41,67	\$ 48,00	\$ 96,00
Sal	500,00	Gramos	\$ 3.000,00	\$ 83,33	\$ 36,00	\$ 72,00
Azucar	500,00	Gramos	\$ 2.400,00	\$ 83,33	\$ 28,80	\$ 57,60
Aceite	500,00	Gramos	\$ 4.000,00	\$ 83,33	\$ 48,00	\$ 96,00
Totales					\$ 6.666,96	\$ 13.333,92

Trucha al Ajillo						
Materia Prima	Unidad de medida	Costo o v/de Compra	Materia utilizada	Costo Unitario	Costo Total	
Trucha al Ajillo	500,00 Gramos	\$ 9.000,00	\$ 250,00	\$ 4.500,00	\$ 9.000,00	
Ajo	250,00 Gramos	\$ 2.000,00	\$ 31,25	\$ 1.000,00	\$ 2.000,00	
Mantequilla	125,00 Gramos	\$ 2.500,00	\$ 15,63	\$ 1.250,00	\$ 2.500,00	
Perejil	500,00 Gramos	\$ 1.000,00	\$ 62,50	\$ 500,00	\$ 1.000,00	
Sal	500,00 Gramos	\$ 1.200,00	\$ 62,50	\$ 600,00	\$ 1.200,00	
Aceite	500,00 Gramos	\$ 4.000,00	\$ 62,50	\$ 2.000,00	\$ 4.000,00	
Totales				\$ 9.850,00	\$ 19.700,00	

Bebidas		
Materia Prima	Unidad de medida	Costo o v/de Compra
Cerveza	30 unidad	\$ 50.000,00
Gaseosa	12 unidad	\$ 19.000,00
Cocteles	12 unidad	\$ 60.000,00
Jugos Naturales	12 unidad	\$ 18.000,00
Malteadas	10,00 unidad	\$ 90.000,00
Totales		\$ 237.000,00

Nota: Creación propia de equipo de trabajo Dimali.

Figura 35. Costeo Mano de obra directa e indirecta

Mano de Obra Directa								
CARGO	SUELDO	CANT. DE OPERARIOS X PROCESO	SUELDO	TOTAL AUX. TRANSP.	TOTAL SEG. SOCIAL	TOTAL PARAFISCALES	TOTAL PROVISIONES	TOTALES
Cocineros	1,5 S.M.LV	2	\$ 2.633.409,00	\$ 205.708,00	\$ 343.501,87	\$ 105.336,36	\$ 611.201,22	\$ 3.899.158,45
Auxiliares de cocina	1 S.M.LV	4	\$ 3.511.212,00	\$ 411.416,00	\$ 458.002,49	\$ 140.448,48	\$ 839.153,65	\$ 5.360.232,62
TOTALES			\$ 6.144.621,00	\$ 617.124,00	\$ 801.504,36	\$ 245.784,84	\$ 1.450.354,86	\$ 9.259.391,07

Mano de Obra Indirecta								
CARGO	SUELDO	CANT. DE OPERARIOS X PROCESO	SUELDO	TOTAL AUX. TRANSP.	TOTAL SEG. SOCIAL	TOTAL PARAFISCALES	TOTAL PROVISIONES	TOTALES
Administradoras	1,5 S.M.LV	3	\$ 2.633.409,00	\$ 308.562,00	\$ 343.501,87	\$ 105.336,36	\$ 629.365,23	\$ 4.020.177,46
Diseñador web	1,5 S.M.LV	1	\$ 1.316.704,50	\$ 102.854,00	\$ 171.750,93	\$ 52.668,18	\$ 305.600,61	\$ 1.949.578,22
TOTALES			\$ 3.950.113,50	\$ 411.416,00	\$ 515.252,80	\$ 158.004,54	\$ 934.965,84	\$ 5.969.755,69

Servicios públicos	\$ 800.000,00
Arriendo	\$ 500.000,00
Total	\$ 1.300.000,00

costos indirectos de fabricacion	\$ 7.269.755,69
---	------------------------

Nota: Creación propia de equipo de trabajo Dimali.

5.3 Estrategia de distribución

El canal de marketing directo será para iniciar nuestro único canal de distribución ya que tendremos solo un punto de producción que estará aliado con una empresa prestadora de servicios de entrega quienes serán nuestros intermediarios para finalizar el servicio.

Figura 36. Canales de distribución.



Nota: Tomado de escolares.net (2014) <https://www.escolares.net/marketing/introduccion-al-marketing/conceptos-basicos-del-marketing/plaza-en-marketing-los-canales-de-distribucion/>

5.4 Estrategia de comunicación

5.4.1 Publicidad:

Mediante nuestro blog, sitio web y redes sociales como Twitter, Facebook, Instagram y canal de YouTube generaremos anuncios publicitarios con el fin de dar a conocer nuestros productos y servicios para así poder mejorar nuestro posicionamiento en el mercado.

5.4.2 Promoción de venta

- Descuentos
- Cupones

5.4.3 Marketing Directo

- Correos electrónicos
- Llamada de teléfono
- Folletos y catálogos

Estrategia	Objetivo Smart	Cómo (describa cómo llegará al objetivo)	Quién (con qué medios o personas se apoyará)	Cuando (tenga presente la fecha)	Donde (defina específicamente el lugar donde lo realizará)	Valor (aproximación al costo)
Producto	Aumentar la producción en un 20% en el 2021.	Aumentando la cantidad de producción diaria	Los cocineros, ayudante de cocina	En el 2021	Se empezará por la zona norte, ya que es el sector en donde está nuestro establecimiento de producción	\$15.000.000
Precio	Ofrecer un 5% de descuento por compras dobles en último trimestre de 2021	Haciendo combos dobles, para que el cliente pueda adquirirlo con el descuento	El supervisor de servicios, mercadeo y publicidad y cocineros	En el primer trimestre e del 2021	Se empezará por la zona norte, ya que es el sector en donde está nuestro establecimiento de producción	\$10.000.000
Distribución	Tener nuestra propia línea de distribución de domicilios en el 2021	Estructurando un servicio de domicilio propio	Socios que nos pueda aportar capital	En el 2021	Se empezará por la zona norte, ya que es el sector en donde está nuestro establecimiento de producción	\$70.000.000
Promoción y comunicación	Aumentar en un 50% la visitas en nuestra página web en el primer trimestre del 2021, para potencializar nuestras ventas.	Creando contenidos creativos, que cautiven y satisfaga las necesidades de clientes potenciales	Diseñadores web y las diferentes plataformas digitales	En el 2021	En las principales plataformas digitales	\$8.000.000

5.4.4 Relaciones Públicas:

Mediante el marketing de Influencia que Consiste en dar a probar nuestra marca entre influenciadores para que hablen bien de nuestro producto, concretamente en blogs y redes sociales para así poder generar confianza entre nuestros consumidores.

5.4.5 Marketing Mix

6. MATRIZ DE DESARROLLO DE LA MARCA

Nombre de la Idea: **Bar Restaurante DIMALI**

PASOS	OBJETIVOS	RESULTADO
Primer Paso: Diagnostico del Mercado	A. Identificación del sector	Gastronómico
	B. Identificar marcas en competencia	The Fork, La pascacia
	C. Soluciones principales y alternativas	Experiencia gastronomía-piezas artísticas
	D. Tendencias del mercado	Cocina Ágil
	E. Arquetipo de la Marca	Creativo, Gobernante, Rebelde
Segundo Paso: Realidad psicológica de la Marca	A. Percepción de las marcas de la competencia	Diversidad e integración de la gastronomía y la cultura
	B. Identificar variables del neuromarketing	Blanco, plateado
Tercer Paso: Posicionamiento	A. Identificar Top of mind	x
	B. Identificar Top of heart	
Cuarto Paso: Realidad Material de la Marca	A. Traducir nuestra propuesta de valor en la marca	Integración de la cocina ágil, con cultura, costumbres, arte creativo, rebelde, innovación, ingenio interactuando con los conferencistas a través de plataforma digital.
	B. Definir Arquetipo de la Marca	
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	Marketing Digital

8. LOGO CREADO EN WIX

Figura 37. Logo en wix



7.1 LOGO CREADO POR EL EQUIPO DE TRABAJO Y LOGO FINAL DEL NUESTRO PROYECTO

Figura 38. Logo Bar restaurante Dimali



Nota: Creación propia de equipo de trabajo Dimali.

8. MARKETING DIGITAL

Nuestra página Web: <https://barestaurantedimal.wixsite.com/misitiolandingpag>

Nuestro Facebook: <https://www.facebook.com/BaRestaurante-Dimali-100361795210925/>

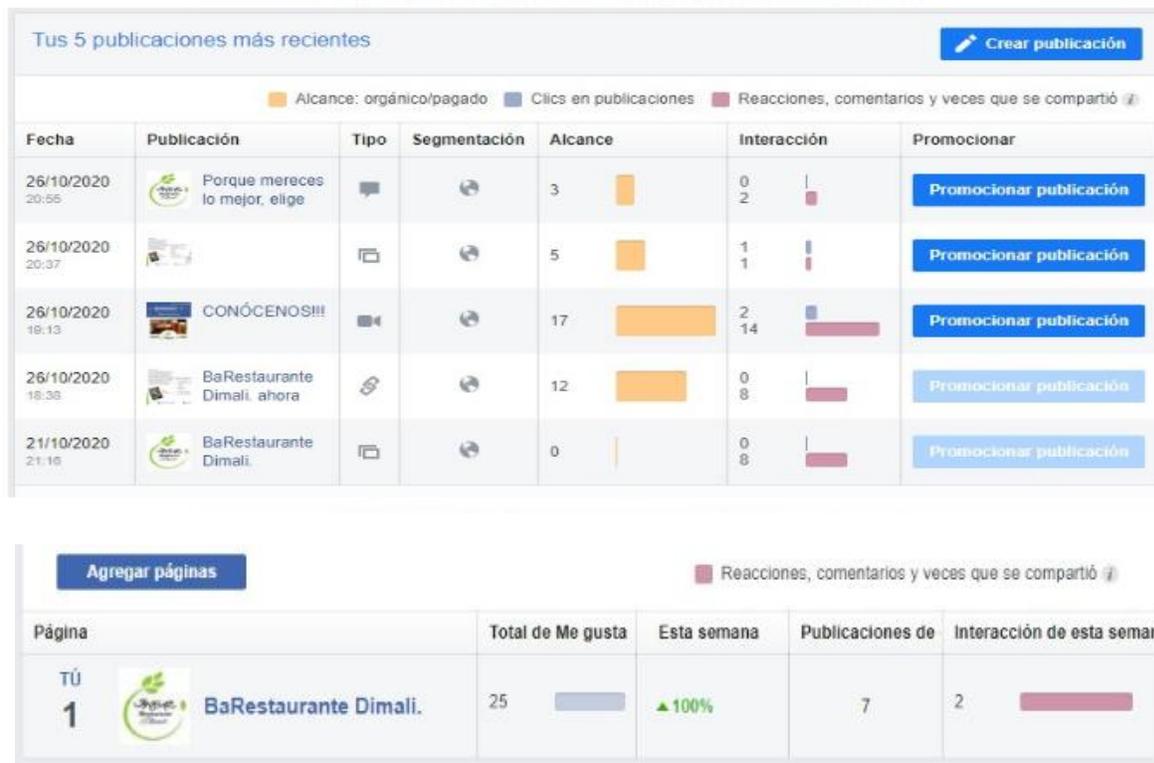
Nuestra campaña Publicitaria campaña publicitaria se encuentra publicada en la plataforma de YouTube

Publicación en YouTube

https://www.youtube.com/channel/UC5Cw91ceWALrN0PgGTcKoBQ?view_as=subscriber

9. MÉTRICAS CLAVES

Figura 39. Métricas Facebook empresarial



Nota: tomado de Facebook empresarial Bar restaurante Dimali

Nuestras publicaciones tuvieron un muy buena aceptación y acogida en corto tiempo.

ESTUDIO TECNICO

1. Defina en una cuartilla la ubicación y localización del proyecto, teniendo en cuenta los conceptos de macro localización y micro localización:

A partir de la investigación realizada en varios sectores de diferentes ciudades del país decidimos que nuestra dirección de atención al público será un local que tomaremos en arriendo en la calle 170 con autopista norte en el barrio nueva Zelandia de la localidad de Usaquén, en la ciudad de Bogotá; teniendo en cuenta que estamos cerca de nuestro mercado objeto que son los habitantes del sector con mejor poder adquisitivo y es la ciudad más comercial de la nación , la cual tiende a ser mayor si se tiene en cuenta todos los proyectos viales y de vivienda que se están llevando a cabo en el sector.

Evidenciamos también que con la ampliación las vías que se tienen contempladas, tendremos mejor oportunidad de darnos a conocer en el mercado ya que esta es una de las principales avenidas de acceso y salida de la ciudad desde la región nororiental donde se mejoraría la afluencia de transporte público y de habitantes, lo que representa una alta favorabilidad debido a que en el sector hasta el momento no hay un establecimiento comercial que tenga estas características con autoservicio.

9.1 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

REQUERIMIENTOS DE OPERACIÓN: INFRAESTRUCTURA, ADECUACIONES, MAQUINARIA Y EQUIPO, MUEBLES Y ENCERES Y DEMAS ACTIVOS.

Tabla 5. Requerimientos de Operación

TIPO DE ACTIVO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	REQUISITOS TECNICOS
INFRAESTRUCTURA A ADECUACIONES	ARRIENDO MES LOCAL DE 6 POR 12 M2	1	\$ 800.000,00	\$ 800.000,00	Con conexión de todos los servicios públicos.
	ADECUACIONES EXTERNAS		\$ 300.000,00	\$ 300.000,00	
	ADECUACIONES INTERNAS		\$1'000.000	\$1'000.000	
MAQUINARIA Y EQUIPO	ESTUFA INDUSTRIAL	1	\$ 1.300.000,00	\$ 1.300.000,00	
	HORNO	1	1'800.000	1'800.000	Con conexión a gas natural.
	LICUADORA INDUSTRIAL	2	\$ 549.900,00	\$ 1.099.800,00	
	BATIDORA INDUSTRIAL	1	\$ 789.900,00	\$ 789.900,00	
	FREIDORA	2	\$ 429.900,00	\$ 859.800,00	
	NEVECON	1	6'500.000	6'500.000	
	JUEGO UTENSILIOS DE COCINA DE SILICONA	1	\$ 185.000,00	\$ 185.000,00	
	RECIPIENTES	5	\$ 18.000,00	\$ 90.000,00	
	PINZAS PARRILLERAS	2	\$ 22.000,00	\$ 44.000,00	
	PARRILLAS	2	\$ 66.000,00	\$ 132.000,00	
	JUEGO DE OLLAS POR 12 UNIDADES	2	\$ 205.000,00	\$ 410.000,00	
CELULAR CORPORATIVO	3	\$ 399.000,00	\$ 1.197.000,00	Con sistema android.	

EQUIPO DE COMUNICACIÓN Y COMPUTACIÓN	TELÉFONO FIJO	2	\$ 120.000,00	\$ 240.000,00	
	COMPUTADOR DE ESCRITORIO	2	\$ 1.200.000,00	\$ 2.400.000,00	
	PORTATIL	1	\$ 1.750.000,00	\$ 1.750.000,00	
	IMPRESORA	2	\$ 620.000,00	\$ 1.240.000,00	
	ESCRITORIO	3	\$ 250.000,00	\$ 750.000,00	
	MESAS	4	\$ 150.000,00	\$ 600.000,00	
	SILLAS	10	\$ 40.000,00	\$ 400.000,00	
	ARCHIVADOR METALICO	1	\$ 280.000,00	\$ 280.000,00	
	CAJA REGISTRADORA	1	\$ 1'070.000	\$ 1'070.000	
	SET DE IMPLEMENTOS DE OFICINA	3	\$ 50.000,00	\$ 150.000,00	
	DATAFONO	2	\$ 72.773,00	\$ 145.546,00	
	CAMARAS	2	\$ 100.000,00	\$ 200.000,00	Con conexión para instalarle sistema de seguridad
	SILLA ESCRITORIO	1	\$ 140.000,00	\$ 140.000,00	
	VALOR TOTAL REQUERIMEINTOS DE OPERACIÓN				\$ 15.503.046

10. INFRAESTRUCTURA:

Contemplamos una infraestructura con un área de 12 por 5 M², la cual se distribuirá en diferentes secciones que serán de un tamaño predeterminado de acuerdo a su función:

Bodega: 1 mt por 4.50 mt

Cocina: 2.50 mt por 4.50 mt

Zona de alistamiento y despacho de domicilios: 3 mt por 3 mt

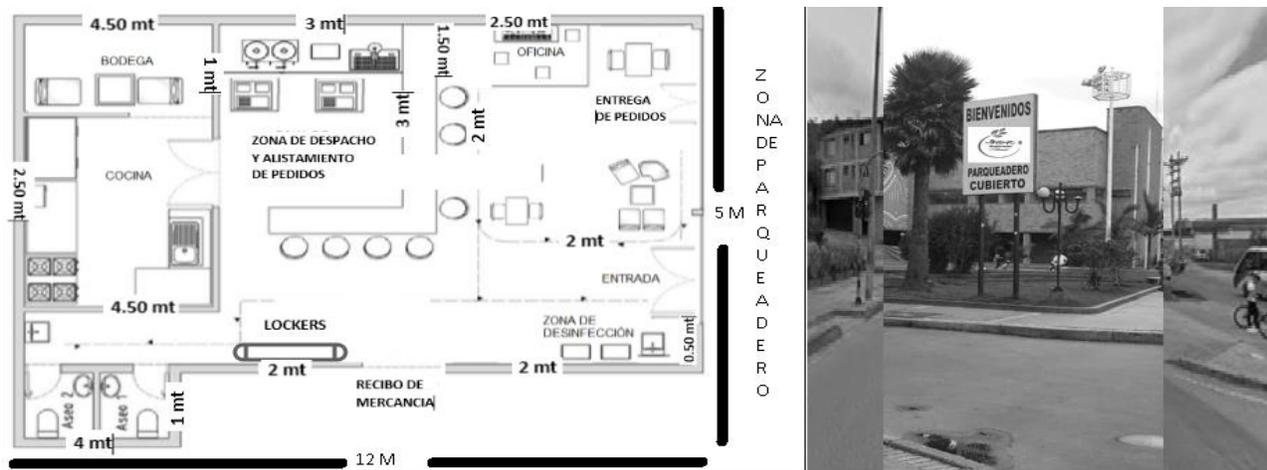
Oficina: 2.50 mt por 1.50 mt

Baños 1 mt por 4 mt

Zona de desinfección 0.50 mt por 2 mt

Espacio de despacho de pedidos autoservicio 2 mt por 2 mt

Figura 40. Plano Bar restaurante Dimali



Nota: Tomado de Tablero blanco Lucidchart (2020) https://lucid.app/lucidspark/94f31231-40a2-44a4-89a8-3c65b2956579/edit#?folder_id=home&browser=icon

¿Para el funcionamiento del negocio es necesario un lugar físico de operación?

Si es necesario tener un lugar físico para el funcionamiento de nuestro negocio por que la actividad comercial a la cual nos vamos a dedicar que es la manipulación y comercialización de alimentos, requiere de un lugar adecuado e higiénico en el cual se manejen todos los protocolos de bioseguridad, además que será un punto de referencia para darnos a conocer en el mercado con nuestro sistema de autoservicio.

ESTUDIO TECNICO II

11. INGENIERIA DEL PROYECTO

1. Teniendo en cuenta el proceso de producción u operación de su producto o servicio, responda las siguientes preguntas y elabore el flujograma respectivo.

Ingeniería del proyecto:

El Bar-restaurante DIMALÍ, cuenta con diferentes procesos de producción, ya que ofrece un menú muy variado con unos exquisitos platos. El menú cuenta con las siguientes categorías:

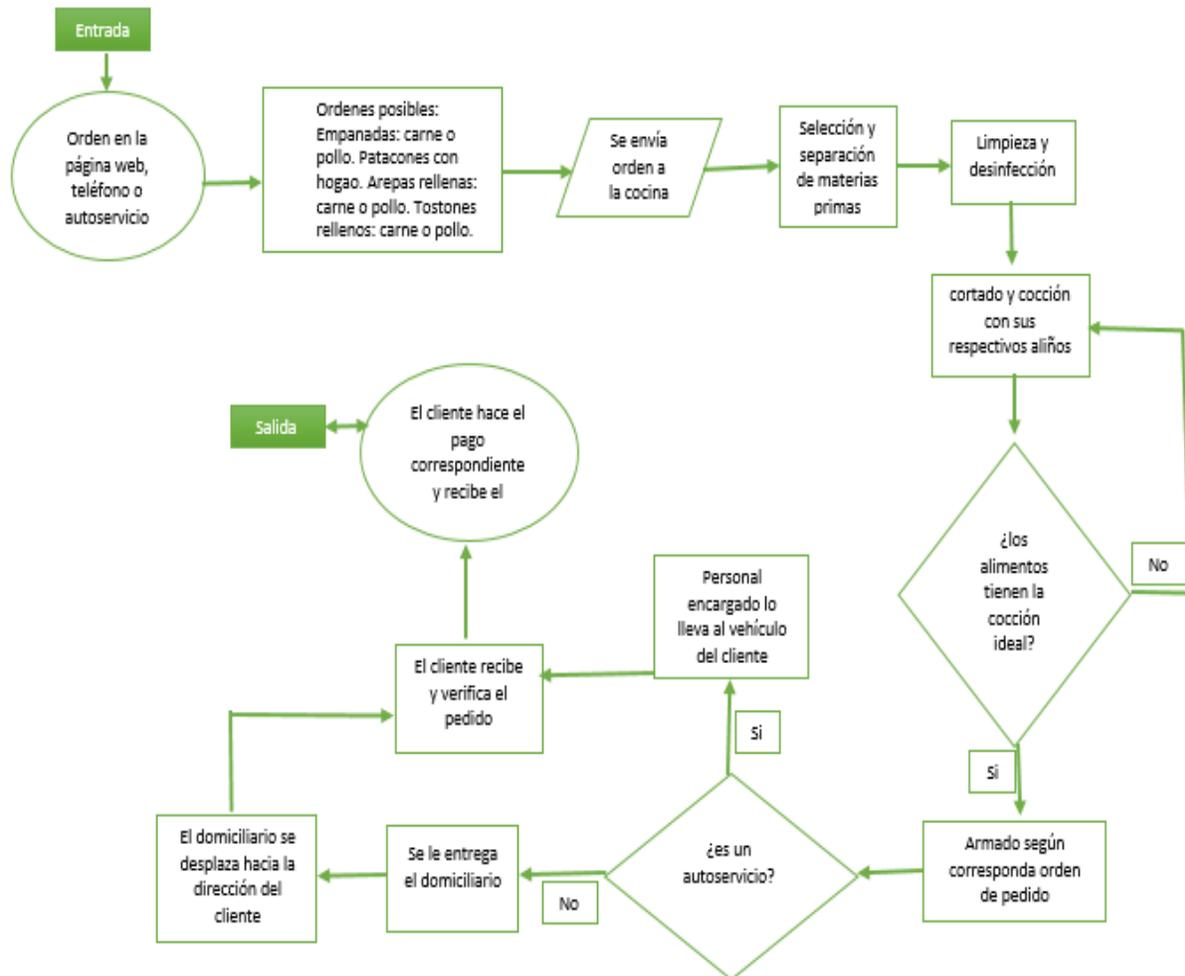
Entradas y bocaditos, comidas rápidas gourmet, menú ocasiones especiales, acompañamientos, bebidas y cocteles.

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

Teniendo en cuenta nuestro bien y servicio se realizará el siguiente proceso:

11.1 Flujograma de procesos de producción de entradas y bocaditos

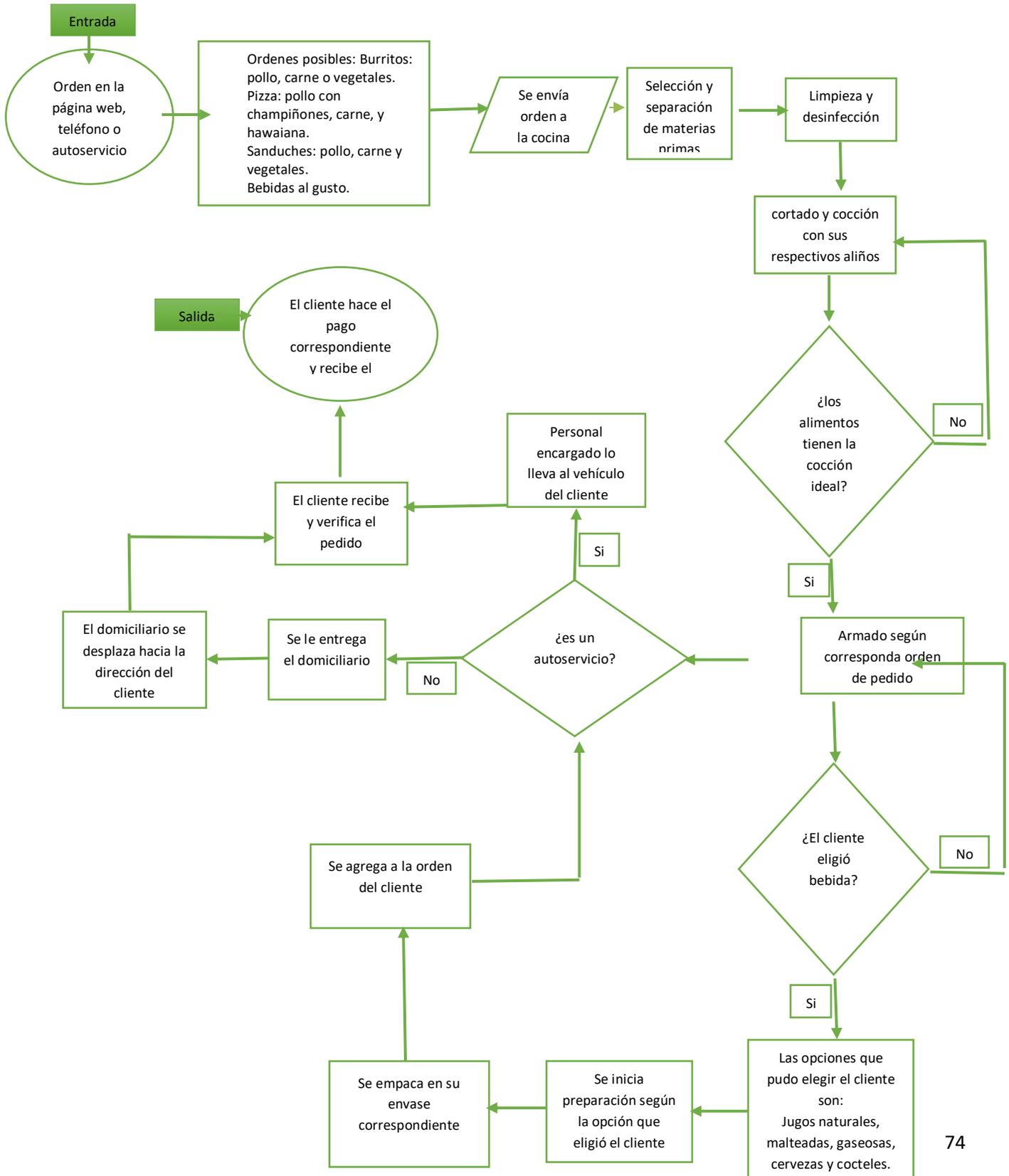
Figura 41. Flujograma de procesos de producción de entradas y bocaditos



Nota: Creación propia de equipo de trabajo Dimali.

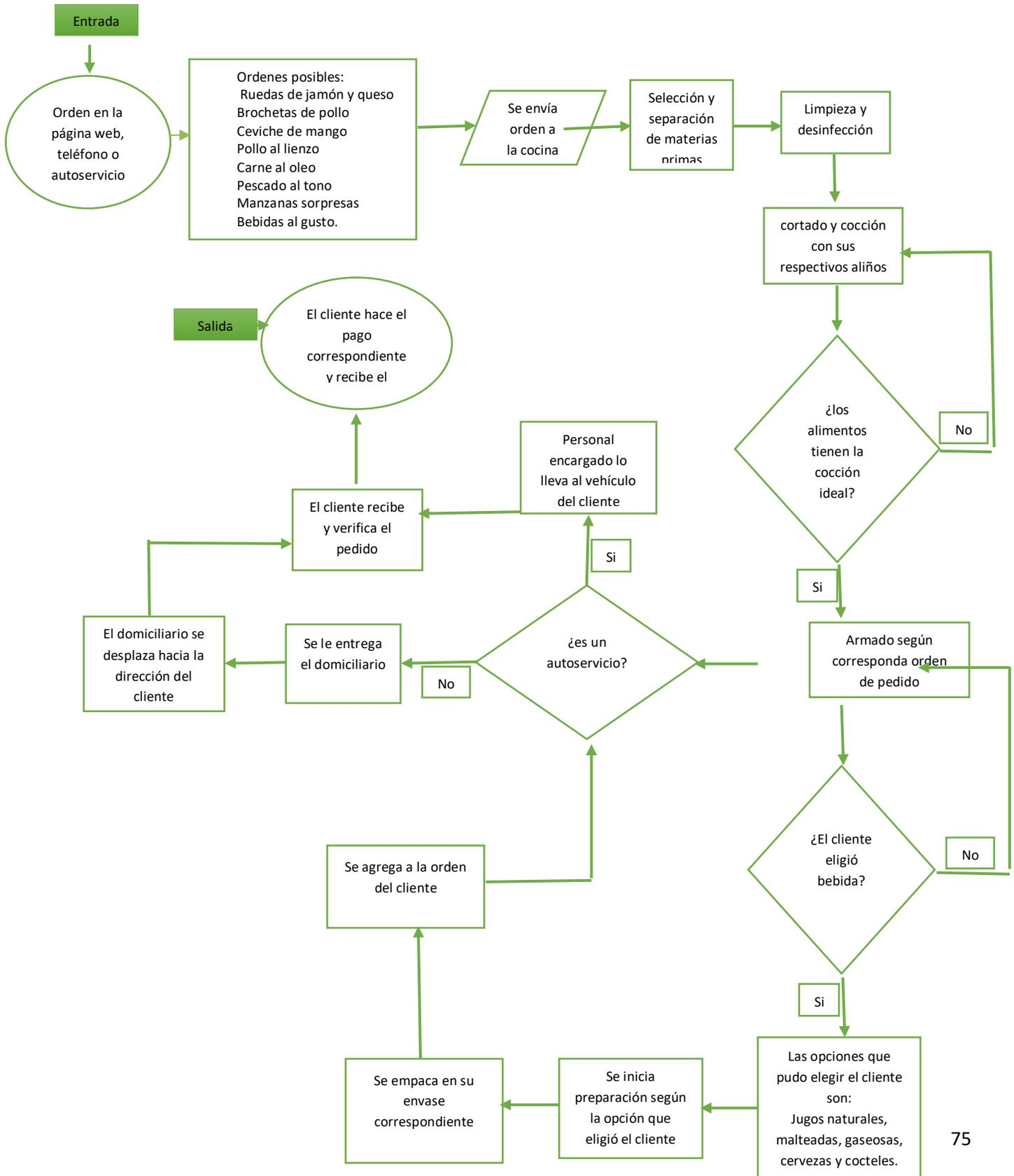
11.1.2 Flujograma de proceso y producción de las comidas rápidas gourmet

Figura 42. Flujograma creado para proceso y producción comidas rápidas gourmet



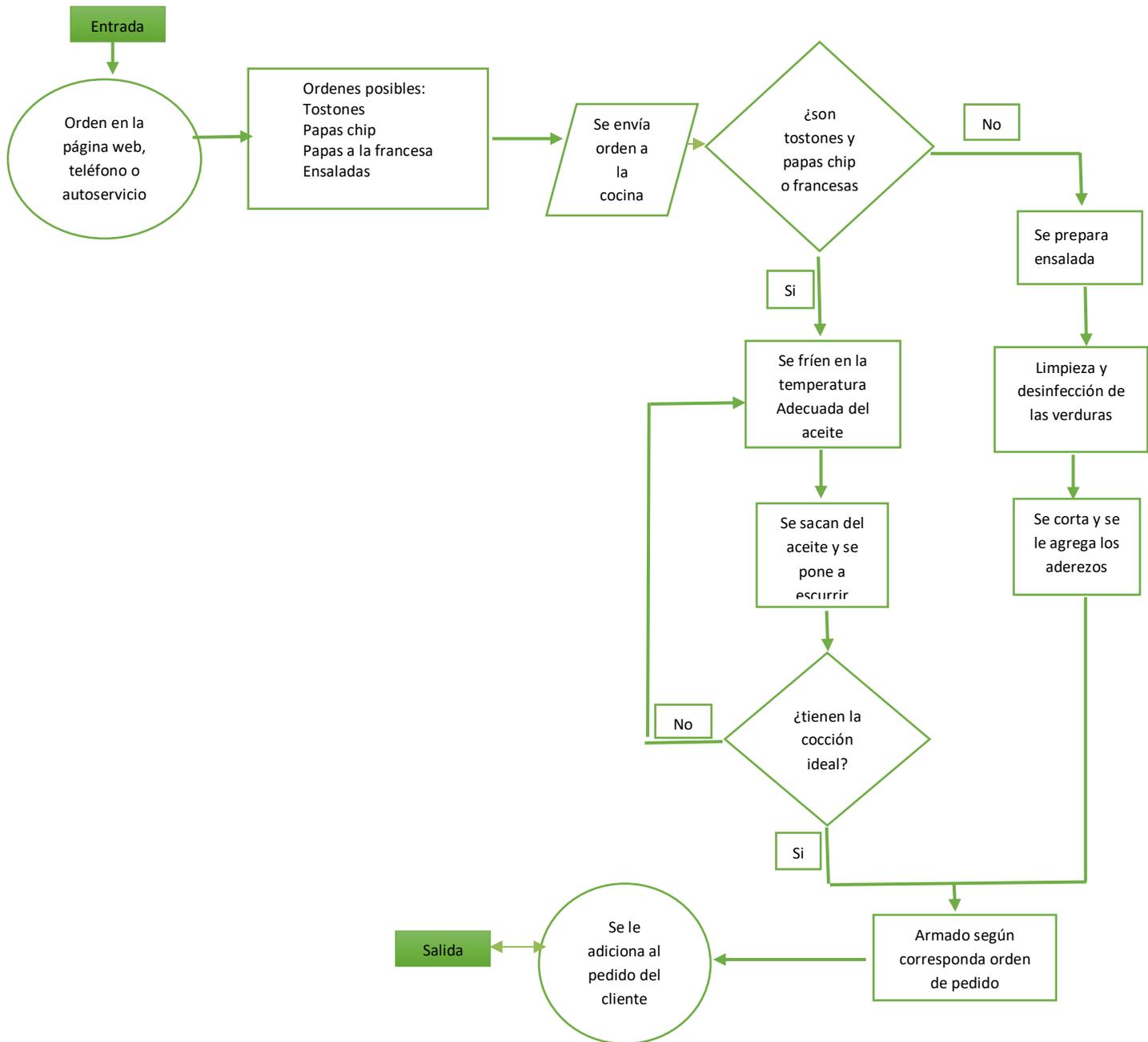
11.1.3 Flujograma de proceso de producción de los menús de ocasiones especiales

Figura 43. Flujograma creado de la producción de menús ocasiones especiales



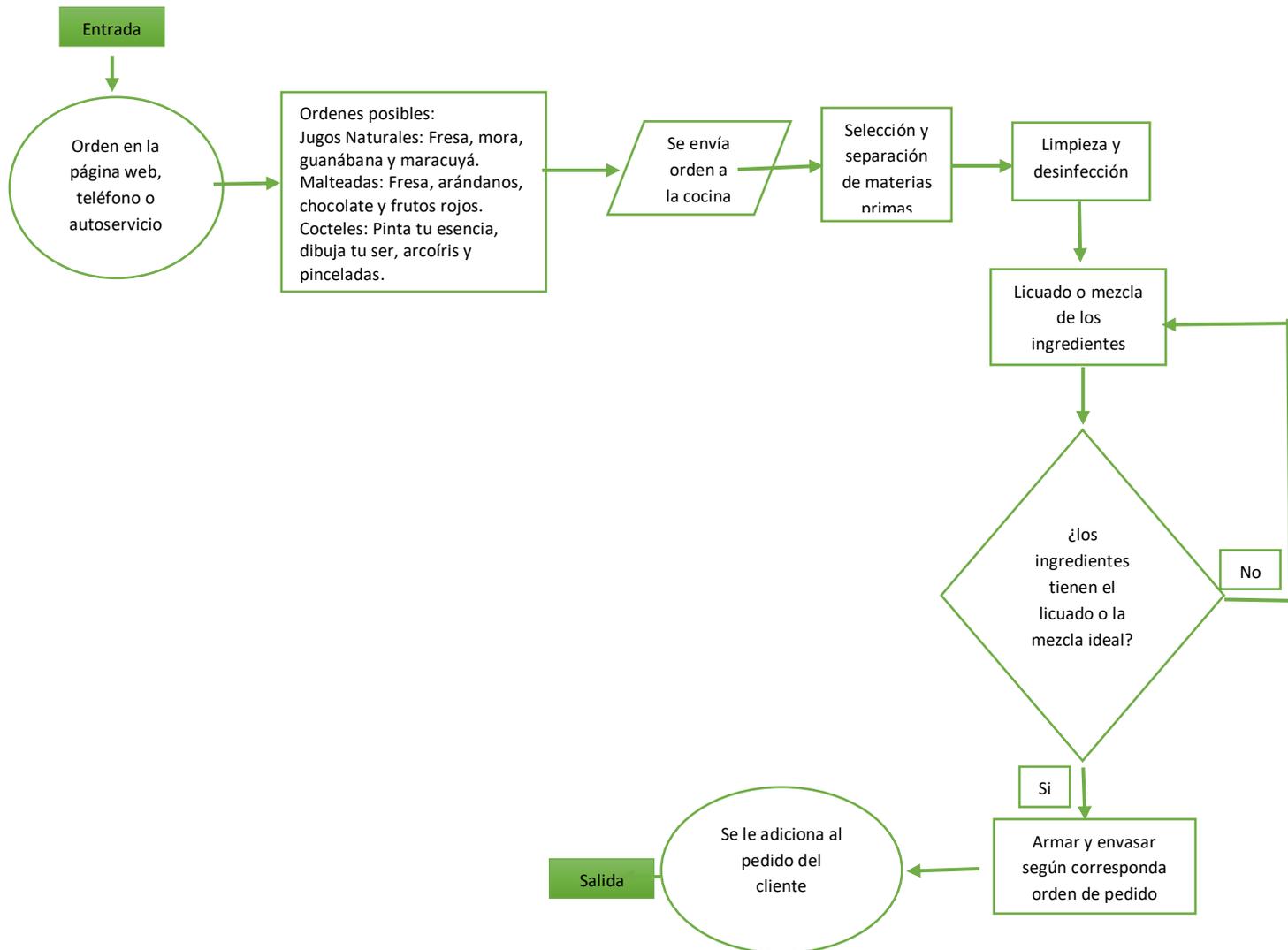
11.1.4 Flujograma de procesos de producción de acompañamientos

Figura 44. Flujograma creado para procesos de producción



11.1.5 Flujograma de procesos de producción de bebidas

Figura 45. Flujograma creado para proceso de producción de bebidas



Nota: Creación propia de equipo de trabajo Dimali.

11.2 ¿Qué materia prima o insumos necesita para la elaboración del producto?

11.2.1 Platos: Entradas y Bocaditos

- Empanadas: Carne o pollo
- Patacones con hogao
- Arepas rellenas: Carne o pollo
- Tostones rellenos: Carne o pollo

Figura 46. Listados de insumos requeridos por categoría de producto

Materia prima o insumo	Cantidad	Precio
Aceite	910 g	\$ 12.000

Empanadas de Pollo			Empanadas de Carne			Patacones con hogao		
Materias Primas o insumos	Cantidad	Precios	Materia Prima o insumos	Cantidad	Precios	Materia Prima o insumos	Cantidad	Precios
Pollo	125 g	\$ 500	Carne de res	125 g	\$ 600	platanos	80 g	\$ 500
Papa sabanera	150 g	\$ 300	Papa sabanera	150 g	\$ 300	Tomate	50 g	\$ 200
Harina	100 g	\$ 256	Harina	100 g	\$ 256	Cebolla	36 g	\$ 200
Cebolla	36 g	\$ 200	Cebolla	36 g	\$ 200	Ajo	5 g	\$ 50
Arroz	20 g	\$ 160	Arroz	20 g	\$ 160	Curcuma	125 g	\$ 192
Tomate	50g	\$ 200	Tomate	50 g	\$ 200	paprika	125 g	\$ 192
Ajo	5 g	\$ 50	Ajo	5 g	\$ 50	Sal	5 g	\$ 77
Curcuma	5 g	\$ 192	Curcuma	5 g	\$ 192			
Pimentón	125 g	\$ 154	Sal	5 g	\$ 77			
Sal	5 g	\$ 77	pimentón	125 g	\$ 154			
Totales		\$ 2.088	Totales		\$ 2.189	Totales		\$ 1.411

Arepas Rellenas- Pollo			Arepas Rellenas- Carne			Tostones rellenos de carne		
Materia Prima o insumos	cantidad	Precios	Materia Prima o insumos	cantidad	Precios	Materia Prima o insumos	Cantidad	Precios
Pollo	150 g	\$ 800	Carne	150 g	\$ 900	platanos	80 g	\$ 500
Queso	28 g	\$ 200	Queso	28 g	\$ 200	Tomate	50 g	\$ 200
Harina	200 g	\$ 256	Harina	200 g	\$ 256	Cebolla larga	125 g	\$ 100
Cebolla	36 g	\$ 200	Cebolla	36 g	\$ 200	cilantro	6 g	\$ 35
Tomate	50 g	\$ 200	Tomate	50 g	\$ 200	Cebolla cabezona	36 g	\$ 200
Ajo	5 g	\$ 50	Ajo	5 g	\$ 50	Ajo	5 g	\$ 50
Curcuma	5 g	\$ 192	Curcuma	5 g	\$ 192	Curcuma	125 g	\$ 192
Pimenton	125 g	\$ 154	Pimenton	125 g	\$ 154	pimentón	125 g	\$ 192
Sal	5 g	\$ 77	Sal	5 g	\$ 77	Sal	5 g	\$ 77
Cebolla larga	125 g	\$ 100	Cebolla larga	125 g	\$ 100	carne	150 g	\$ 900
oregano	25 g	\$ 50	oregano	25 g	\$ 50			
Totales		\$ 2.278	Totales		\$ 2.378	Totales		\$ 2.446

Tostones rellenos de pollo		
Materia Prima o insumos	Cantidad	Precios
platano	80 g	\$ 500
Tomate	50 g	\$ 200
Cebolla larga	125 g	\$ 100
cilantro	6 g	\$ 35
Cebolla cabezona	36 g	\$ 200
Ajo	5 g	\$ 50
Curcuma	125 g	\$ 192
pimentón	125 g	\$ 192
Sal	5 g	\$ 77
pollo	150 g	\$ 800
Totales		\$ 2.346

Nota: Creación propia de equipo de trabajo Dimali.

11.2.2 Plato: Comidas rápidas gourmet

- Burritos: Pollo, carne o vegetales
- Pizzas: Pollo y champiñones, Carne o hawaiana
- Sandwiches: Pollo, carne o vegetales

Figura 47. Listados de insumos requeridos comidas rápidas gourmet

Burritos de Carne			Burritos de Pollo			Burritos de Vegetales		
Materia Prima o insumos	Cantidad	Precio	Materia Prima e insumos	Cantidad	Precio	Materia Prima e insumos	Cantidad	Precio
Carne de res	150 g	\$ 900	Pollo	150 g	\$ 800	Champiñones	0.60 g	\$ 500
Harina	100 g	\$ 256	Harina	100 g	\$ 256	Harina	100 g	\$ 256
Cebolla	36 g	\$ 200	Cebolla	36 g	\$ 200	Cebolla	36 g	\$ 200
Huevos	53 g	\$ 250	Huevos	53 g	\$ 250	Brócoli	25 g	\$ 150
Tomate	50 g	\$ 200	Tomate	50 g	\$ 200	Tomate	50 g	\$ 200
lechuga	7.5 g	\$ 50	lechuga	7.5 g	\$ 50	lechuga	7.5 g	\$ 50
Curcuma	5 g	\$ 192	Curcuma	5 g	\$ 192	limón	50 g	\$ 100
Pimentón	125 g	\$ 154	Pimentón	125 g	\$ 154	Pimentón	125 g	\$ 154
Queso	30 g	\$ 200	Queso	30 g	\$ 200	Queso	30 g	\$ 200
Espinaca	7.5 g	\$ 50	Espinaca	7.5 g	\$ 50	Espinaca	7.5 g	\$ 50
Aguacate	42.5 g	\$ 500	Aguacate	42.5 g	\$ 500	Aguacate	42.5 g	\$ 500
Sal	5 g	\$ 77	Sal	5 g	\$ 77	Sal	5 g	\$ 77
Totales		\$ 3.029	Totales		\$ 2.929	Totales		\$ 2.437

Pizza de Carne			Pizza Haiwana			Pizza de Pollo con Champiñones		
Materia Prima o insumos	Cantidad	Precio	Materia Prima o insumos	Cantidad	Precio	Materia Prima o insumos	Cantidad	Precios
Chorizo	100 g	\$ 1.000	Harina	125 g	\$ 256	Harina	125 g	\$ 256
Mortadela de pollo	30 g	\$ 300	Piña	50 g	\$ 500	Pollo	50 g	\$ 1.000
Salchicha	100 g	\$ 700	Mortadela	30 g	\$ 300	Champiñones	125 g	\$ 1.000
Harina	125 g	\$ 256	Queso	25 g	\$ 500	Mortadela	30 g	\$ 300
Cebolla	150 g	\$ 200	Tomate	50 g	\$ 200	Queso	25 g	\$ 500
Tomate	50 g	\$ 200	Ajo	5 g	\$ 50	Tomate	50 g	\$ 200
Ajo	5 g	\$ 50	Curcuma	5 g	\$ 72	Ajo	5 g	\$ 50
Levadura	15 g	\$ 80	Levadura	15 g	\$ 80	Levadura	15 g	\$ 80
Curcuma	5 g	\$ 72	Sal	5 g	\$ 77	Curcuma	5 g	\$ 72
Pimenton	125 g	\$ 154	Azucar	5 g	\$ 90	Sal	5 g	\$ 77
Sal	5 g	\$ 77	Aceite	15 g	\$ 30	Azucar	5 g	\$ 90
Azucar	5 g	\$ 90				Aceite	15 g	\$ 30
Aceite	15 g	\$ 30						
Totales		\$ 3.209	Totales		\$ 2.155	Totales		\$ 3.655

Sanduche de pollo			Sanduche de Vegetales			Sanduche de Carne		
Materia Prima o insumos	Cantidad	precios	Materia Prima o insumos	Cantidad	precios	Materia Prima o insumos	Cantidad	precios
Pan	125 g	\$ 2.000	Pan	125 g	\$ 2.000	Pan	125 g	\$ 2.000
Pollo	100 g	\$ 800	Atún	125 g	\$ 2.000	Carne	100 g	\$ 1.000
Champiñones	125 g	\$ 900	Apio	25 g	\$ 50	Champiñones	125 g	\$ 900
Mortadela	30 g	\$ 300	Lechuga	7.5 g	\$ 50	Mortadela	30 g	\$ 300
Queso	25 g	\$ 500	Queso	25 g	\$ 500	Queso	25 g	\$ 500
Tomate	50 g	\$ 200	Tomate	50 g	\$ 200	Tomate	50 g	\$ 200
Lechuga	7.5 g	\$ 50	Mayonesa	20 g	\$ 200	Lechuga	7.5 g	\$ 50
Salsa tartara	20 g	\$ 200	limón	20 g	\$ 100	Salsa tartara	20 g	\$ 200
Sal	5 g	\$ 77	Sal	5 g	\$ 77	Sal	5 g	\$ 77
Mayonesa	20 g	\$ 200				Cúrcuma	5 g	\$ 200
Apio	25 g	\$ 50				Apio	25 g	\$ 50
Totales		\$ 5.277	Totales		\$ 5.177	Totales		\$ 5.477

Nota: Creación propia de equipo de trabajo Dimali.

11.2.3 Plato: Menús ocasiones especiales

- Ruedas de jamón y queso
- Brochetas de pollo
- Ceviche de mango
- Pollo al lienzo
- Carne al oleo
- Pescado al tono

Figura 48. Listados de insumos entradas y ocasiones especiales.

Ruedas de Jamon y Queso			Brochetas de Pollo			Ceviche de Mango		
Materia Prima o insumos	Cantidad	Precios	Materia Prima o insumos	Cantidad	Precios	Materia Prima o insumos	Cantidad	Precios
Jamon de Pollo	250 g	\$ 3.000	Pechuga de Pollo	500 g	\$ 5.000	Mango	500 g	\$ 1.800
Queso	250 g	\$ 1.000	Tomate	250g	\$ 800	ají	25 g	\$ 200
Perejil	250 g	\$ 500	Ajo	250g	\$ 300	limón	135 g	\$ 300
Mayonesa	500 g	\$ 1.000	Curcuma	500 g	\$ 1.000	Sal	10 g	\$ 80
Totales		\$ 5.500	Repollo morado	500 g	\$ 600	Aceite	15 g	\$ 500
			Sal	8 g	\$ 400	Cebolla	36 g	\$ 400
			Aceite	500 g	\$ 1.300	Cilantro	15 g	\$ 200
			cebolla	36 g	\$ 300	Totales		\$ 3.480
			Pimentón	25 g	\$ 300			
			Totales		\$ 10.000			

Pollo al lienzo			Carne al Oleo			Trucha al Ajillo		
Materia Prima o insumos	Cantidad	Precios	Materia Prima o insumos	Cantidad	Precios	Materia Prima o insumos	Cantidad	Precios
Pechuga de Pollo	500 g	\$ 5.000	Carne	500 g	\$ 6.000	Trucha	500 g	\$ 7.000
fresas	250 g	\$ 1.200	Tomate	250 g	\$ 2.000	Ajo	15 g	\$ 300
Piña	250 g	\$ 2.000	Ajo	15 g	\$ 300	Mantequilla	125 g	\$ 1.200
Jamon	500 g	\$ 3.000	Curcuma	6 g	\$ 300	Perejil	125 g	\$ 300
Queso	500 g	\$ 1.000	Cebolla	250 g	\$ 1.000	Sal	10 g	\$ 80
Sal	10 g	\$ 80	Sal	10 g	\$ 80	Aceite	15 g	\$ 2.000
Aceite	15 g	\$ 300	Aceite	15 g	\$ 300	Limón	135 g	\$ 300
Totales		\$ 12.580	Pimentón	25 g	\$ 800	Cebolla	250 g	\$ 1.000
			Totales		\$ 10.780	Totales		\$ 12.180

Nota: Creación propia de equipo de trabajo Dimali.

11.2.4 Acompañamientos

- Tostones
- Papas chip
- Papas a la francesa
- Ensaladas

Figura 49. Listado de insumos acompañamientos

			Ensalada		
Materia primas o insumos	Cantidad	Precios	Materia primas o insumos	Cantidad	Precios
Tostones	5(375 g)	\$ 1.500	Tomate	100 g	\$ 600
papas chip	150 g	\$ 800	Cebolla	36 g	\$ 300
Papas a la francesas	200 g	\$ 800	lechuga	15 g	\$ 300
Totales		\$ 3.100	Pepino	125 g	\$ 400
			Vinagreta	15 g	\$ 200
			Totales		\$ 1.800

Nota: Creación propia de equipo de trabajo Dimali.

11.2.5 Bebidas

- Jugos naturales: Fresa, mora, guanábana y maracuyá
- Malteadas: Fresa, arándanos, chocolate y frutos rojos.
- Cocteles: Pinta tu esencia, dibuja tu ser, arcoíris y pinceladas.

Figura 50. Listado de insumos para bebidas.

Jugo de fresa			Jugo de Mora			Jugo de Maracuyá		
Materia prima o insumos	Cantidad	Precios	Materia prima o insumos	Cantidad	Precios	Materia prima o insumos	Cantidad	Precios
Fresas	250 g	\$ 800	Mora	250 g	\$ 1.000	Maracuyá	250 g	\$ 800
leche	125 g	\$ 500	leche	125 g	\$ 500	azucar	45 g	\$ 300
azucar	45 g	\$ 300	azucar	45 g	\$ 300	Agua	250 g	\$ 200
Agua	125 g	\$ 200	Agua	125 g	\$ 200	Totales		\$ 1.300
Totales		\$ 1.800	Totales		\$ 2.000			

Jugo de Guanábana			Malteada de Fresas			Malteada de Arándanos		
Materia prima o insumos	Cantidad	Precios	Materia prima o insumos	cantidad	Precios	Materia prima o insumos	cantidad	Precios
Guanábana	250 g	\$ 800	Helado de fresa	20 g	\$ 1.000	Leche	125 g	\$ 300
leche	125 g	\$ 500	Fresas	250 g	\$ 800	Helado de vainilla	20 g	\$ 1.000
azucar	45 g	\$ 300	Leche	125 g	\$ 300	Arándanos	250 g	\$ 800
Agua	125 g	\$ 200	leche condensada	50 g	\$ 200	Hielo	25 g	\$ 50
Totales		\$ 1.800	Hielo	25 g	\$ 50	Totales		\$ 2.150
			Limón	50 g	\$ 100			
			Crema chantillí	25 g	\$ 500			
			Total		\$ 2.950			

Malteada de Chocolate			Malteada de Frutos rojos			Coctel Pinta tu esencia (Moscovita)		
Materia prima o insumos	Cantidad	Precios	Materia primas o insumos	Cantidad	Precios	Materia prima o insumos	Cantidad	Precios
Chocolate	250 g	\$ 800	Fresas	250 g	\$ 800	Leche condensada	50 g	\$ 300
Leche	125 g	\$ 300	frambuesa	250 g	\$ 800	Vodka	50 g	\$ 1.000
Hielo	25 g	\$ 50	Helado de Vainilla	20 g	\$ 800	Jugo de naranja	50g	\$ 500
Helado vainilla	20 g	\$ 800	leche	125 g	\$ 300	Tequila	50 g	\$ 1.000
Cerezas	125 g	\$ 500	Hielo	25 g	\$ 50	Hielo	43.7 g	\$ 200
Crema chantillí	25 g	\$ 500	Crema Chantillí	25 g	\$ 500	Totales		\$ 3.000
Totales		\$ 2.950	Totales		\$ 3.250			

Coctel Dibuja tu ser (Uva libre)			Coctel Arcoiris (Tropical)			Coctel Pinceladas (Canelazo)		
Materia prima o insumos	Cantidad	Precios	Materia prima o insumos	Cantidad	Precios	Materia prima o insumos	Cantidad	Precios
Jugo de uva	120 g	\$ 800	Agua	150 g	\$ 200	Agua de panela	90 g	\$ 300
leche condensada	50 g	\$ 300	Azucar	30 g	\$ 300	Aguardiente	45 g	\$ 500
Vino blanco	50 g	\$ 1.000	Jugo de limón	60 g	\$ 500	Jugo de limón	12 g	\$ 800
Hielo	43.7 g	\$ 200	Café	60 g	\$ 500	Astilla de canela	1.5 g	\$ 200
Totales		\$ 2.300	Hielo	43.7 g	\$ 200	Totales		\$ 1.800
			Ron	150 g	\$ 400			
			Totales		\$ 2.100			

Nota: Creación propia de equipo de trabajo Dimali.

2. Desarrolle la siguiente tabla de requerimientos de operación en el proceso de producción de su empresa.

11.3 TABLA DE REQUERIMIENTOS

Tabla 6. Tabla de requerimientos

Bien/Servicio:					
Unidades a producir:					
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)	
Elaboración de entras y bocaditos	20/(0.33)	Cocinero	1	Picadora	1
		Auxiliar de cocina	1	Freidora	1
		Domiciliario	1	Plancha para cocina	1
				Moto	1
				32	=Horas Máquinas
				96	=Capacidad de producción
Elaboración de comidas rápida gourmet	30/(0.5)	Cocinero	1	Horno	1
		Auxiliar de cocina	1	Sartén	3
		Domiciliario	1	Cortapizzas	2
				Estufa	1
				Utensilios de cocina	4
				Batidora	1
				Picadora	2
				112	=Horas Máquinas
		224	=Capacidad de producción		

Elaboración de menús ocasiones especiales	60/1	Cocinero	1	Estufa	1
		Auxiliar de cocina	1	Utensilios de cocina	4
		Domiciliario	1	wocks	3
				Picadora	2
				Sartén	3
				Parrillas	2
				Licadora	2
				Batidora	1
					144 =Horas Máquinas
					144 =Capacidad de producción
Elaboración de bebidas y cocteles	10/ (0.16)	Cocinero	1	Licadora industrial	2
		Auxiliar de cocina	1	Utensilios de cocina	5
		Domiciliario	1	Coladores	2
				Batidoras de inmersión	2
				Batidora para malteadas	2
				Shaker o agitador	2
				Colador Hawthorne	2
				Vaso medidor	2
				Sacacorchos	1
				Exprimidor	1
				Cubitera	2
				Colador Julep	1
				Macerador	2
				Vertedor de botella	2
				Medidor de coctel	2
				Cucharilla larga de coctel	2
					256 =Horas Máquinas
			1536 =Capacidad de producción		
Total	120/2			544 =Horas Máquinas	
				272 =Capacidad de producción	

Nota: Creación propia de equipo de trabajo Dimali.

ESTUDIO TÉCNICO III

12. FICHAS TÉCNICAS

Se relacionan las respectivas fichas técnicas de los alimentos, bebidas y servicio de Bar Dimali en donde se encuentra información detallada por categorías del menú de la siguiente forma:

Figura 51. Ficha técnica entradas y bocaditos

	BAR RESTAURANTE DIMALI		
	CODIGO: PR-EB- 001	VERSIÓN: 01	FECHA:5/11/2020
FICHA TECNICA DEL PRODUCTO			
A. NOMBRE DEL PRODUCTO (Defina el nombre tecnico del producto)			
ENTRADAS Y BOCADITOS			
B. COMPOSICION DEL PRODUCTO EN ORDEN DECRECIENTE			
Pasabocas de carne o pollo			
● Empanaditas futboleras ;			
Harina pan 50gr, carne- filete de falda 125g , o pechuga de pollo 125g, papa criolla 62,5g cebolla cabezona 50 g, curcuma 1,25g, tomate 62,5 g, huevos 75g, aceite canola 9 g			
● Empanaditas de colores o al natural:			
Harina pan 50gr, carne- filete de falda 125g o pechuga de pollo 125g, , papa criolla 62,5g, cebolla cabezona 50 g, curcuma 1,25 g, tomate 62,5 g, huevos 75 g, aceite canola 9g			
● Arepitas rellenas			
Harina pan 50 g, tomate 250gr, cebolla larga 25g, cebolla cabezona 37,5g, diente de ajo 1,25g, oregano 1,25g, curcuma 1,25gr, caldo de carne 62,5 g, aceite canola 9g			
● Tostones rellenos			
Platano verde 125g, carne- filete de falda 125gr, o pechuga de pollo tomate 125g, cebolla cabezona 62 5 g, curcuma 1,25g, paprika 1,25 g, sal 2g, aceite de canola 12g			

C. PRESENTACIONES COMERCIALES

Cantidad de unidades 2

D. TIPO DE ENVASE

Bolsa de aluminio para conservar la temperatura del producto

Caja de carton biodegradable sellada para conservar la calidad e higiene de nuestros productos

E. MATERIAL DE ENVASE

Caja de cartón biodegradable

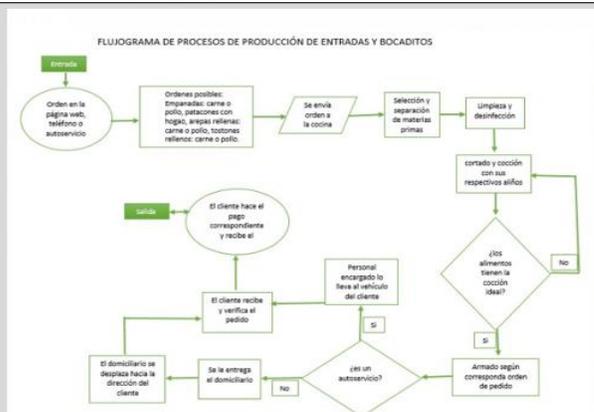
El domiciliario la transportara el alimento en maleta hermética para conservar la temperatura del mismo

F. CONDICIONES DE CONSERVACION

Consérvese en un lugar limpio, fresco

sin humedad y lejos de sustancias que puedan alterar el aroma y sabor del producto

G. TIPO DE TRATAMIENTO (PROCESO DE ELABORACION)



H. VIDA UTIL ESTIMADA

Producto de consumo inmediato

consumir en el menor tiempo posible despues de abierto

I. PORCION RECOMENDADA

Tamaño por porcion 1 unidad 100 G

J. PERFIL DE QUIEN INTERVIENE EN EL PROCESO

Cargo: Cocinero

Dedicación y remuneración: persona con amplios conocimientos en cocina y procesos de higiene y bioseguridad, Salario \$ 1.316.704 + prestaciones Sociales, el requerimiento es de Tiempo completo en una jornada de lunes a sábado en el horario - 11am a 7pm, Domingos y festivos: 10 am a 5pm, descanso una vez a la semana, Tipo de contratación: contrato fijo a 1 año

Perfil requerido: Cocinero tecnólogo calificado en gastronomía, capaz de elaborar con destreza diferentes tareas, capaz de planificar la producción, Seleccionar y manipular insumos alimenticios, preparación de comidas poniendo énfasis en la Nutrición, conservación, preparación, decoración y costos

REQUISITOS INDISPENSABLES

Tener experiencia mínima de 2 años, poseer carné de manipulación de alimentos, no poseer ninguna enfermedad de riesgo o posible contagio

Cargo: Auxiliar de cocina

Dedicación y remuneración: \$ 877803 + prestaciones Sociales, el requerimiento es de Tiempo completo en una jornada de Lunes a sábado en el horario - 11am a 7pm, Domingos y festivos: 10 am a 5pm, descanso una vez a la semana, Tipo de contratación: contrato fijo a 1 año

Perfil requerido: técnico calificado en gastronomía, capaz de elaborar con destreza diferentes tareas, sus funciones abarcan tareas específicas como almacenar los alimentos y hacer el inventario, limpiar la cubertería y cristalería o prestar apoyo puntual durante el servicio de comidas o a los requerimientos del Chef en la cocina, colaborar en la conservación de las materias primas y los productos de uso en la cocina

Interesada por la cocina y la alimentación, con conocimiento sobre los procedimientos de higiene, salud y seguridad en la cocina, conocimiento de las materias primas y las técnicas culinarias básicas, Flexible, Meticulosa, Capaz de trabajar en equipo, con una buena higiene personal y buena forma física. Resistente, para estar de pie mucho rato y levantar o cargar objetos pesados, rápida y eficiente.

K. GRUPO POBLACIONAL

Personas mayores de 18 años a 65 años, de la ciudad de Bogotá, interesados en adquirir conocimientos sobre arte y cultura acompañados los de opciones alimenticias desde la comodidad de su hogar.

**Firma del responsable
del producto:**

Karina Bileño Arteaga

**Nombre del Responsable
del producto**

DIANA LINARES

Firma:

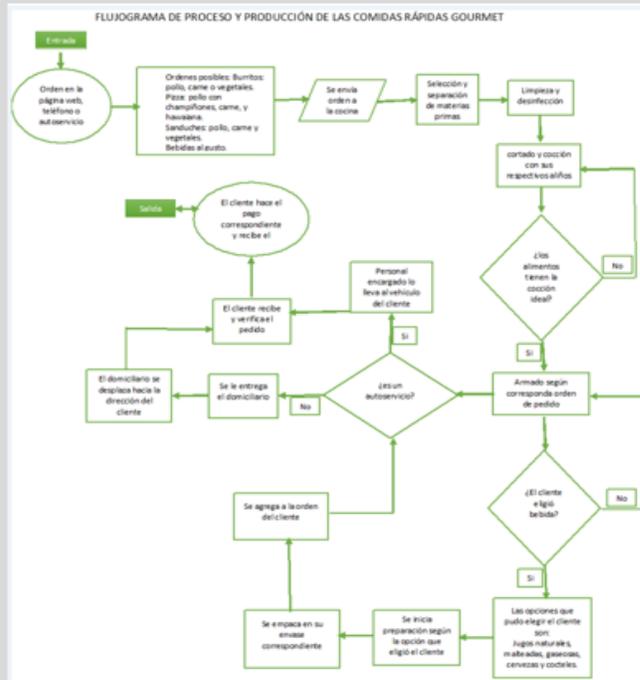
Diana M. Linares P.

Figura 52. Ficha técnica comida rápidas gourmet

	BAR RESTAURANTE DIMALI	
	CODIGO: PR-CRG-001	VERSIÓN: 01
FECHA: 5/11/2020		
FICHA TECNICA DEL PRODUCTO		
A. NOMBRE DEL PRODUCTO (Defina el nombre tecnico del producto)		
COMIDAS RAPIDAS GOURMET		
B. COMPOSICION DEL PRODUCTO EN ORDEN DECRECIENTE		
COMIDAS RAPIDAS GOURMET		
BURRITOS DE POLLO O CARNE Y VEGETALES;		
harina de trigo 125 k11huevos 75g, carne- filete de falda 125g , o pechuga de pollo 125g, 250 g, cebolla cabezona 50 g, tomate 125g, lechuga 100g, pimenton 50q, espinaca 50q, queso mozzarella 50q, sal 5g, curcuma 5g, aceite canola 12q,)		
PIZZA PERSONAL		
harina de trigo 125gr, huevos 75 g, salsa pomarola 12 g, queso mozzarella 250g, mortadela 250g, piña 62,5g, curcuma 1,25 g, oregano 1,,25g aceite canola 36 g, sal 5g, azucar 5g.		
SANDUCHES DE POLLO O CARNE Y VEGETALES		
pan baguette 125g, pechuga de pollo 100g, tomate 62,5gr, lechuga 125g, queso mozzarella 75gr, oregano 1,25g, mortadela de pollo 75 g, salsa tartara 25g		
C. PRESENTACIONES COMERCIALES		
cantidad de unidades 2		
D. TIPO DE ENVASE		
bolsa de aluminio para conservar la temperatura del producto		
caja de carton biodegradable sellada para conservar la calidad e higiene de nuestros productos		
E. MATERIAL DE ENVASE		
Caja de cartón biodegradable		
el domiciliario la transportara el alimento en maleta hermetica para conservar la temperatura del mismo		
F. CONDICIONES DE CONSERVACION		
conservese en un lugar limpio, fresco		
sin humedad y lejos de sustancias que puedan alterar el aroma y sabor del producto		

Página 1

G. TIPO DE TRATAMIENTO (PROCESO DE ELABORACION)



H. VIDA UTIL ESTIMADA

Producto de consumo inmediato

consumir en el menor tiempo posible despues de abierto

I. PORCION RECOMENDADA

Tamaño por porcion 1 unidad 100 G

J. PERFIL DE QUIEN INTERVIENE EN EL PROCESO

Cargo: Cocinero

Dedicación y remuneración: persona con amplios conocimientos en cocina y procesos de higiene y bioseguridad, Salario \$ 1.316.704 + prestaciones Sociales, el requerimiento es de Tiempo completo en una jornada de lunes a sábado en el horario - 11am a 7pm, Domingos y festivos: 10 am a 5pm, descanso una Vez a la semana, Tipo de contratación: contrato fijo a 1 año

Perfil requerido: Cocinero tecnológico calificado en gastronomía, capaz de elaborar con destreza diferentes tareas, capaz de planificar la producción, Seleccionar y manipular insumos alimenticios, preparación de comidas poniendo énfasis en la Nutrición, conservación, preparación, decoración y costos

REQUISITOS INDISPENSABLES

Tener experiencia mínima de 2 años, poseer carné de manipulación de alimentos, no poseer ninguna enfermedad de riesgo o posible contagio

Cargo: Auxiliar de cocina

Dedicación y remuneración: \$ 877803 + prestaciones Sociales, el requerimiento es de Tiempo completo en una jornada de Lunes a sábado en el horario - 11am a 7pm, Domingos y festivos: 10 am a 5pm, descanso una vez a la semana, Tipo de contratación: contrato fijo a 1 año

Perfil requerido: técnico calificado en gastronomía, capaz de elaborar con destreza diferentes tareas, sus funciones abarcan tareas específicas como almacenar los alimentos y hacer el inventario, limpiar la cubertería y cristalería o prestar apoyo puntual durante el servicio de comidas o a los requerimientos del Chef en la cocina, colaborar en la conservación de las materias primas y los productos de uso en la cocina

Interesada por la cocina y la alimentación, con conocimiento sobre los procedimientos de higiene, salud y seguridad en la cocina, conocimiento de las materias primas y las técnicas culinarias básicas, Flexible, Meticulosa, Capaz de trabajar en equipo, con una buena higiene personal y buena forma física.

Resistente, para estar de pie mucho rato y levantar o cargar objetos pesados, rápida y eficiente.

K. GRUPO POBLACIONAL	
Personas mayores de 18 años que viven en la localidad de Usaquén en la ciudad de Bogotá, a los cuales les interesa el arte, la cultura y la buena comida, que muchas veces debido a su jornada laboral no cuenta con tiempo para cocinar, pero que igualmente conservan el distanciamiento social, para cuidar de su salud y la de su familia, haciendo uso de plataformas digitales para adquirir alimentos, bebidas y entretenimiento desde la tranquilidad de su hogar	
Firma del responsable del producto:	<i>Karina Beltrán Arteaga</i>
Nombre del Responsable del producto	DIANA LINARES
Firma:	<i>Diana M. Linares P.</i>

Figura 53. Ficha técnica menú ocasiones especiales

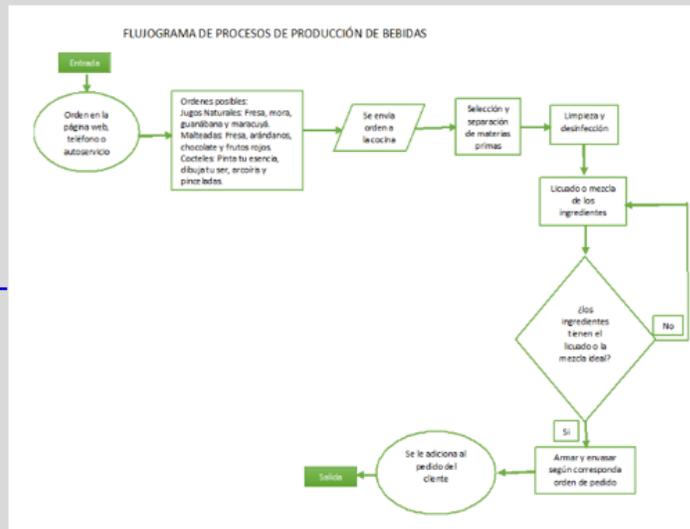
	BAR RESTAURANTE DIMALI		
	CODIGO: PR-MOE-001	VERSIÓN: 01	FECHA: 5/11/2020
FICHA TECNICA DEL PRODUCTO			
A. NOMBRE DEL PRODUCTO (Defina el nombre tecnico del producto)			
PLATILLOS GOURMET			
B. COMPOSICION DEL PRODUCTO EN ORDEN DECRECIENTE			
PLATILLOS GOURMET			
● POLLO AL LIENZO			
pechuga de pollo 250g, cebolla, sal 5g, curcuma 5g, aceite canola 36 g, fresas 250g, piña 125g, jamon 100 g, queso 125g, aceite 36g			
● CARNE AL OLEO			
carne- filete de falda 250g, tomate 125g, ajo 5gr, cebolla 100gr, salsa de soja 36g, aceite de canola 36 g, oregano 5g, tomillo 5gr, canela 5gr, curcuma 5g, romero 5mg, sal 5gr, vino blanco 50 gr			
● TRUCHA AL TONO			
Filete de trucha 300gr oregano 5g, curcuma 10g, ajo 50 g, sal 10g			

H. VIDA UTIL ESTIMADA	
Producto de consumo inmediato	
consumir en el menor tiempo posible despues de abierto	
I. PORCION RECOMENDADA	
Tamaño por porcion 1 unidad 250G	
J. PERFIL DE QUIEN INTERVIENE EN EL PROCESO	
<p>Cargo: Cocinero Dedicación y remuneración: persona con amplios conocimientos en cocina y procesos de higiene y bioseguridad, Salario \$ 1.316.704 + prestaciones Sociales, el requerimiento es de Tiempo completo en una jornada de lunes a sábado en el horario - 11am a 7pm, Domingos y festivos: 10 am a 5pm, descanso una Vez a la semana, Tipo de contratación: contrato fijo a 1 año Perfil requerido: Cocinero tecnólogo calificado en gastronomía, capaz de elaborar con destreza diferentes tareas, capaz de planificar la producción, Seleccionar y manipular insumos alimenticios, preparación de comidas poniendo énfasis en la Nutrición, conservación, preparación, decoración y costos</p> <p>REQUISITOS INDISPENSABLES Tener experiencia mínima de 2 años, poseer carné de manipulación de alimentos, no poseer ninguna enfermedad de riesgo o posible contagio</p>	
<p>Cargo: Auxiliar de cocina Dedicación y remuneración: \$ 877803 + prestaciones Sociales, el requerimiento es de Tiempo completo en una jornada de Lunes a sábado en el horario - 11am a 7pm, Domingos y festivos: 10 am a 5pm, descanso una vez a la semana, Tipo de contratación: contrato fijo a 1 año Perfil requerido: técnico calificado en gastronomía, capaz de elaborar con destreza diferentes tareas, sus funciones abarcan tareas específicas como almacenar los alimentos y hacer el inventario, limpiar la cubertería y cristalería o prestar apoyo puntual durante el servicio de comidas o a los requerimientos del Chef en la cocina, colaborar en la conservación de las materias primas y los productos de uso en la cocina Interesada por la cocina y la alimentación, con conocimiento sobre los procedimientos de higiene, salud y seguridad en la cocina, conocimiento de las materias primas y las técnicas culinarias básicas, Flexible, Meticulosa, Capaz de trabajar en equipo, con una buena higiene personal y buena forma física. Resistente, para estar de pie mucho rato y levantar o cargar objetos pesados, rápida y eficiente.</p>	
K. GRUPO POBLACIONAL	
Personas mayores de 18 años a 65 años, de la ciudad de Bogotá, interesados en adquirir conocimientos sobre arte y cultura acompañados los de opciones alimenticias desde la comodidad de su hogar.	
Firma del responsable del producto:	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; display: inline-block;"> <i>Karina Boleño Arteaga</i> </div>
Nombre del Responsable del producto	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; display: inline-block;"> DIANA LINARES </div>
Firma:	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; display: inline-block;"> <i>Diana M. Linares P.</i> </div>

Figura 54. Ficha técnica bebidas

	BAR RESTAURANTE DIMALI		
	CODIGO: PR-EC-001	VERSIÓN: 01	FECHA: 5/11/2020
FICHA TECNICA DEL PRODUCTO			
A. NOMBRE DEL PRODUCTO (Defina el nombre tecnico del producto)			
BEBIDAS			
B. COMPOSICION DEL PRODUCTO EN ORDEN DECRECIENTE			
JUGOS NATURALES			
<p>fresa 125 g, agua g, 125g o leche 62.5g, azucar 9g mora 125 g, agua 125g, o leche 62.5 g azucar 9g guanaba 125 g, agua 125g, o leche 62.5 g azucar 9g maracuya 125g, agua 125g, o leche 62.5 g azucar 9g</p>			
MALTEADAS			
<p>fresa: leche 62,5g, helado makro de fresa 20g, fresas 93,75 g, mermeladada de fresa 12g, fresas congeladas gr 62.5 g, arandanos: leche 240 g, helado de vainilla 125g, arandanos congelados 250 g malteada de chocolate: 1 barra de chocolate 40g, leche entera 250g, chips de chocolate 36 g, helado de vainilla makro, crema batida, barquillos de chocolate frutos rojos :leche 62,5g, frutos rojos mezclados fresas, moras, cerezas congelados 250 g, extracto de vainilla 5g, helado de vainilla 500g,</p>			
COCTELES			
<p>pinta tu esencia: moscovita -leche condensada 50g, vodka 50g, jugo de naranja 50g, tequila 50g, hielo 43,75 g dibuja tu ser: uva libre - jugo de uva 120g, leche condensada 50g, vino blanco 50g, hielo 43,75 arcoiris: tropical: agua 150g, azucar 30 g, jugo de limon 60g, café 60g, hielo 43, 75, ron 150 g pinceladas: canelazo agua de panela 90g, aguardiente 45g, jugo de limon 12g , astillas de canela, astillas de canela 1,5 g</p>			
C. PRESENTACIONES COMERCIALES			
Cantidad de unidades: 1			
D. TIPO DE ENVASE			
Recipiente biodegradable con tapa y cucharilla biodegradable			
Sellado para conservar la calidad e higiene de nuestros productos			
E. MATERIAL DE ENVASE			
plastico biodegradable			
F. CONDICIONES DE CONSERVACION			
mantengase refrigerado, conservese en un lugar limpio, fresco			
sin humedad y lejos de sustancias que puedan alterar el aroma y sabor del producto			

G. TIPO DE TRATAMIENTO (PROCESO DE ELABORACION)



H. VIDA UTIL ESTIMADA

Producto de consumo inmediato

consumir en el menor tiempo posible despues de abierto

I. PORCION RECOMENDADA

Tamaño por porcion 1 unidad 100 G

J. PERFIL DE QUIEN INTERVIENE EN EL PROCESO

Cargo: Cocinero

Dedicación y remuneración: persona con amplios conocimientos en cocina y procesos de higiene y bioseguridad, Salario \$ 1.316.704 + prestaciones Sociales, el requerimiento es de Tiempo completo en una jornada de lunes a sábado en el horario - 11am a 7pm, Domingos y festivos: 10 am a 5pm, descanso una vez a la semana, Tipo de contratación: contrato fijo a 1 año

Perfil requerido: Cocinero tecnólogo calificado en gastronomía, capaz de elaborar con destreza diferentes tareas, capaz de planificar la producción, Seleccionar y manipular insumos alimenticios, preparación de comidas poniendo énfasis en la Nutrición, conservación, preparación, decoración y costos

REQUISITOS INDISPENSABLES

Tener experiencia mínima de 2 años, poseer carné de manipulación de alimentos, no poseer ninguna enfermedad de riesgo o posible contagio

Cargo: Auxiliar de cocina

Dedicación y remuneración: \$ 877803 + prestaciones Sociales, el requerimiento es de Tiempo completo en una jornada de Lunes a sábado en el horario - 11am a 7pm, Domingos y festivos: 10 am a 5pm, descanso una vez a la semana, Tipo de contratación: contrato fijo a 1 año

Perfil requerido: técnico calificado en gastronomía, capaz de elaborar con destreza diferentes tareas, sus funciones abarcan tareas específicas como almacenar los alimentos y hacer el inventario, limpiar la cubertería y cristalería o prestar apoyo puntual durante el servicio de comidas o a los requerimientos del Chef en la cocina, colaborar en la conservación de las materias primas y los productos de uso en la cocina Interesada por la cocina y la alimentación, con conocimiento sobre los procedimientos de higiene, salud y seguridad en la cocina, conocimiento de las materias primas y las técnicas culinarias básicas, Flexible, Meticulosa, Capaz de trabajar en equipo, con una buena higiene personal y buena forma física.

Resistente, para estar de pie mucho rato y levantar o cargar objetos pesados, rápida y eficiente.

K. GRUPO POBLACIONAL	
Personas mayores de 18 años que viven en la localidad de Usaquén en la ciudad de Bogotá, a los cuales les interesa el arte, la cultura y la buena comida, que muchas veces debido a su jornada laboral no cuenta con tiempo para cocinar, pero que igualmente conservan el distanciamiento social, para cuidar de su salud y la de su familia, haciendo uso de plataformas digitales para adquirir alimentos, bebidas y entretenimiento desde la tranquilidad de su hogar	
Firma del responsable del producto:	<i>Karina Beleno Arteaga</i>
Nombre del Responsable del producto	DIANA LINARES
Firma:	<i>Diana M. Linares P.</i>

Figura 55. Ficha técnica servicio

	NOMBRE DE LA EMPRESA		
	CODIGO: SER-ELW	VERSIÓN :001	FECHA: 5/11/2020
FICHA TECNICA DEL SERVICIO			
A. NOMBRE DEL SERVICIO (Defina el nombre del servicio)			
BAR RESTAURANTE DIMALI			
Ofrece un servicio a domicilio de alimentos y bebidas unificandolo con espacio interactivo de presentaciones artísticas, en escenarios de arte virtuales, que cautiven la atención del cliente sin que este tenga que salir de casa, logrando de esta manera satisfacer la necesidad de esparcimiento social.			
B. OBJETIVO			
Es brindar a nuestros clientes la fusión de la gastronomía, las bebidas, el arte y la cultura dentro de un contenido digital dinámico ofreciendo una experiencia única y contribuyendo al reconocimiento de los artistas que muchas veces no son valorados, los contenidos a los cuales podrán tener acceso nuestros clientes son webinars, talleres en línea, visitas en tiempo real de acuerdo al evento programado en el calendario y de acuerdo al cupo estipulado en la plataforma, con el de brindar una conectividad optima de nuestro servicio, si el cliente requiere ahondar en el tema de su interes tendra la posibilidad de concertar capacitaciones en linea con los conferencistas mediante previa suscripción y pago en nuestra pagina web, generando de esta manera un vínculo directo del cliente con el artista.			
C. METODOLOGIA			
Enseñanza, de diferentes temáticas de arte y cultura a través de talleres en linea, webinars, presentaciones			
D. DESCRIPCIÓN GENERAL			
(INFORMACION DE PORTAFOLIO)TODAS LAS LINEAS TODO LO QUE LE OFREZCO, SOFTWARE, USUARIO, PROCESO DE CONECTIVIDAD			
Servicio de restaurante diferentes categorías de alimentos y bebidas, servicio de domicilios, celebración de fechas especiales, presentaciones en plataforma interactiva previo verificación y programación en calendario publicado en pagina web. El cliente será atendido por un asesor comercial quien tomara su pedido, se genera proceso de alistamiento del mismo con los respectivos protocolos de bioseguridad y generación del enlace de conexión al evento el cual solo se activara en el horario y fecha estipuladas en el calendario,se genera proceso de entrega de domicilio,			
D. DURACION			
El tiempo requerido desde la elaboración hasta la finalización es de 45 minutos, desde la solicitud hasta la entrega del domicilio			
E. ENTREGABLES			
link para ingreso al evento (webinar, taller, o presentación) solo por el tiempo estimado del evento y una vez generado el pago del servicio			

G. PERFIL DEL CLIENTE

Segmento Demografico: Personas mayores de 18 años, que vive en la ciudad de Bogotá

Segmentación Psicografica: personas a quienes les interesa el arte, la cultura y la buena comida y guardan el distanciamiento social, que para cuidar de su salud y la de su familia, desde la tranquilidad de su hogar. Personas que debido a su jornada laboral no cuenta con tiempo para cocinar

Segmentación conductual: Personas que maneja plataformas virtuales e interesadas en establecer vinculos sociales a traves de canales online con el fin de cuidar de su salud en esta nueva realidad

Segmentación por industria: Bar restaurante Dimali se encuentra ubicado en el sector gastronomico de la ciudad, donde actualmente hay una alta oferta de este servicio, lo cual es favorable de acuerdo al POT que proyecta el crecimiento progresivo de la ciudad, y contempla la construcción de nuevas viviendas, vías, colegios, universidades en esta la zona.

Segmentación por producto: Bar Dimali presta los siguientes servicios: gastronomía, bebidas y entretenimiento. Nuestros clientes podran encontrar en su menú las categorías de Entradas y Bocaditos, Comidas rapidas gourmet, menú para ocasiones especiales, Bebidas y Cocteles, unificado a la posibilidad de que nuestros clientes adquieran conocimientos de arte y cultura a través de plataforma digital interactiva, en donde podra recibir webinars, talleres en línea, visitas en tiempo real de acuerdo al evento programado en el calendario y de acuerdo al cupo estipulado en la plataforma.

G. PERFIL DE QUIEN ENTREGA EL SERVICIO

Cargo: Cocinero

Dedicación y remuneración: persona con amplios conocimientos en cocina y procesos de higiene y bioseguridad, Salario \$ 1.316.704 + prestaciones Sociales, el requerimiento es de Tiempo completo en una jornada de lunes a sábado en el horario - 11am a 7pm, Domingos y festivos: 10 am a 5pm, descanso una vez a la semana, Tipo de contratación: contrato fijo a 1 año

Perfil requerido: Cocinero tecnólogo calificado en gastronomía, capaz de elaborar con destreza diferentes tareas, capaz de planificar la producción, Seleccionar y manipular insumos alimenticios, preparación de comidas poniendo énfasis en la Nutrición, conservación, preparación, decoración y costos

Cargo: Auxiliar de cocina

Dedicación y remuneración: \$ 877803 + prestaciones Sociales, el requerimiento es de Tiempo completo en una jornada de Lunes a sábado en el horario - 11am a 7pm, Domingos y festivos: 10 am a 5pm, descanso una vez a la semana, Tipo de contratación: contrato fijo a 1 año

Perfil requerido: técnico calificado en gastronomía, capaz de elaborar con destreza diferentes tareas, sus funciones abarcan tareas específicas como almacenar los alimentos y hacer el inventario, limpiar la cubertería y cristalería o prestar apoyo puntual durante el servicio de comidas o a los requerimientos del Chef en la cocina, colaborar en la conservación de las materias primas y los productos de uso en la cocina

Interesada por la cocina y la alimentación, con conocimiento sobre los procedimientos de higiene, salud y seguridad en la cocina, conocimiento de las materias primas y las técnicas culinarias básicas, Flexible, Meticulosa, Capaz de trabajar en equipo, con una buena higiene personal y buena forma física.

Resistente, para estar de pie mucho rato y levantar o cargar objetos pesados, rápida y eficiente.

**Firma del responsable
del servicio:**

JEFE DE PRODUCCION

Karina Beltrán Arteaga

**Nombre del Responsable
del servicio**

DIANA LINARES

Firma:

Diana M. Linares P.

LANZAMIENTO DE PRODUCTO MÍNIMO VIABLE

13. STORYBOARD

Figura 56. Storyboard

¿Que problema estas tratando de resolver?	¿Quién es tu público objetivo?	¿Cómo resolverás este problema?	Cuál es el primer paso?
			
<p>PROBLEMA: El mercado de alimentos a domicilio por servicio online es muy grande y cuenta con demasiada competencia, por eso se presenta una posible dificultad para poder posicionar nuevas marcas en el mercado.</p>	<p>PÚBLICO OBJETO: Se identifica que las personas mas interesadas en conocer el servicio y los productos del bar dimali son las mayores de 18 años, ubicados en la zona norte de la ciudad de Bogotá</p>	<p>SOLUCIÓN DEL PROBLEMA: Garantizando publicidad de calidad y un excelente servicio el cliente o consumidor tendrá una mejor percepción de la empresa en la industria, logrando así un mejor posicionamiento en el mercado.</p>	<p>PRIMER PASO: Planificar y realizar mejoras en el proceso de la publicidad, domicilio y producto de acuerdo a lo estipulado en nuestras estrategias de mercado.</p>

Create your own at Storyboard That

Image Attributions
 230725 (<https://www.peels.com/photo/yellow-and-red-flower-on-clear-glass-fovee-rose-beside-brown-steel-tray-with-peppy-230725/>) - Abby Kihano - License: Free To Use / No Attribution Required / See <https://www.peels.com/learn/> for what is not allowed
 267350 (<https://www.peels.com/photo/blur-button-close-up-267350/>) - Pixabay - License: Free To Use / No Attribution Required / See <https://www.peels.com/learn/> for what is not allowed

WEBGRAFÍA

Catalogo productos empresa Green Pack S.A.S, Proveedor envases ecológicos.

<https://greenpack.com.co/somos-greenpack/>

Alejandro Saracho CEO de Reconfiguración Financiera (septiembre 2018).

<https://www.entrepreneur.com/article/292358>,

Wikipedia Universidad Libre (septiembre 2020) Norbert Bieberstein et al. Service-Oriented Architecture Compass, Pearson 2006, ISBN 0-13-187002-5, Eben Hewitt. Java SOA Cookbook, 1st Edition, O'reilly 2009.

https://es.wikipedia.org/wiki/Arquitectura_orientada_a_servicios

Diego Coquillat “El periódico digital del restáurate” (abril 2017).

<https://www.diegocoquillat.com/5-claves-para-controlar-los-costes-de-materias-primas-en-un-restaurante/>

Revista Diners https://revistadiners.com.co/gastronomia/58663_musica-y-comida-cuatro-lugares-recomendados-en-bogota/

Página principal restaurantes thefork a Tripadvisor ccompany.

<https://www.thefork.com.co/restaurante/galeria-casa-cultural-arte-klan-destino-r491357>

Artículo Periódico del centro de Medellín, Centropolis, Valentina Castaño Marín, Noviembre 7 de 2019. <https://www.centropolismedellin.com/la-pascasia-una-apuesta-artistica-cultural-centro/>

Tomado página principal de Bogotá Lure, compras. Arte. Editorial 2018.

<https://www.lurebogota.com/barrio-san-felipe/>

ELTIEMPO. (29 de abril 2020). Expresiones culturales en tiempos de confinamiento. Tomado de: <https://www.eltiempo.com/cultura/arte-y-teatro/asi-se-reinventa-el-sector-cultural-en-medio-de-la-pandemia-490290>

Página beetrack, Enero 30 de 2020, <https://www.beetrack.com/es/blog/4-aspectos-clave-para-mejorar-tus-tiempos-de-entrega>

Proyecto Management, universidad de Barcelona, 2020
<https://obsbusiness.school/es/blog-project-management/habilidades-intrapersonales-pm/estrategias-eficaces-para-la-negociacion-con-diferentes-proveedores>

Artículo The Power MBA “Las 5 fuerzas de porter: análisis de las fuerzas competitivas de una empresa, Agosto <https://thepowermba.com/es/business/las-5-fuerzas-de-porter/>

Blog CaixaBankLAB, <https://www.caixabanklab.com/elbullifoundation/es/las-caracteristicas-y-competencia-de-un-restaurante/>

Zaplo.es, Aurelio Jiménez “10 variables que hacen más fácil crear una empresa”, 10 de Agosto de 2017. <https://www.zaplo.es/blog/iniciativa-empresarial/>

Riquelme Leiva, Matías (2015, Junio). Las 5 Fuerzas de Porter – Clave para el Éxito de la Empresa. Santiago, Chile. Retrieved from <https://www.5fuerzasdeporter.com/>

German Rey, Artículo el tiempo (2019, Enero). Más allá de la frivolidad: el consumo cultural de los colombianos <https://www.eltiempo.com/cultura/musica-y-libros/estadisticas-sobre-el-consumo-cultural-de-los-colombianos-en-el-2017-318372>

El Espectador (2011, Marzo). Bogotá, capital de caos y de estrés
<https://www.elespectador.com/noticias/bogota/bogota-capital-de-caos-y-de-estres/>

El Espectador Unidad de salud (2020, Octubre). Pandemia ha golpeado emocionalmente a 6 de cada 10 colombianos <https://www.eltiempo.com/salud/encuesta-del-dane-revela-afectaciones-de-la-pandemia-en-la-salud-mental-de-los-colombianos-544811>

Aurelio Jiménez. (16.08.2017). 10 variables que hacen más fácil crear una empresa.

Tomado de: <https://www.zaplo.es/blog/iniciativa-empresarial/>

The power MBA. (2020). Las 5 fuerzas de Porter: análisis de las fuerzas competitivas de una empresa. (<https://thepowermba.com/es/business/las-5-fuerzas-de-porter/#:~:text=propia%20materia%20prima-,3.,de%20esa%20parte%20del%20mercado>)

EL ESPECTADOR. (06 marzo 2011). Bogotá, capital de caos y de estrés.

<https://www.elespectador.com/noticias/bogota/bogota-capital-de-caos-y-de-estres/>

Sendinblue. (30 de enero 2020). Tomado de: <https://es.sendinblue.com/blog/marketing-directo/>

Cucinare. (30/01/2020). Tomado de: <https://images.app.goo.gl/75i7ymzBHvaH3Hbu8>

Refresh medical centre. (05 de octubre 2020). Tomado de:

<https://images.app.goo.gl/6igaKmLmzuFZxXSW8>

EL ESPECTADOR. (11 jul. 2019). Tomado de:

<https://images.app.goo.gl/qQx3dWmtoKpac7xY9>