

# RESTAURANTE ABA

## Socios Clave

### ALIANZAS

SENA - Calle 63 (Servicios financieros)

Helados Macondo

Happy Cow (guía de restaurantes vegetarianos y veganos en el que tenemos un puntaje de 5 estrellas)

A6 Design

Influenciadores redes sociales (fitness, vegetarianos y veganos con más de 100 k seguidores)

Deliratto (en proceso)

### CANALES DE VENTA:

Punto de venta ubicado en la Calle 66 # 11 - 15

Ferias y Eventos (Ecoyoga, Exporganico y Asociacion de actores de Colombia)

Domicilios.com

Uber Eats

Rappi

Universidades

### PROVEEDORES:

#### Ingredientes:

(nombre de la empresa e ingrediente que compran)

#### Insumos:

(nombre de la empresa e ingrediente que compran)

## Actividades Clave

### PREPARACIÓN

Mise en place y elaboración de los platos a la minuta

### CANALES DE VENTA

Acuerdos comerciales con universidades

### LANZAMIENTO DE PRODUCTO

Degustaciones y publicidad en redes sociales

### PUBLICIDAD

Anuncios y creación de contenido en redes sociales

### DISTRIBUCIÓN

Servicio a domicilio

## Recursos Clave

### FINANCIEROS

Capital de trabajo para el crecimiento de la empresa y puesta en marcha de la iniciativa

### FISICOS

Materia prima, insumos y equipos para la elaboración de los platos.

### HUMANOS

2 cocineras, 1 mesero, 1 cajero y 1 domiciliario

### INTELECTUALES

Estandarización y preparación de los platos (recetas)

## Propuesta de Valor

### COMIDA SALUDABLE

Comida elaborada sin azúcar, sin frituras y bajo en sal; sin afectar el sabor de los platos

Reemplazamos proteínas de origen animal por productos vegetales de alto contenido nutricional

### INNOVACIÓN

Comida rápida y saludable elaborada en menos de **10 minutos** a la minuta (al momento) con ingredientes frescos

### PRECIO

Reducción del precio final de los platos en un 50% para competir con los precios de comida chatarra y "corrientazos"

### FACIL ACCESO

Estaremos cerca de las universidades, distribuyendo por medio de servicio a domicilio

### IMPACTO SOCIAL

Seguridad alimentaria en jóvenes y estudiantes de bajos recursos

Generación de empleo digno a madres cabeza de familia y estudiantes SENA

### IMPACTO AMBIENTAL

Evitar la compra y preparación de proteínas de origen animal, evita el incremento de gases invernadero y la tala de bosques

Uso de envases y empaques biodegradables, con el fin de disminuir el uso de recursos no renovables

Uso de redes sociales y página web para evitar publicidad en papel como volantes

## Relación con Clientes

### REDES SOCIALES

Seguimiento, respuesta oportuna y solución a las inquietudes y/u opiniones publicadas por los clientes

### CODIGO QR

Sugerencias de los clientes acerca de los platos, los dirigimos por medio de una encuesta corta para mejorar día a día nuestro servicio

### INFORMACIÓN

Capacitación previa a nuestro equipo de trabajo (especialmente meseros y cajero) para otorgar información personalizada al cliente acerca de los ingredientes de los platos

## Canales

Tenemos un punto de venta de **52m2** ubicado en Chapinero, del cual distribuimos:

### CANAL DIRECTO

- **Venta directa** a estudiantes, clientes frecuentes y personas que van de paso por el lugar

- **Domicilios** con aplicaciones como domicilios.com, rappi y uber eats

- **Eventos y ferias** que van dirigidas a nuestro segmento de clientes

## Segmentos de Clientes

**EDAD:** 20 a 40 años

**ESTRATO:** 1, 2, 3

**INGRESOS:** 1 a 2 SMLV

**OCUPACIÓN:** Estudiantes y/o trabajadores

**UBICACIÓN:** Chapinero

**COMPORTAMIENTO:** Consideran que el almuerzo es la comida más importante del día, debido a que requieren concentración y productividad en sus actividades diarias

### PERFIL:

- Personas fitness, veganos / vegetarianos, celíacos, intolerantes a la lactosa y diabéticos
- Personas que tienen decisión de compra
- Su círculo de personas cercano son sus compañeros de clase/trabajo y amigos

## Estructura de Costos

**MUEBLES Y EQUIPOS:** mesas, sillas, horno, estufa, extractor, parrilla

**GASTOS ADMINISTRATIVOS:** arriendo, servicios públicos, dotación y capacitación a personal

**GASTOS DE VENTAS:** lanzamiento de producto en universidades, publicidad redes sociales, comisión de domicilios, menús

**NOMINA:** cocineros, mesero, domiciliarios, cajero

**MATERIA PRIMA E INSUMOS:** frutas, verduras, lácteos, granos, bebidas, helados, platos, cucharas, vasos, servilletas, individuales, bolsas para llevar

## Fuente de Ingresos

### CANALES DE VENTA:

- **Venta directa:** comida para llevar para estudiantes y comida servida en el sitio para clientes frecuentes

- **Domicilios:** pedido mínimo \$8.000 + recargo de domicilio \$3.000; cubrimiento de **10 km** de la zona donde se ubica el restaurante

- **Eventos y ferias:** venta mínima de 50 platos / día = \$450.000 / día

**MÉTODO DE PAGO:** contado, contra entrega

**PRECIO:** platos estudiantes \$6.000, menú del día \$13.000, promedio platos a la carta \$12.000