

Jheimy Daniela Benavides Narvaez

Facultad de Gastronomía, Universidad Católica Luis Amigó

Práctica de Emprendimiento

Asesora: Paula Andrea Arango Rendon

2024



SC-CER152085



1	Apropiación de nuestra cultura colombiana a través de experiencias en casa	5
1.1	Matriz Dofa.....	5
1.2	Resumen	6
1.3	Abstract:	6
1.4	Introducción	7
1.5	Objetivos	8
1.5.1	<i>Objetivo general</i>	8
1.5.2	<i>Objetivos específicos</i>	8
1.6	Antecedentes de la propuesta de emprendimiento	9
1.7	Oportunidad identificada en el mercado	10
1.8	Propuesta de emprendimiento	11
1.8.1	<i>Concepto de producto o servicio</i>	11
1.8.2	<i>Propuesta de valor</i>	12
1.8.3	<i>Misión</i>	13
1.8.4	<i>Visión</i>	13
1.8.5	<i>Valores</i>	13
1.9	La narrativa.....	14
1.9.1	<i>Filosofía de la organización</i>	14
1.9.2	<i>Postulados</i>	14
1.10	Análisis del sector.....	15
1.11	¿Cómo se quiere que se perciba la organización?	16
1.12	Comportamiento de la organización con relación al ambiente interno y externo	16

1.13	El público objetivo	17
1.13.1	<i>Público de la organización</i>	17
1.13.2	<i>¿A quiénes están dirigidos los productos de la organización?</i>	17
1.13.3	<i>Características del público objetivo</i>	18
1.13.4	<i>Segmentación y ubicación del público</i>	19
1.13.5	<i>Tipo de segmentación (geográfica, por estratos, por preferencias temáticas)</i> ...19	
1.13.6	<i>Temas de interés</i>	20
1.14	Competencia directa.....	21
1.15	Fuentes de ingresos.....	23
1.16	Conclusiones	23

Anexo A: Encuesta para definir el cliente potencial	25
Anexo B: Encuesta sobre cocina tradicional colombiana.....	28
Anexo C: Activos fijos requeridos	31
Anexo D: Costos fijos mensuales	33
Anexo E: C V U Portafolio	34
Anexo F: Modelo CANVAS	40

1 Apropiación de nuestra cultura colombiana a través de experiencias en casa

1.1 Matriz Dofa



1.2 Resumen

Este proyecto busca preservar y a la vez promocionar el mundo de la cocina tradicional colombiana, promoviendo su auténtica identidad nacional, a la par que propicia el turismo gastronómico. La perspectiva de una iniciativa macrosocial es su impacto apreciable en varios sentidos. En primer lugar, promueve el sentido de identidad y orgullo cultural al recuperar recetas ancestrales para así transmitir las a las nuevas generaciones. Porque hay conocimientos sobre el sector turístico, sabemos que estamos interesados en la gastronomía y el turismo, tanto a nivel nacional como internacional. Además, apoya la inclusión social tanto como en reconocimiento y celebración de las habilidades culinarias de las comunidades indígenas y afrodescendientes. Dependiendo de la naturaleza del proceso, que de atender a criterios de alta cocina esté avalado por el respaldo formativo de esta disciplina, ofreciendo una experiencia gastronómica única y sofisticada. La transformación de este proyecto es su enfoque integral, que busca no sólo deleitar el paladar, sino también enriquecer el alma y promover la cultura colombiana.

Palabras clave: Experiencias personalizadas, identidad, investigación gastronómica, orgullo cultural, recuperación de tradiciones, turismo gastronómico.

1.3 Abstract:

This project seeks to preserve and at the same time promote the world of traditional Colombian cuisine, promoting its authentic national identity, while promoting gastronomic tourism. The perspective of a macrosocial initiative is its appreciable impact in several ways. Firstly, it promotes a sense of identity and cultural pride by recovering ancestral recipes in order to transmit them to new generations. Because there is knowledge about the tourism sector, we know that we are interested in gastronomy and tourism, both nationally and internationally. Additionally, it supports social inclusion as well as recognition and celebration of the culinary skills of indigenous and Afro-descendant communities. Depending on the nature of the process, which meets haute cuisine criteria and is supported by the training support of

this discipline, offering a unique and sophisticated gastronomic experience. The transformation of this project is its comprehensive approach, which seeks not only to delight the palate, but also to enrich the soul and promote Colombian culture.

Keywords: Personalized experiences, identity, gastronomic research, cultural pride, recovery of traditions, gastronomic tourism.

1.4 Introducción

Con la creciente globalización y unión de las tendencias gastronómicas, preservar y promover la autenticidad culinaria se vuelve crucial. Desde esta premisa nace PIMENT, un proyecto destinado a proteger y promover la riqueza de la cocina tradicional colombiana. PIMENT es un proyecto basado en la gastronomía autóctona colombiana que se va que se enfoca en proteger la identidad cultural y el reconocimiento de esta como elemento trascendental para potenciar el turismo; este proyecto impulsa el deseo de compartir y difundir la herencia culinaria de Colombia, transmitiendo el amor y el orgullo por la cocina a través de cada platillo que se sirve. PIMENT no es sólo un servicio de catering, sino también un bastión de la identidad nacional, que celebra la diversidad de sabores, ingredientes y técnicas culinarias que han dado forma a la cultura colombiana durante siglos. Enfocada en crear experiencias gastronómicas inolvidables, esta empresa se esfuerza no sólo en complacer el gusto de sus comensales, sino también en evocar emociones y recuerdos arraigados en la memoria colectiva, para lograr conexiones profundas con los clientes lo cual crea un vínculo que desde lo experiencial que genera recordación y fidelización.

Desde las montañas de Antioquia hasta las costas del Caribe y las selvas del Amazonas, cada plato cuidadosamente preparado cuenta una historia de tradición, familia y comunidad, lo cual propicia una investigación constante de cada región, ingrediente o costumbre, que se acopla a los gustos y peticiones de los comensales; además de atender sus requerimientos particulares alimenticios.

Se trata de un proyecto donde las vivencias, momentos, emociones y experiencias son relevantes a la hora de proyectar un menú o clase; cautivar, seducir, atraer y atrapar son

palabras que convergen cuando el concepto de gastronomía se percibe no desde lo culinario sino como la interacción personal y el viaje emocional que buscamos con cada cliente.

Cada plato que “PIMENT” diseña tiene el potencial de contar una historia, sea por la simple inspiración que hay detrás de la receta o por la selección minuciosa de cada uno de los ingredientes. Pero lo que realmente hace el diferencial es invitar a los clientes a ser parte activa de la experiencia, lo que implica personalizar un colectivo e individualizar cada preparación como un obsequio singular y genuino que sorprende y deleita para crear un vínculo fuerte y duradero.

“PIMENT” entiende que hoy cuando el mundo está cada vez más interconectado, pero a menudo desconectado de sus raíces, debe convertirse en un faro de autenticidad, que nos recuerda la importancia de honrar y preservar nuestra herencia culinaria para las generaciones futuras.

En un mundo cada vez más conectado, pero a menudo desconectado de sus raíces, “PIMENT” es un faro de autenticidad, que nos recuerda la importancia de honrar y preservar nuestra herencia culinaria para las generaciones futuras.

1.5 Objetivos

1.5.1 *Objetivo general*

Promover la cocina tradicional colombiana para la apropiación de nuestra cultura, mediante la investigación de platos e ingredientes autóctonos y el desarrollo de menús que ofrecen, experiencias gastronómicas auténticas y memorables que celebren la diversidad cultural del país a través de experiencias en casa.

1.5.2 *Objetivos específicos*

- Promover activamente la marca y los servicios de PIMENT a través de campañas de marketing digital, participación en eventos gastronómicos y alianzas con empresas del sector turístico, con el objetivo de aumentar el reconocimiento y la demanda de nuestros servicios.

- Desarrollar un menú variado que incluya platillos representativos de las diferentes regiones de Colombia, resaltando la diversidad culinaria del país.
- Consolidar a PIMENT como un referente destacado en la promoción y preservación de la cocina tradicional colombiana, ofreciendo experiencias gastronómicas auténticas y memorables, menús variados personalizados que incluyan platillos que celebren la diversidad cultural del país a través de una investigación consciente de ingredientes e historias que cuentan cultura.
- Implementar prácticas sostenibles en todas las áreas de la operación, minimizando el impacto ambiental y contribuyendo al desarrollo económico y social de las comunidades locales.

1.6 Antecedentes de la propuesta de emprendimiento

1. Motivación para la propuesta de emprendimiento

La motivación surge de la pasión por la cocina tradicional colombiana y el deseo de compartir y preservar su riqueza cultural. Además, se identifica una oportunidad en el mercado gastronómico para ofrecer experiencias auténticas y memorables que celebren la diversidad culinaria del país. La idea de emprender en este campo se fortalece al reconocer la creciente demanda de consumidores por experiencias culinarias únicas y la necesidad de apoyar a productores locales y comunidades agrícolas. La inspiración proviene también de experiencias previas en el sector gastronómico y el deseo de crear un impacto positivo en la sociedad, promoviendo prácticas sostenibles y contribuyendo al desarrollo económico, cultural y turístico del país a través de la gastronomía. En resumen, la motivación para la propuesta de emprendimiento radica en el amor por la cocina colombiana, la oportunidad de negocio identificada y el deseo de generar un cambio positivo en la industria gastronómica y en las comunidades locales.

2. Problema, deseo o necesidad detectada en el mercado

El problema se plantea en el contexto de la evolución de las preferencias gastronómicas de los consumidores y la búsqueda de experiencias culinarias únicas. A

medida que la sociedad se vuelve más receptiva a la diversidad cultural y a la preservación de tradiciones, surge la oportunidad de ofrecer un servicio de chef a domicilio centrado en la auténtica cocina tradicional colombiana.

El concepto se origina al observar la creciente demanda de experiencias gastronómicas personalizadas y a la necesidad de acceder a auténticos platos colombianos que permiten vivir toda una experiencia no solo desde el sabor sino también desde lo vivencial que abarca todos los sentidos. Aunque la cocina colombiana es rica y variada, a menudo es difícil encontrar restaurantes que ofrecen auténticos platillos tradicionales en entornos más íntimos y personalizados.

El cambio en los comportamientos de consumo y la búsqueda de experiencias únicas brinda la oportunidad de crear un nuevo modelo de negocio. Este modelo implica ofrecer servicios de chefs expertos en cocina tradicional colombiana que visiten los hogares de los clientes, preparen comidas auténticas en tiempo real y ofrezcan una experiencia gastronómica única y personalizada.

El servicio se puede adaptar a las nuevas formas de pago y consumo, permitiendo a los usuarios contratar chefs a través de redes sociales, así como Instagram, acumular puntos de fidelidad para descuentos y participar en eventos gastronómicos exclusivos.

Esta oportunidad radica en satisfacer la creciente demanda de experiencias culinarias auténticas en la comodidad del hogar, capitalizando la apreciación por la cocina tradicional colombiana y adaptándose a las tendencias digitales y de pago emergentes.

1.7 Oportunidad identificada en el mercado

La oportunidad identificada en el mercado radica en la creciente demanda de experiencias gastronómicas auténticas y memorables, especialmente en el contexto de la tendencia hacia la valoración de la cocina tradicional y la diversidad culinaria. En

Colombia y en el extranjero, los consumidores están buscando más que simplemente

alimentarse; desean explorar y disfrutar de la riqueza cultural a través de la comida. Esta tendencia ofrece una oportunidad para PIMENT de destacarse como un referente en la promoción y preservación de la cocina tradicional colombiana, satisfaciendo la demanda de clientes que buscan experiencias auténticas y enriquecedoras.

Además, se identifica la necesidad de apoyar a los productores locales y promover prácticas sostenibles en la industria alimentaria. PIMENT puede aprovechar esta oportunidad al establecer alianzas estratégicas con productores locales, garantizando la calidad y autenticidad de sus platillos mientras contribuye al desarrollo económico y social de las comunidades agrícolas.

En resumen, la oportunidad identificada en el mercado se centra en la creciente demanda de experiencias gastronómicas auténticas y en la necesidad de promover prácticas sostenibles en la industria alimentaria, ofreciendo a PIMENT la oportunidad de diferenciarse y destacarse como un actor clave en la escena gastronómica colombiana.

1.8 Propuesta de emprendimiento

1.8.1 *Concepto de producto o servicio*

El producto y servicio ofrecido por PIMENT es una experiencia gastronómica única y auténtica que rescata y celebra las tradiciones culinarias de Colombia. Consiste en la preparación y presentación de platos emblemáticos de la cocina colombiana, destacando la diversidad de ingredientes y técnicas culinarias que caracterizan a cada región del país.

PIMENT ofrece una amplia variedad de servicios gastronómicos, que incluyen cenas privadas, eventos corporativos, catering para ocasiones especiales y talleres de cocina. Cada experiencia está cuidadosamente diseñada para proporcionar a los clientes un viaje sensorial a través de los sabores, aromas y texturas de la cocina colombiana, combinando la autenticidad de los platos tradicionales con un toque de innovación y creatividad.

Lo que distingue a PIMENT de la competencia es su enfoque en la excelencia gastronómica, la atención al detalle y el compromiso con la calidad y la autenticidad. Además,

la empresa se destaca por su compromiso con la sostenibilidad y la responsabilidad social, colaborando con productores locales y utilizando ingredientes frescos y de origen ético en todas sus preparaciones.

1.8.2 Propuesta de valor

En "PIMENT" pretendemos ofrecer una experiencia gastronómica única y auténtica que recupera las preparaciones tradicionales de Colombia. Nos esforzamos en salvar recetas y técnicas culinarias ancestrales para preservar el rico patrimonio cultural de nuestro país y promocionarlo al mundo.

Nuestro enfoque se caracteriza por ser completamente personalizado, adaptado a las necesidades y preferencias del tipo nutricionales, gastronómicas, de presentación visual, de servicio, entre otras que relacione cada cliente. Desde la selección de ingredientes frescos hasta la presentación de los platos, cada detalle está diseñado para brindar una experiencia personalizada que refleje las necesidades y deseos de nuestros clientes.

Lo que nos diferencia es nuestra curiosidad, nuestra capacidad para comprender los detalles y la calidad de nuestros productos. Nos esforzamos por capturar la esencia de la cocina tradicional colombiana en cada comida, entregando a nuestros comensales sabores, aromas y texturas que evocan recuerdos y emociones arraigadas en la memoria colectiva.

En cuanto a la calidad, nos esforzamos por ofrecer productos y servicios de alta calidad en todas las fases de nuestra actividad, manteniendo los más altos estándares desde la selección de ingredientes hasta la entrega para garantizar la satisfacción total del cliente.

Además, "PIMENT" se centra en la generación de empleos y desarrollo económico en nuestras comunidades. Trabajamos estrechamente con productores locales, generando empleos y ayudando a preservar la industria alimentaria en Colombia.

Estos pilares nos diferencian de nuestros competidores y nos convierten en la opción preferida de quienes valoran la privacidad, la calidad y el compromiso social a la hora de adquirir productos y servicios.

1.8.3 Misión

Preservar y promover la auténtica cocina tradicional colombiana, ofreciendo experiencias gastronómicas únicas e inolvidables que celebren la diversidad cultural del país; a través del compromiso social con nuestros proveedores locales y las comunidades agrícolas, implementando prácticas sostenibles y contribuyendo al desarrollo económico y social de Colombia.

1.8.4 Visión

Para el 2029 “PIMENT” se convierte en un referente conocido a nivel nacional e internacional, que promueve y preserva la comida tradicional colombiana. Nos esforzamos por ser líderes en la industria alimentaria, manteniendo el compromiso por los ingredientes, la ancestralidad de los procesos y vanguardia en los menús; todo con el ánimo de alentar el turismo y el intercambio cultural.

1.8.5 Valores

- **Autenticidad:** Nos esforzamos por preservar los sabores originales de la cocina tradicional colombiana en la preparación de cada plato, utilizando ingredientes frescos y técnicas culinarias transmitidas de generación en generación, mientras que, al mismo tiempo, nos apasiona lo que hacemos y creemos en el poder transformador de la comida para evocar emociones, crear conexiones y enriquecer la vida de las personas.
- **Calidad:** Buscamos la excelencia en cada detalle, desde la selección de ingredientes hasta la presentación de nuestra comida, para ofrecer a nuestros clientes una experiencia excepcional.
- **Personalización:** Valoramos la individualidad de cada cliente y nos esforzamos por crear una experiencia gastronómica única que se ajuste a sus gustos, preferencias y alergias.
- **Compromiso social:** Al apoyar a los productores locales y promover prácticas empresariales éticas y responsables, nos comprometemos a crear puestos de

trabajo y apoyar el desarrollo sostenible en nuestra región, mientras que, al mismo tiempo, nos esforzamos por ofrecer un servicio cálido, amable y hospitalario en el que nuestros clientes se sientan como en casa y disfruten de una experiencia gastronómica memorable.

- **Innovación:** Buscamos constantemente nuevas formas de sorprender y deleitar a nuestros clientes combinando la tradición culinaria con la creatividad y la innovación.

En PIMENT, no sólo preparamos comida, creamos momentos memorables y construimos relaciones significativas a través de la cocina tradicional colombiana.

1.9 La narrativa

1.9.1 Filosofía de la organización

La filosofía de PIMENT se centra en ofrecer experiencias gastronómicas auténticas, innovadoras y sostenibles, con un enfoque en la satisfacción del cliente y la responsabilidad social. Estos principios fundamentales guían todas las acciones y decisiones de la empresa, y son la base de su éxito y su reputación en el mercado.

1.9.2 Postulados

Los postulados de PIMENT reflejan los principios fundamentales en los que se basa la empresa y guían su actuación en todas las áreas de su negocio. Algunos de estos postulados incluyen:

- **Excelencia gastronómica:** PIMENT se compromete a ofrecer una experiencia culinaria de la más alta calidad, destacando por la excelencia en la selección de ingredientes, la preparación de platos y la presentación de los mismos.
- **Respeto a las tradiciones:** La empresa valora y respeta las tradiciones culinarias colombianas, buscando preservar y promover la autenticidad de la cocina nacional en cada uno de sus servicios y productos.

- **Innovación constante:** PIMENT busca constantemente nuevas formas de sorprender y cautivar a sus clientes, combinando la riqueza de las tradiciones culinarias con técnicas innovadoras y creativas para ofrecer experiencias gastronómicas únicas.
- **Responsabilidad social y ambiental:** La empresa se compromete a operar de manera ética y sostenible, contribuyendo al desarrollo de las comunidades locales y cuidando el medio ambiente en todas sus actividades.
- **Satisfacción del cliente:** PIMENT coloca al cliente en el centro de todas sus acciones, esforzándose por superar sus expectativas y garantizar su plena satisfacción en cada interacción.

Estos postulados representan los valores fundamentales de PIMENT y sirven como guía para todas sus operaciones y decisiones empresariales, garantizando un compromiso constante con la excelencia, la autenticidad y la responsabilidad en su actuar.

1.10 Análisis del sector

La diferencia entre PIMENT y su competencia radica en varios aspectos clave:

- **Autenticidad y enfoque en la cocina tradicional colombiana:** PIMENT se especializa exclusivamente en ofrecer experiencias gastronómicas auténticas de la cocina tradicional colombiana, mientras que otros competidores pueden tener un enfoque más amplio o diversificado en términos de su oferta culinaria.
- **Personalización y atención al cliente:** PIMENT se distingue por su enfoque altamente personalizado, adaptando cada experiencia gastronómica a las preferencias y necesidades específicas de cada cliente. Esto contrasta con algunos competidores que pueden ofrecer un servicio más estándar o genérico.
- **Compromiso con la sostenibilidad y las comunidades locales:** PIMENT se compromete a apoyar a los productores locales y promover prácticas sostenibles en toda su cadena de suministro, lo que puede diferenciarlo de competidores que no tienen un enfoque tan pronunciado en la responsabilidad social y ambiental.

- **Excelencia en la calidad y presentación:** PIMENT se esfuerza por ofrecer platillos de alta calidad, preparados con ingredientes frescos y auténticos, y presentados de manera elegante y cuidadosa. Esta dedicación a la excelencia en la calidad y la presentación puede destacarlo entre la competencia que pueda no poner tanto énfasis en estos aspectos.

1.11 ¿Cómo se quiere que se perciba la organización?

Se desea que PIMENT sea percibido como el referente líder en la promoción y preservación de la auténtica cocina tradicional colombiana. Queremos que nuestra organización sea reconocida por su compromiso con la excelencia culinaria, la autenticidad de sus platillos, y su enfoque personalizado en la atención al cliente. Aspiramos a ser vistos como una empresa innovadora que celebra la riqueza cultural de Colombia a través de experiencias gastronómicas únicas y memorables.

Además, deseamos que PIMENT sea percibido como un actor comprometido con el desarrollo sostenible y el bienestar de las comunidades locales, demostrando nuestro apoyo a los productores locales y promoviendo prácticas responsables en toda nuestra operación. Queremos que nuestra marca sea asociada con la calidad, la autenticidad, y el compromiso social y ambiental, inspirando confianza y lealtad en nuestros clientes y colaboradores.

1.12 Comportamiento de la organización con relación al ambiente interno y externo

La organización de PIMENT se caracteriza por mantener un ambiente interno colaborativo, innovador y orientado hacia el cumplimiento de su misión y visión. En el ámbito interno, fomentamos una cultura de trabajo en equipo, donde se valora la creatividad, el respeto mutuo y la comunicación abierta. Promovemos un ambiente inclusivo donde cada miembro del equipo se siente valorado y motivado para contribuir con sus habilidades y experiencias.

Externamente, PIMENT se relaciona con su entorno de diversas maneras. Establecemos relaciones sólidas con proveedores locales, comunidades agrícolas y otros socios comerciales,

buscando siempre colaboraciones mutuamente beneficiosas y respetuosas. Además, nos comprometemos activamente con la comunidad, participando en eventos locales, apoyando causas sociales y ambientales, y promoviendo el desarrollo económico sostenible en las regiones donde operamos.

1.13 El público objetivo

1.13.1 Público de la organización

Mi cliente es una persona la cual requiere de un servicio que iría enfocado hacia la preparación de menús personalizados.

- Residentes de Airbnb.
- Residentes locales que buscan experiencias culinarias auténticas.
- Empresarios y grupos corporativos que desean eventos exclusivos.

1.13.2 ¿A quiénes están dirigidos los productos de la organización?

Los productos de la organización están dirigidos a una amplia gama de clientes que buscan experiencias gastronómicas auténticas y memorables, así como aquellos que valoran la diversidad culinaria y desean explorar la riqueza cultural de Colombia a través de la comida.

- **Residentes de Airbnb:** Turistas que les encanta explorar y experimentar la auténtica cocina local de su destino. Quieren descubrir la diversidad cultural y culinaria que Colombia tiene para ofrecer.
- **Residentes locales que buscan experiencias culinarias auténticas:** Son personas que disfrutan de nuevas experiencias culinarias y se sorprenden con sabores y platos únicos. Les gusta explorar distintos tipos de comidas y están interesados en probar platos tradicionales colombianos de una manera innovadora y fresca.
- **Empresarios y grupos corporativos que desean eventos exclusivos:** Este segmento incluye a colombianos altamente cultos que disfrutan viajar por su país y desean experimentar la diversidad de la cocina colombiana. También lo conforman

emprendedores y profesionales que buscan celebrar momentos especiales de manera significativa, ofreciendo a su equipo una experiencia auténtica que les permita descubrir y apreciar la cultura colombiana, incluyendo su gastronomía local.

1.13.3 Características del público objetivo

Las características del público objetivo de PIMENT pueden variar según el segmento al que se dirige, pero en general, pueden incluir:

- **Interés en la gastronomía colombiana:** El público objetivo tiene un interés genuino en la cocina tradicional colombiana y está abierto a explorar nuevos sabores y platos auténticos.
- **Aventurero y curioso:** Los clientes potenciales están dispuestos a probar nuevas experiencias culinarias y disfrutan de la exploración de la cultura a través de la comida.
- **Valoración de la autenticidad:** Buscan experiencias gastronómicas auténticas que reflejen la verdadera esencia de la cocina colombiana, incluyendo ingredientes frescos y técnicas tradicionales de preparación.
- **Diversidad en gustos y preferencias:** El público objetivo puede tener una amplia variedad de gustos y preferencias culinarias, desde aquellos que prefieren platos clásicos y reconfortantes hasta aquellos que buscan opciones más innovadoras y creativas.
- **Sensibilidad a la sostenibilidad:** Existe una conciencia y sensibilidad hacia la sostenibilidad ambiental y social, por lo que los clientes valoran las prácticas sostenibles en la producción y preparación de alimentos.
- **Disposición a invertir en experiencias gastronómicas:** El público objetivo está dispuesto a gastar dinero en experiencias culinarias de alta calidad y considera que el valor está en la autenticidad, la calidad y la exclusividad de la experiencia.

1.13.4 Segmentación y ubicación del público

La segmentación y ubicación del público objetivo de PIMENT puede realizarse de la siguiente manera:

- **Residentes de Airbnb:** Este segmento incluye a visitantes tanto nacionales como internacionales que viajan a Colombia, más principalmente a Medellín con el objetivo de explorar la cultura y la gastronomía del país.
- **Residentes locales que buscan experiencias culinarias auténticas:** Este segmento abarca a personas que viven en Colombia y buscan experiencias gastronómicas auténticas y memorables. Se pueden encontrar en áreas urbanas y suburbanas de todo el país, así como en zonas rurales donde se valoran las tradiciones culinarias locales.
- **Empresarios y grupos corporativos que desean eventos exclusivos:** Este segmento incluye a empresas y grupos corporativos que buscan organizar eventos gastronómicos para sus empleados o clientes. Se pueden encontrar en áreas urbanas con una alta concentración de empresas y oficinas corporativas, así como en centros de convenciones y lugares de eventos.

En cuanto a la ubicación, PIMENT puede establecer su presencia en áreas estratégicas de las principales ciudades colombianas, así como en destinos turísticos populares y regiones con una rica oferta gastronómica y cultural. Además, puede considerar la posibilidad de ofrecer servicios móviles para llegar a áreas más remotas y atender eventos especiales en diferentes ubicaciones según la demanda del mercado.

1.13.5 Tipo de segmentación (geográfica, por estratos, por preferencias temáticas)

Para PIMENT, se puede considerar una combinación de diferentes tipos de segmentación para identificar y llegar eficazmente a su público objetivo. Algunas opciones incluyen:

- **Segmentación geográfica:** Esta segmentación se basa en la ubicación geográfica de los clientes potenciales. PIMENT puede dirigirse a diferentes áreas geográficas de Colombia, como ciudades principales, destinos turísticos populares y

regiones con una fuerte identidad gastronómica. También pueden considerar la expansión a nivel internacional para atraer a turistas extranjeros interesados en la gastronomía colombiana.

- **Segmentación por estratos socioeconómicos:** Esta segmentación clasifica a los clientes según su nivel socioeconómico. PIMENT puede adaptar sus servicios y precios para satisfacer las necesidades y preferencias de diferentes estratos socioeconómicos, ofreciendo experiencias gastronómicas accesibles para una amplia gama de clientes, así como opciones más exclusivas para aquellos que buscan experiencias premium.
- **Segmentación por preferencias temáticas:** Esta segmentación se centra en las preferencias e intereses específicos de los clientes en términos de temas gastronómicos y culturales. PIMENT puede ofrecer experiencias temáticas que resalten aspectos específicos de la cocina colombiana, como platos regionales, ingredientes autóctonos, técnicas de preparación tradicionales, entre otros. Además, pueden considerar la organización de eventos especiales basados en temas culturales o históricos para atraer a clientes con intereses particulares.

Al combinar estos enfoques de segmentación, PIMENT puede identificar y llegar de manera efectiva a su público objetivo, ofreciendo experiencias gastronómicas personalizadas y relevantes que satisfagan las necesidades y preferencias de diferentes segmentos de clientes.

1.13.6 Temas de interés

Los temas que pueden interesar a los clientes de PIMENT pueden variar dependiendo de sus preferencias individuales, pero algunos temas comunes que podrían ser de interés incluyen:

- **Gastronomía regional:** Muchos clientes pueden estar interesados en descubrir y aprender sobre la diversidad de la cocina colombiana, incluyendo platos regionales, ingredientes autóctonos y técnicas de preparación tradicionales.
- **Ingredientes auténticos:** El origen y la historia de ingredientes específicos pueden ser fascinantes para los amantes de la gastronomía. PIMENT puede

ofrecer información detallada sobre ingredientes locales y su importancia en la cocina colombiana.

- **Técnicas de preparación:** Los clientes interesados en la cocina pueden disfrutar aprendiendo sobre diferentes técnicas de preparación utilizadas en la cocina tradicional colombiana, como la molienda de maíz para hacer arepas, el uso de hojas de plátano para envolver tamales, entre otros.
- **Historia y cultura:** Muchos clientes pueden estar interesados en la historia y la cultura detrás de los platos colombianos, incluyendo sus orígenes, influencias culturales y significados simbólicos. PIMENT puede ofrecer experiencias gastronómicas enriquecedoras que incluyan narrativas sobre la historia y la cultura culinaria de Colombia.
- **Sostenibilidad y agricultura local:** Con un creciente interés en la sostenibilidad y el apoyo a la agricultura local, los clientes pueden estar interesados en aprender sobre prácticas agrícolas sostenibles, la importancia de la agricultura familiar y el impacto de sus decisiones alimentarias en el medio ambiente y las comunidades locales.

1.14 Competencia directa

- **Cocina intuitiva:** Este emprendimiento de una pareja colombiana, se centra en una conexión intuitiva con los alimentos, promoviendo las materias primas ancestrales y el consumo sostenible de alimentos, Piment se destaca por su creatividad culinaria y presentación innovadora de la gastronomía colombiana. Ambas ofertas tienen un lugar especial en el mercado de la gastronomía y pueden trabajar codo a codo con diferentes públicos y necesidades.
- **Plataformas de Entrega de Alimentos:**
 - **Modelo de Negocio:** Conectan a usuarios con restaurantes locales para entrega a domicilio.

- Clientes: Amplio espectro, desde comida rápida hasta restaurantes locales.

- Fortalezas: Conveniencia y variedad de opciones.

- Debilidades: Menos enfoque en autenticidad y experiencia personalizada.

- **Chef a tu casa**

- Modelo de negocio: Conectan a los usuarios con los chefs locales.

- Clientes: Tienen a su disposición un amplio repertorio de opciones para escoger.

- Fortalezas: Variedad de opciones entre tipos de cocina y menús.

- Debilidades: No da la opción de buscar otras preparaciones a parte de las del menú.

- **Melissa Ospina:**

- Modelo de negocio: Conectan a los mercados y campesinos colombianos con turistas y locales que quieran aprender sobre alimentos y dulces tradicionales.

- Clientes: Tiene una amplia clientela entre turistas, estudiantes, amas de casa y personas que deseen conocer sobre los ingredientes tradicionales colombianos.

- Fortalezas: Apoyo a campesinos locales.

- Debilidades: El tour lo hace únicamente en un solo mercado de Medellín y no recorre los demás.

- **Felipe Mejía:**

- Modelo de negocio: Realiza servicios de catering y eventos sociales, todo totalmente personalizados

- Clientes: Tienen una gran variedad de clientes que busquen una persona que les organice sus eventos.

- Fortalezas: Permite personalizar el evento a gusto del cliente.

- **Incanto parrilla**
 - Modelo de negocio: Se centran en realizar eventos tipo catering de asados al carbón en parrilla y barril.
 - Clientes: Personas naturales y empresas dentro del área metropolitana del Valle de Aburrá y Antioquia
 - Fortalezas: Les brinda a sus clientes talleres personalizados sobre asado.

1.15 Fuentes de ingresos

Para iniciar con PIMENT se pretende presentar el proyecto al fondo emprender del Sena, con el cuál se solicitaría un presupuesto de \$63.200.000 que serán utilizados para adquirir los activos fijos necesarios (Maquinaria y equipos, equipos de cómputo, muebles y enseres, y vehículo) además de que se hace cuenta con 2 meses por adelantado de los costos fijos mensuales que se obtendrá mientras PIMENT se establece. A parte de este fondo, también se ha optado por solicitar un crédito al banco en caso de que no se logre reunir toda la cantidad necesaria con el Fondo Emprender del Sena.

1.16 Conclusiones

PIMENT representa mucho más que simplemente establecer un negocio. Es un compromiso con la preservación de la identidad cultural, el cuidado nutricional y la comodidad del servicio en casa. Desde el inicio, PIMENT ha buscado no solo ofrecer productos culinarios únicos y deliciosos, sino también promover el valor de las tradiciones culinarias locales y la importancia de una alimentación saludable.

El objetivo principal es elaborar preparaciones con sabores auténticos y con ingredientes frescos y nutritivos, que deleiten el paladar y al mismo tiempo nutran el cuerpo y el alma. Además, al ofrecer su servicio en casa, PIMENT quiere brindar a sus clientes la comodidad y la calidez de disfrutar de una experiencia gastronómica excepcional en la

intimidad de sus hogares, promoviendo así momentos de conexión y bienestar en las familias colombianas y de aquellas que nos visitan.

Durante el proceso de creación y desarrollo de PIMENT, se ha trabajado con esmero para asegurar que cada aspecto refleja los valores fundamentales de respeto por la cultura local, cuidado nutricional y excelencia en el servicio al cliente. El compromiso de PIMENT es seguir innovando y creciendo, siempre con la meta de ofrecer lo mejor a la comunidad y contribuir de manera positiva a su bienestar y felicidad.

Anexo A: Encuesta para definir el cliente potencial

DEFINICIÓN DE CLIENTE POTENCIAL PARA PIMENT

La siguiente encuesta se realiza con el fin de segmentar el cliente potencial para la empresa PIMENT.

jheimydaniela1999@gmail.com

[Cambiar de cuenta](#)



* Indica que la pregunta es obligatoria

Correo *

Tu dirección de correo electrónico

Género *

- Masculino
- Femenino
- Prefiero no decirlo

Edad *

Tu respuesta

Estrato socioeconómico *

3

4

5

6

Qué prefiere, ir a un restaurante o que venga el restaurante a su casa? *

Restaurante

Casa

¿Le gusta la cocina tradicional Colombiana? *

Sí

No



Si la respuesta anterior fue sí. Qué región prefiere?

- Caribe
- Pacífico
- Orinoquía
- Amazónico
- Andina

¿Pagaría usted por un servicio de catering de cocina tradicional para un evento? *

- Sí
- No

Enviar

Borrar formulario

Nunca envíe contraseñas a través de Formularios de Google.

Este formulario se creó en Universidad Católica Luis Amigó.

[Denunciar abuso](#)

Google Formularios





PIMENT

¡Bienvenidos a nuestra encuesta sobre cocina tradicional colombiana!

Esta encuesta tiene como objetivo explorar las preferencias, experiencias y percepciones de las personas sobre la rica gastronomía colombiana. Desde las arepas y la bandeja paisa hasta el ajiaco y el sancocho; la cocina colombiana es una fusión de sabores, ingredientes y tradiciones que reflejan la diversidad cultural y geográfica del país. Tu participación nos ayudará a comprender mejor cómo se disfruta y se valora esta cocina única y querida.

¡Gracias por ser parte de esta experiencia gastronómica!

jheimy.benavidesna@amigo.edu.co

[Cambiar de cuenta](#)

 No compartido



* Indica que la pregunta es obligatoria



Qué región Colombiana le llama más la atención? SELECCIONE DOS *

- Caribe
- Pacífico
- Orinoqía
- Amazónica
- Andina

De las regiones elegidas, qué preparaciones conoce? Entre bebida, fuerte y postre *

Tu respuesta

De su selección, cuáles le gustaría *
degustar?


Tu respuesta

Tiene algún tipo de condición alimentaria *
o alergia?

Tu respuesta

Si lo invitaran a cenar, qué ingrediente no *
le gustaría encontrar en su preparación?

Tu respuesta

 Página 1 de 1

Enviar

Borrar formulario

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Este formulario se creó en Universidad Católica Luis Amigó.

[Denunciar abuso](#)



Google Formularios



Anexo C: Activos fijos requeridos

MAQUINARIA Y EQUIPO						
TIPO DE ACTIVO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	BASE DEPRECIACIÓN (AÑOS)	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN MENSUAL
Licadora Profesional Ninja Y Procesador Alimento Triturador	3	\$ 1.020.817,00	\$ 3.062.451,00	10	\$ 306.245,10	\$ 25.520,43
Horno De Empotrar Eléctrico con Dorador 59.5x54 cm Negro	1	\$ 889.900,00	\$ 889.900,00	10	\$ 88.990,00	\$ 7.415,83
Batidora Licuadora Picatodo Inmersión Dkasa 400 Watts Color Negro	3	\$ 184.950,00	\$ 554.850,00	10	\$ 55.485,00	\$ 4.623,75
Estufa De Inducción 1 Puesto Portátil 1500w Home Elements	3	\$ 209.000,00	\$ 627.000,00	10	\$ 62.700,00	\$ 5.225,00
Nevera No Frost 267 Litros Black Steel Mabe Ma267fyct	1	\$ 1.779.900,00	\$ 1.779.900,00	10	\$ 177.990,00	\$ 14.832,50
Olla a Presión Multifunción Eléctrica Electrolux 6L PCC20	3	\$ 439.900,00	\$ 1.319.700,00	10	\$ 131.970,00	\$ 10.997,50
TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO			\$ 8.233.801,00	Subtotal Depreciaciones	\$ 823.380,10	\$ 68.615,01
EQUIPOS DE COMPUTO						
TIPO DE ACTIVO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	BASE DEPRECIACIÓN (AÑOS)	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN MENSUAL
Computador Lenovo	1	\$ 2.150.000,00	\$ 2.150.000,00	3	\$ 716.666,67	\$ 59.722,22
Microsoft 365 Empresa Premium	1	\$ 83.074,00	\$ 83.074,00	3	\$ 27.691,33	\$ 2.307,61
TOTAL EQUIPOS DE COMPUTO			\$ 2.233.074,00	Subtotal Depreciaciones	\$ 744.358,00	\$ 62.029,83

MUEBLES Y ENSERES						
TIPO DE ACTIVO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	BASE DEPRECIACIÓN (AÑOS)	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN MENSUAL
Juego De Cubiertos En Acero 36 Piezas Diseño Moderno Estuche	3	\$ 178.900,00	\$ 536.700,00	10	\$ 53.670,00	\$ 4.472,50
Set De Cucharas X4 Grandes Fabricado Con Bambú Para Cocina	3	\$ 20.800,00	\$ 62.400,00	10	\$ 6.240,00	\$ 520,00
Olla De Barro Negro De La Chamba Artesanal (8 Litros)	2	\$ 149.900,00	\$ 299.800,00	10	\$ 29.980,00	\$ 2.498,33
Casuela Barro Plato Taza	50	\$ 10.000,00	\$ 500.000,00	10	\$ 50.000,00	\$ 4.166,67
Plato Llano De Barro 21cm De La Chamba Tolima	50	\$ 13.803,00	\$ 690.150,00	10	\$ 69.015,00	\$ 5.751,25
Cazuela De Barro #1 500ml Con Canasta De La Chamba Tolima	50	\$ 17.000,00	\$ 850.000,00	10	\$ 85.000,00	\$ 7.083,33
Nevera Icopor 30 Litros	3	\$ 39.900,00	\$ 119.700,00	10	\$ 11.970,00	\$ 997,50
			\$ -	10	\$ -	\$ -
TOTAL MUEBLES Y ENSERES			\$ 3.058.750,00	Subtotal Depreciaciones	\$ 305.875,00	\$ 25.489,58
VEHÍCULOS						
TIPO DE ACTIVO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	BASE DEPRECIACIÓN (AÑOS)	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN MENSUAL
Dfm/dfsk Van Carga	1	\$ 22.000.000,00	\$ 22.000.000,00	5	\$ 4.400.000,00	\$ 366.666,67
TOTAL VEHÍCULOS			\$ 22.000.000,00	Subtotal Depreciaciones	\$ 4.400.000,00	\$ 366.666,67
TOTAL ACTIVOS FIJOS CON DEPRECIACIÓN			\$ 35.525.625,00	DEPRECIACIÓN TOTAL	\$ 10.673.613,10	\$ 889.467,76

Anexo D: Costos fijos mensuales

COSTOS FIJOS MENSUALES PROYECTO: PIMENT						
No.	DETALLE / CUENTAS	Cantidad Requerida	Valor Unitario	Costo Mensual	Saldo Acumulado (Presupuesto Mes)	Costo Fijo Anual
	Saldo Inicial (Presupuesto Mensual)				\$ 14.445.168	
1	Asistente de marketing (manejo de redes sociales)	1	\$ 1.420.615	\$ 1.420.615	\$ 1.420.615	\$ 17.047.380
2	Seguridad Social + Presataciones (100%) Asistente de marketing	1	\$ 781.338	\$ 781.338	\$ 2.201.953	\$ 9.376.059
3	Nómina de gerente	1	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000	\$ 7.201.953	\$ 60.000.000
4	Seguridad Social + Presataciones (100%) Gerente	1	\$ 2.750.000	\$ 2.750.000	\$ 9.951.953	\$ 33.000.000
5	Nómina proceso contable (medio salario mínimo)	2	\$ 650.000	\$ 1.300.000	\$ 11.251.953	\$ 15.600.000
6	Seguridad Social + Presataciones (100%) Proceso contable	1	\$ 357.500	\$ 357.500	\$ 11.609.453	\$ 4.290.000
7	Arrendamiento Local			\$ -	\$ 11.609.453	\$ -
8	Servicios Públicos			\$ -	\$ 11.609.453	\$ -
9	Energía	1	\$ 82.127	\$ 82.127	\$ 11.691.580	\$ 985.524
10	Acueducto	1	\$ 22.638	\$ 22.638	\$ 11.714.218	\$ 271.655
11	Telecomunicaciones Celular	1	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 11.754.218	\$ 480.000
12	Telecomunicaciones Internet	1	\$ 72.900	\$ 72.900	\$ 11.827.118	\$ 874.800
13	Tasa de aseo	1	\$ 24.241	\$ 24.241	\$ 11.851.359	\$ 290.893
14	Alumbrado público	1	\$ 8.519	\$ 8.519	\$ 11.859.878	\$ 102.228
15	Publicidad y Mercadeo	1	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 12.109.878	\$ 3.000.000
16	Gas	1	\$ 14.267	\$ 14.267	\$ 12.124.145	\$ 171.201
	Transporte	1	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 12.324.145	\$ 2.400.000
17	Depreciación de AF	1	\$ 889.468	\$ 889.468	\$ 13.213.613	\$ 10.673.613
18	Abono a Capital Préstamo AF	1	\$ 592.094	\$ 592.094	\$ 13.805.706	\$ 7.105.125
19	Costo Financiero Préstamo AF	1	\$ 639.461	\$ 639.461	\$ 14.445.168	\$ 7.673.535
TOTAL COSTOS FIJOS MENSUALES		19	\$ 13.795.168	\$ 14.445.168	\$ 0	\$ 173.342.013

BANDEJA PAISA				
Detalle Materias Primas	Unidad de medida	Cantidad Requerida	Costo Unitario	Subtotal
Aceite	ml	60	\$ 9,43	\$ 565,50
Cebolla larga	gr	8	\$ 2,21	\$ 17,70
Tomate maduro sin piel	gr	60	\$ 2,94	\$ 176,34
Fondo oscuro	m3	190	\$ 0,0036	\$ 0,68
Frijol bola roja remojados	gr	63	\$ 15,60	\$ 982,80
Zanahoria mediana	gr	35	\$ 2,40	\$ 84,11
Carne molida magra	gr	32	\$ 37,00	\$ 1.184,00
Arroz blanco	gr	63	\$ 2,90	\$ 182,70
Tocino crocante	gr	32	\$ 12,53	\$ 400,96
Chorizo tipo coctel	gr	30	\$ 43,30	\$ 1.299,00
Huevo frito	gr	50	\$ 26,67	\$ 1.333,33
Aguacate	gr	28	\$ 6,51	\$ 182,31
Arepa pequeña	gr	20	\$ 7,92	\$ 158,33
Tajada de plátano maduro fritas	gr	20	\$ 2,07	\$ 41,40
Subtotal Materias Primas por Unidad		691	\$ 171,48	\$ 6.609,16
Detalle CIF (Insumos)	Unidad de medida	Cantidad Requerida	Costo Unitario	Subtotal
Servilletas	unidades	2	\$ 41,52	\$ 83,04
Transporte	unidades	2	\$ 10.000,00	\$ 20.000,00
BDWL KRAFT 1000ML CON TAPA	unidades	1	\$ 1.051,96	\$ 1.051,96
				\$ -
Subtotal CIF (Insumos)		5	\$ 11.093,48	\$ 21.135,00
Costo Mano de Obra por Unidad		Cantidad Requerida	Costo Unitario	Subtotal
SMLV		1	\$ 3.400.000,00	\$ 3.400.000,00
Auxilio de Transporte		2	\$ 162.000,00	\$ 324.000,00
Seguridad Social + Prestaciones Sociales		1	\$ 1.870.000,00	\$ 1.870.000,00
				Valor Mes \$ 5.594.000,00
				Valor Día (8 Horas) \$ 186.466,67
				Valor Hora \$ 23.308,33
				Valor Minute \$ 388,47
Tiempo Requerido en Minutos		25	\$ 388,47	\$ 9.711,81
Total Costo Variable Unitario				\$ 37.455,97
				Comisión \$ 1.872,80

AJIACO				
Detalle Materias Primas	Unidad de medida	Cantidad Requerida	Costo Unitario	Subtotal
Fondo blanco	ml	250	\$ 0,0036	\$ 0,89
Pechuga de pollo pequeña sin piel	gr	100	\$ 13,68	\$ 1.368,10
Papa criolla	gr	32	\$ 3,53	\$ 112,83
Papa pastusa	gr	32	\$ 1,87	\$ 59,97
Mazorcas	gr	95	\$ 2,06	\$ 196,08
Guascas	gr	4	\$ 40,00	\$ 160,00
Crema de leche	gr	15	\$ 15,95	\$ 239,29
Alcaparras	gr	5	\$ 14,12	\$ 70,60
Aguacate mediano	gr	75	\$ 6,51	\$ 488,33
			\$ -	\$ -
Subtotal Materias Primas por Unidad		608	\$ 97,73	\$ 2.696,08
Detalle CIF (Insumos)	Unidad de medida	Cantidad Requerida	Costo Unitario	Subtotal
Servilletas	unidades	2	\$ 41,52	\$ 83,04
Transporte		2	\$ 10.000,00	\$ 20.000,00
BOWL KRAFT 1000ML CON TAPA	unidades	1	\$ 1.051,96	\$ 1.051,96
			\$ -	\$ -
Subtotal CIF (Insumos)		5	\$ 11.093,48	\$ 21.135,00
Costo Mano de Obra por Unidad		Cantidad Requerida	Costo Unitario	Subtotal
SMLV		1	\$ 3.400.000,00	\$ 3.400.000,00
Auxilio de Transporte		1	\$ 162.000,00	\$ 162.000,00
Seguridad Social + Prestaciones Sociales		1	\$ 1.870.000,00	\$ 1.870.000,00
			<i>Valor Mes</i>	<i>\$ 5.432.000,00</i>
			<i>Valor Día (8 Horas)</i>	<i>\$ 181.066,67</i>
			<i>Valor Hora</i>	<i>\$ 22.633,33</i>
			<i>Valor Minuto</i>	<i>\$ 377,22</i>
Tiempo Requerido en minutos		10	\$ 377,22	\$ 3.772,22
Total Costo Variable Unitario				\$ 27.603,31
			<i>Comisión</i>	<i>\$ 1.380,17</i>

SANCOCHO TRIFÁSICO				
Detalle Materias Primas	Unidad de medida	Cantidad Requerida	Costo Unitario	Subtotal
Agua	ml	344	\$ 0,0036	\$ 1,23
Cebolla larga	gr	8	\$ 2,21	\$ 17,70
Cilantro	gr	5	\$ 6,11	\$ 30,55
Costilla de res magra	gr	63	\$ 19,12	\$ 1.204,56
Pierna de pollo	gr	120	\$ 10,77	\$ 1.291,92
Carne de cerdo	gr	63	\$ 13,57	\$ 854,72
Mazorca tierna	gr	75	\$ 2,06	\$ 154,80
Plátano verde	gr	58	\$ 2,03	\$ 117,62
Yuca	gr	63	\$ 1,07	\$ 67,54
Papa pastusa	gr	63	\$ 1,87	\$ 118,06
Aceite	ml	4	\$ 9,43	\$ 37,70
Tomate	gr	62	\$ 2,94	\$ 182,22
Subtotal Materias Primas por Unidad		928	\$ 71,18	\$ 4.078,62
Detalle CIF (Insumos)	Unidad de medida	Cantidad Requerida	Costo Unitario	Subtotal
Servilletas	unidades	2	\$ 41,52	\$ 83,04
Transporte		2	\$ 10.000,00	\$ 20.000,00
BOWL KRAFT 1000ML CON TAPA	unidades	1	\$ 1.051,96	\$ 1.051,96
Subtotal CIF (Insumos)		5	\$ 11.093,48	\$ 21.135,00
Costo Mano de Obra por Unidad		Cantidad Requerida	Costo Unitario	Subtotal
SMLV		1	\$ 3.400.000,00	\$ 3.400.000,00
Auxilio de Transporte		1	\$ 162.000,00	\$ 162.000,00
Seguridad Social + Prestaciones Sociales		1	\$ 1.870.000,00	\$ 1.870.000,00
			<i>Valor Mes</i>	<i>\$ 5.432.000,00</i>
			<i>Valor Día (8 Horas)</i>	<i>\$ 181.066,67</i>
			<i>Valor Hora</i>	<i>\$ 22.633,33</i>
			<i>Valor Minute</i>	<i>\$ 377,22</i>
Tiempo Requerido en minutos		21	\$ 377,22	\$ 7.921,67
Total Costo Variable Unitario				\$ 33.135,29
				Comisión
				\$ 1.656,76

Anexo F: Modelo CANVAS

