

DIAGNÓSTICO Y PLAN DE MEJORA LOGÍSTICO PARA LA EMPRESA
“CASA MARIA BURGER”



AGUDELO GÓMEZ NICOLAS LEONARDO
AUCÚ GÓMEZ MAYRA ALEJANDRA
CHAMORRO ACHINTE MIGUEL ANGEL
MEDINA CARDENAS MAURICIO ANDRES



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
VILLAVICENCIO
2023

DIAGNÓSTICO Y PLAN DE MEJORA LOGÍSTICO PARA LA EMPRESA
“CASA MARIA BURGER”

AGUDELO GÓMEZ NICOLAS LEONARDO
AUCÚ GÓMEZ MAYRA ALEJANDRA
CHAMORRO ACHINTE MIGUEL ANGEL
MEDINA CÁRDENAS MAURICIO ANDRÉS

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de Profesional en Negocios
Internacionales.

Asesor
ALFONSO CANÓNIGO GALVIS

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
VILLAVICENCIO
2023

Autoridades Académicas

P. José Gabriel MESA ANGULO, O. P.

Rector General

P. Eduardo GONZÁLEZ GIL, O. P.

Vicerrector Académico General

P. José Antonio BALAGUERA CEPEDA, O. P.

Rector Sede Villavicencio

P. Rodrigo GARCIA JARA, O. P.

Vicerrector Académico Sede Villavicencio

Mg. Julieth Andrea SIERRA TOBÓN

Secretaria de División Sede Villavicencio

Mg. Ernesto José CAMARGO HERNÁNDEZ

Decano de la Facultad de Negocios Internacionales

Contenido

	Pág
Introducción	7
Descripción de la compañía	8
Misión	8
Visión	8
Mercado, clientes, canales y productos	9
	11
Crecimiento interno y adquisiciones	12
Servicio y corte competitivo	13
Factores claves de éxito	13
Servicio al cliente	13
Buena localización	13
Calidad y precio	13
Opinión y sugerencias	14
Pronóstico de ventas (volumen)	14
Recursos logísticos (instalaciones y distribuciones)	16
Requerimientos de niveles de servicio	18
Impacto de los factores internos y externos	19
Factores internos	19
Factores externos	19
Evaluaciones internas y externas	21
Evaluaciones internas.	21
Recursos logísticos actuales	21
Estructura de costo actual	21
Sistemas de información actuales	22
Niveles de servicio y desempeño actuales	22
Misión Y Objetivos Definidos Internamente En Logística	22
Evaluaciones externas.	23

Estrategia / ejecución del competidor (líderes o seguidores)	23
Análisis logístico estratégico	24
Pronóstico de ventas	25
• Modelos de optimización	27
• Modelos «operacionales» de transporte y bodegaje.	28
• Modelos de «servicio» para cada área de la cadena de abastecimiento	28
• Modelos de «tecnologías» en logística.	28
Plan de mejora	29
Propuesta: domicilios	29
Propuesta: proveedores alternativos	29
Propuesta: adecuación segundo piso	31
Propuesta: sistemas de información gesadmin y fudo	31
Establecimiento	36
	37
Máquina de café	38
Tazas de café	41
Proveedores	41
Conclusión	43
Bibliografía	44

Lista de figuras

	Pág
Figura 1. Modelo canvas para el restaurante casa maria burger	9
Figura 2. Modelo de Productos ofrecidos por Casa Maria Burger	10
Figura 3. Modelo de Productos ofrecidos por Casa Maria Burger	11
Figura 4. Pronostivo de ventas Casa Maria Burger	15
Figura 5. Layout primer piso restaurante	16
Figura 6. Layout segundo piso restaurante	17
Figura 7. Tabla de ejecución del competidor	23
Figura 8. Pronóstico de ventas 2	25
Figura 9. Cotización de los sistemas de información	33
Figura 10. Comparación de licencias	34
Figura 11. Información para contactar el proveedor	35
Figura 12. Layout segundo piso actualizado	37
Figura 13. Máquina de café 1	38
Figura 14. Máquina de café 2	38
Figura 15. Máquina de café 3	39
Figura 16. Máquina de café 4	40
Figura 17. Modelo de tazas de café de Amasa	41
Figura 18. Modelo de tazas de café de Amasa 2	41

Introducción

La presente asesoría tiene como propósito diseñar un plan estratégico desde el conocimiento y aplicación de los temas vistos en profundización logística para que la empresa Casa Maria Burger mejore sus procesos de producción y venta de comida rápidas en diferentes municipios del departamento del Meta, además de servir como acompañante en el proceso de apertura de un nuevo punto en la ciudad de Villavicencio con el objetivo final de ser un referente por su calidad y gestión de producción a lo largo del Departamento, su aplicación y desarrollo se da mediante la modalidad de asesoría presencial y virtual en los diferentes puntos de venta, teniendo como evaluación final y culminación del proceso la nueva sede en la capital del Meta viendo allí la efectividad del acompañamiento dejando como resultado un local funcional.

Descripción de la compañía

Casa María Burger es una empresa de la industria de los restaurantes que ofrece el servicio de comidas rápidas, con sedes en el municipio de Castilla la Nueva y Puerto López (Sede principal).

El nombre Casa Maria Burger hace alusión al nombre de la madre de uno de los fundadores de este, además la palabra “casa” genera en el consumidor una sensación de ser un lugar acogedor donde como persona siempre quiere volver.

El restaurante ofrece en su menú variedad de platos, desde hamburguesas hasta platos fuertes y bebidas como malteadas, gaseosas y bebidas naturales, manejando principalmente la calidad de sus insumos para que el producto final sea del mayor agrado de los clientes.

Misión

Ofrecer comida de calidad causando experiencias inolvidables en los clientes, acentuándose como la mejor opción de hamburguesas, así como una gran variedad de alimentos y bebidas que crean valor y marcan la diferencia gracias a su relación calidad/precio.

Visión

Para 2026 Casa Maria Burger será reconocida en la ciudad de Villavicencio como un referente en comida rápida y alimentos, buscando estrategias para poder seguir ampliando su restaurante no solo en la ciudad si no a nivel nacional.

Mercado, clientes, canales y productos

Se realizó un modelo canvas para determinar el mercado, los clientes, canales y productos que se logra apreciar en la figura 1, además, se incluirán otros aspectos que tienen relación para fortalecer las bases de la empresa.

Figura 1

Modelo canvas para el restaurante “Casa María Burger”

SOCIOS CLAVE	ACTIVIDADES CLAVE	PROPUESTA DE VALOR	RELACIONES CON CLIENTES	SEGMENTOS DE CLIENTES
- Burger Pop - Corabastos Plaza de mercado - Carnicería y Fruver locales -Distribuidoras de bebidas (Postobon, Coca- cola) - Chorillano - Macro	- Producción de hamburguesas - Comercialización del producto - Buena prestación del servicio al cliente - Satisfacción oportuna y de alta calidad hacia los clientes.		- Buena calidad en el servicio al cliente - Buena aceptación y satisfacción - Comoda ambientación del establecimiento	- Va dirigido a personas jóvenes entre edades de 14 a 28, y a padres de failia con niños entre 4 a 12 años los cuales disfruten de compartir con su familia y estar en un lugar comodo donde alimentarse. - Va dirigido a personas que pertenezcan a un estrato socio economico superior a dos. - Personas que busquen un producto que busquen calidad, variedad y rapidez
	RECURSOS CLAVE		CANALES	
	- Capital por parte de los cocios -Establecimiento fisico (Local) - Personal capacitado para la elaboración, distribución, compra, venta y atención - Materia prima para la elaboración - Servicios basicos (Energia, agua y gas) - Inventario de producción		- Venta directa - Publicidad en redes y marketing - Voz a voz y recomendaciones - Pautas publicitarias	
ESTRUCTURA DE FUENTES			FUENTES DE INGRESOS	
- Costos fijos: Arriendo, servicios publicos (Agua, luz y gas) y nomina de trabajadores - Gastos variables: Insumos de producción (Pan, vegetales, carnes, bebidas, papas, etc), internet y plasticos o material de empaque			- Ingresos de ventas -Reservación de eventos	

NOTA: Elaboración con base en información brindada por “Casa María Burger”.

En segundo lugar, se manejará una carta que contiene diferentes productos como se puede observar en la figura 2 y figura 3

Figura 2.

Modelo de Productos ofrecidos por Casa María Burger



Casa María Burger

MENU

HELADERÍA

COPA SENCILLA \$ 4.000 Bola de helado, chantilly, chocolate y fruta.	MALTEADA BÁSICA \$ 8.000 Sabor de helado de su preferencia, Chantilly y Barquillo.	MALTEADA OREO \$ 12.000 Helado de Brownie, salsa hershey, oreo, chantilly y cereza.
COPA DE BANANA \$ 9.000 Dos bolas de helado, salsa hershey, chantilly, chocolate, cereza y galleta parmesano.	MALTEADA SNICKER \$ 12.000 Helado de chocolate, chantilly snicker, chocolate, almendra y cereza.	MALTEADA CLUB \$ 12.000 Helado de vainilla, club negra cereza y salsa hershey.
COPA ESPECIAL \$ 9.000 Tres Bolas de helado, chantilly, almendra, fresa, chocolate, galleta parmesano y cereza.		
COPA DURAZNO CON PISTACHOS \$ 10.000 Bola de helado, durazno, chantilly, galleta parmesano, fresa, cereza, pistachos y chocolate.		

BEBIDAS

LIMONADA NATURAL \$3.500	LIMONADA DE COCO \$4.500	LIMONADA DE HIERBABUENA \$4.000	CEREZADA \$4.500
GASEOSA PERSONAL \$3.500	GASEOSA LITRO & 1/4 \$6.500	AGUA BOTELLA \$2.500	CERVEZA \$4.500

Cra 5 No. 7-02 / B. Centro / Puerto López / Meta
 Contacto: ☎ 313 417 6938
 CasaMaria_Burger

NOTA: Carta ilustrada y compartida por la empresa Casa María Burger (2022).

Figura 3.

Modelo de Productos ofrecidos por Casa María Burger.



BURGER TRADICIONAL \$13.000 Pan brioche, carne 150 gr, queso, tomate, cebolla guisada, lechuga, papas a la francesa.	BURGER CROCANTE \$14.500 Pan brioche, carne 150 gr, queso cheddar, cebolla crocante, tocineta, lechuga, papas a la francesa	BURGER MARIA \$13.500 Pan brioche, carne 150 gr, queso, cebolla guisada, tocineta, huevo frito, lechuga, papas a la francesa.
BURGER SENCILLA \$12.000 Pan brioche, carne de 150 gr, queso, lechuga, papas a la francesa.		BURGER CHEESE \$19.000 Pan brioche, doble carne 150 gr, doble queso cheddar, tres tocinetas, tomate, lechuga, papas a la francesa.
BURGER MEXICANA \$15.500 Pan brioche, carne 150 gr, queso, tomate, tocineta, aguacate, pico de gallo, jalapeños, nachos, salsa chipotle y papas a la francesa.		GRAN BURGER \$19.000 Pan brioche, doble carne 150 gr, huevo frito, tocineta, queso, tomate, cebolla crocante, lechuga, papas a la francesa.
PERRO DE LA CASA \$11.000 Salchicha americana, queso, tocineta, papas ripio y papas a la francesa.		STREET BURGER \$14.000 Pan brioche, carne 150 gr, tocineta, queso, papa ripio, lechuga, tomate, cebolla caramelizada, papas a la francesa.
PERRO CLASICO \$11.000 Salchicha americana, doble queso, papas ripio y papas a la francesa.		BURGER MASTER \$18.000 Pan brioche, carne 150 gr, salsa de champiñones, salsa de pepinillos, queso, tocineta, papas a la francesa.
PERRO MEXICANO \$12.500 Salchicha americana, queso, tocineta, aguacate, pico de gallo, Jalapeño, nachos y papas a la francesa.	CARNE A LA PARRILLA \$17.000 Churrasco de 250 gr, papas a la francesa y ensalada.	AMERICAN BURGER \$16.000 Pan brioche, carne 150 gr, salsa de pepinillos, doble queso cheddar, tocineta, lechuga, papas a la francesa.
	PECHUGA A LA PLANCHA \$16.000 Pechuga de 250 gr, papas a la francesa y ensalada.	
	CHEDDAR \$12.000 Papa francesa con salsa cheddar, y trocitos de tocineta	
	SALCHIPAPAS \$12.000 Papa francesa, doble salchicha americana y queso.	



Cra 5 No. 7-02 / B. Centro
 Contacto: 313 417 6938
 Puerto López / Meta



CasaMaría_Burger

NOTA: Carta ilustrada y compartida por la empresa Casa María Burger (2022.).

Crecimiento interno y adquisiciones

El crecimiento interno es importante tenerlo presente ya que este le permite a la empresa saber a largo plazo como será el comportamiento del establecimiento en el mercado, así mismo permite saber que se requiere y que no para que la empresa pueda tener un comportamiento al alza.

Para poder lograr ser un referente de la comida rápida en la ciudad de Villavicencio se van a implementar las siguientes estrategias:

Crecimiento interno:

1. Para tener un mayor rango de ventas en la ciudad se propone registrar el restaurante en aplicaciones de comida como lo son Rappi, Ifood, etc. ya que esto permitirá a la empresa ser más visible a nivel local además le permitirá llegar a más personas.
2. Tener un sistema de reservas y decoración para fechas especiales como lo pueden ser cumpleaños, aniversarios y grados.
3. Adecuar el segundo piso del local para eventos corporativos con el fin de no ser solo reconocidos como un sitio de comidas rápidas si no una alternativa para eventos sociales.
4. Participar en eventos de comida como el BurgerMaster para dar a conocerse en toda la ciudad.

Adquisiciones:

1. Como el principal objetivo de CMB es posicionarse en Villavicencio con un nuevo local se debe hacer la adquisición de nuevos muebles que permitan el funcionamiento del establecimiento, muebles como:

- Estufas y Parrillas
- Neveras
- Mesas y sillas
- Caja registradora
- Datafono
- Decoración

Servicio y corte competitivo

El servicio como corte competitivo de la empresa “Casa María Burger” es lo más importante ya que este permite la fidelización del cliente, por lo que es algo que se debe tener presente a la hora de empezar con la apertura de su nueva sede en Villavicencio.

Factores claves de éxito

Servicio al cliente

Los empleados que se encargarán de la atención al cliente son personas con experiencia y capacitadas para poder brindar el mejor servicio, por esto se le apuesta a impactar a las personas de manera positiva con el fin de fidelizarlos.

Buena localización

La empresa cuenta con un establecimiento ubicado en un lugar estratégico ya que se encuentra en frente de la universidad Cooperativa de Colombia Sede Villavicencio en el puerto comercial “Puerto Bahía”, y teniendo en cuenta que la población universitaria es una gran parte de la segmentación a la que va dirigida la empresa, se logra captar su atención de manera más fácil debido a la cercanía no solo de la universidad Cooperativa de Colombia Sede Villavicencio sino también de la universidad Santo Tomás de Colombia sede Villavicencio.

Calidad y precio

Se compete en el mercado con la calidad de los insumos usados para la realización del producto final que será comercializado, por ejemplo, los vegetales se revisan que estén frescos, las bebidas naturales que tengan las proporciones adecuadas para que tengan buen sabor y que las carnes estén en óptimas condiciones conservando siempre la cadena de frío. Por último, el precio va de acuerdo a la calidad ofrecida y son valores accesibles para los clientes.

Opinión y sugerencias

Conocer las opiniones de las personas que tuvieron la experiencia de comer en el restaurante es vital para saber las fortalezas y debilidades que se tienen, así mismo, identificar qué mejoras se deben hacer, si se deben cambiar algunos elementos o si realmente funciona del modo en que se lleva el proceso. Todo esto lleva a que los clientes sientan que se tiene en cuenta sus gustos y preferencias, logrando captar la atención de esta manera.

Pronóstico de ventas (volumen)

El pronóstico de ventas para “Casa María Burger” es importante ya que este puede ayudarle a la empresa a tomar decisiones más informadas para el establecimiento. Al predecir sus futuros ingresos por ventas, también se pueden anticipar los recursos que se necesitarán y las compras, adiciones o cambios que se deberán hacer en el corto, mediano y largo plazo.

Figura 4.**Pronostico de ventas Casa María Burger**

CASA MARIA BURGUER										
PORCENTAJE	PRODUCTOS	VENTAS DIARIAS							VENTAS SEMANALES	VENTAS MENSUALES
		LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO		
100,0%	HAMBURGUESAS	100	100	100	119	120	121	109	769	3076
18,5%	BURGER TRADICIONAL	20	20	20	20	21	21	20	142	568
1,2%	BURGER SENCILLA	1	1	1	1	1	3	1	9	36
1,4%	BURGER MEXICANA	1	1	1	1	1	5	1	11	44
8,5%	BURGER MARIA	10	10	10	10	10	5	10	65	260
7,3%	BURGER CHEESE	8	8	8	8	8	8	8	56	224
3,6%	GRAN BURGER	4	4	4	4	4	4	4	28	112
0,9%	STREET BURGER	1	1	1	1	1	1	1	7	28
2,7%	BURGER MASTER	3	3	3	3	3	3	3	21	84
0,9%	AMERICAN BURGER	1	1	1	1	1	1	1	7	28
55,0%	BURGER CROCANTE	51	51	51	70	70	70	60	423	1692
100,0%	PERROS CALIENTES	17	17	17	19	22	30	19	141	564
65,2%	PERRO DE LA CASA	10	10	10	12	15	23	12	92	368
24,8%	PERRO CLASICO	5	5	5	5	5	5	5	35	140
9,9%	PERRO MEXICANO	2	2	2	2	2	2	2	14	56
100,0%	CARNES	30	30	30	30	30	20	20	190	760
50,0%	CARNE A LA PARRILLA	15	15	15	15	15	10	10	95	380
50,0%	PECHUGA A LA PLANCHA	15	15	15	15	15	10	10	95	380
100,0%	OTROS	10	10	10	10	10	15	15	80	320
51,25%	SALCHIPAPAS	5	5	5	5	5	8	8	41	164
48,75%	CHEDDAR	5	5	5	5	5	7	7	39	156
100,0%	BEBIDAS	150	150	150	170	170	170	150	1110	4440
17,12%	LIMONADA NATURAL	25	25	25	30	30	30	25	190	760
17,12%	LIMONADA DE COCO	25	25	25	30	30	30	25	190	760
9,46%	LIMONADA DE HIERBABUENA	15	15	15	15	15	15	15	105	420
9,46%	CEREZADA	15	15	15	15	15	15	15	105	420
34,23%	GASEOSA PERSONAL	50	50	50	60	60	60	50	380	1520
3,78%	GASEOSA 1L / 1.5L	6	6	6	6	6	6	6	42	168
2,52%	AGUA PERSONAL	4	4	4	4	4	4	4	28	112
6,31%	CERVEZA	10	10	10	10	10	10	10	70	280
100,0%	HELADERIA	24	24	24	24	44	44	44	228	912
5,70%	COPA SENCILLA	1	1	1	1	3	3	3	13	52
5,70%	COPA DE BANANA	1	1	1	1	3	3	3	13	52
5,70%	COPA ESPECIAL	1	1	1	1	3	3	3	13	52
5,70%	COPA DURAÑO CON PISTACHO	1	1	1	1	3	3	3	13	52
19,30%	MALTEADA BASICA	5	5	5	5	8	8	8	44	176
19,30%	MALTEADA SNIKER	5	5	5	5	8	8	8	44	176
19,30%	MALTEADA OREO	5	5	5	5	8	8	8	44	176
19,30%	MALTEADA CLUB	5	5	5	5	8	8	8	44	176

NOTA: Elaboración con base en información brindada por “Casa María Burger”.

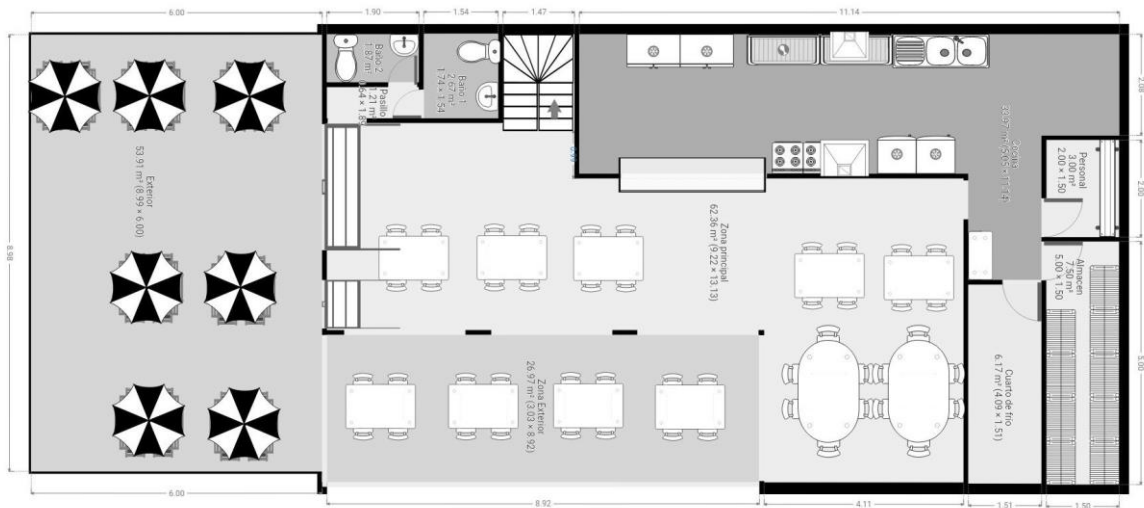
Recursos logísticos (instalaciones y distribuciones)

El layout hace referencia a la organización física de todo el inmueble, en este caso el restaurante ubicado en Villavicencio, dentro de esta organización se tiene en cuenta todo lo mobiliario para que el cliente e incluso los empleados se sientan lo más cómodo posible.

Primer piso

Figura 5.

Layout primer piso restaurante

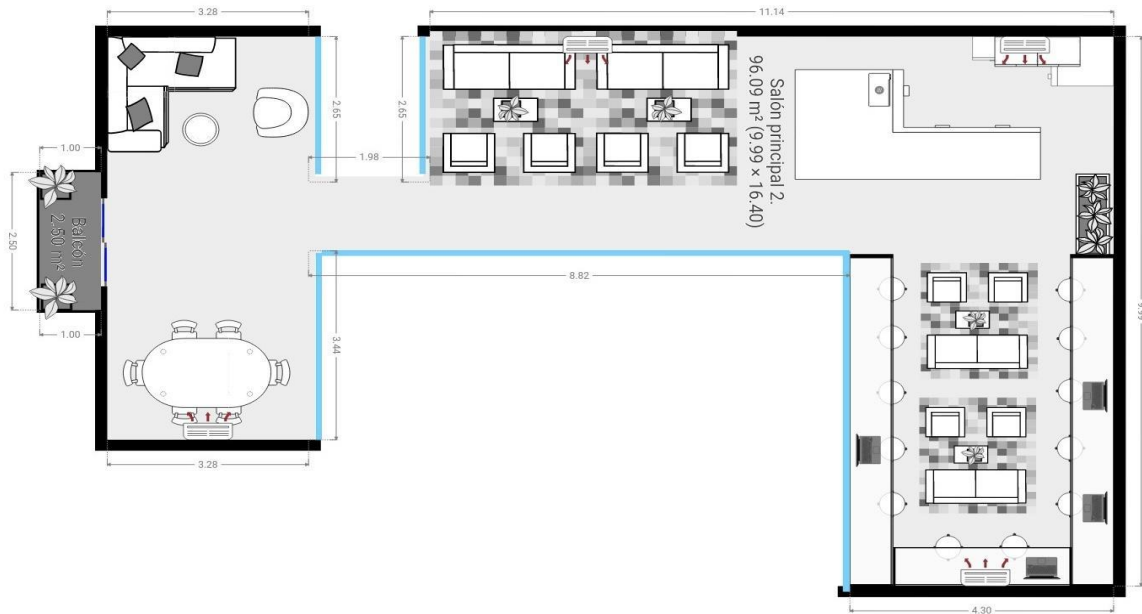


NOTA: Elaboración con base en información brindada por “Casa María Burger”.

Segundo piso

Figura 6.

Layout segundo piso restaurante



NOTA: Elaboración con base en información brindada por “Casa María Burger”.

El primer piso cuenta con un espacio en la parte frontal donde se pueden poner 7 mesas aproximadamente para no tapar el paso hacia la entrada principal. Cuenta con dos baños, la cocina que tiene ductos de ventilación, un almacenamiento al cual se le deben adecuar estantes para acomodar los productos, un espacio para los empleados y la zona principal de mesas.

En el segundo piso dependiendo de cómo decidan adecuarlo, se propone instalar una barra donde se puedan poner máquinas de café y se venden postres, así mismo barras y conectores para las personas que quieran trabajar en el lugar. También se piensa adecuar salas para que el lugar se tome como un espacio para reuniones y para compartir.

El layout elaborado e ilustrado previamente en las figuras 5 y 6 también cuenta con un bosquejo en 3D donde se puede apreciar de una mejor manera la organización del restaurante, este bosquejo en 3D se encuentra en el siguiente enlace:

- <https://3d.magicplan.app/#634ee709ce9eb/1>

Requerimientos de niveles de servicio

Los requerimientos de niveles de servicio le permiten a la empresa fijar una serie de metas para el cumplimiento de la misión y visión previamente establecida. Por lo que se tomaron como referencia los siguientes aspectos:

- **Proveedores:** Antes que toda la empresa Casa Maria Burger debe consolidar sus relaciones con los respectivos proveedores, para así tener confianza en los mismos. además, se deben tener proveedores alternos a los ya consolidados, para así no depender de un solo proveedor, y por último la empresa Casa Maria Burger debe ser muy organizada en el sentido de los pedidos semanales, los cuales le permitan suplir su demanda con la cantidad exacta de materia prima requerida para cada semana.

- **Transporte:** En este factor también se debe tener en cuenta la consolidación de las relaciones, donde se logre establecer un acuerdo de envíos con los respectivos proveedores, ya que a la empresa le sale más económico tercerizar el transporte, así mismo, al igual que en el factor de proveedores, se deben tener alternativas a los transportistas para evitar cualquier contratiempo, por ejemplo, tener un contacto de acarreo de confianza el cual pueda hacer el recorrido de compras y no permita que hayan contratiempos, por último, se debe tener consolidado los pedidos para así ahorrar tiempo y costos.

- **Recursos Humanos:** Se debe contar con la cantidad suficiente de empleados los cuales sean capaces de cumplir con las actividades diarias de la empresa.

- **Recursos Físicos:** Se debe contar con:

1. 2 congeladores (1 para la carne - 1 para el hielo)
2. 4 fogones
3. Licuadora
4. 1 plancha
5. 1 parrilla
6. 2 freidoras

- **Recursos Tecnológicos:** Se debe contar con un sistema de información el cual le permita a la empresa una organización de inventarios, compras, facturación, etc. por lo que se le da a Casa María Burger como alternativas FUDO Y GESADMIN.

Impacto de los factores internos y externos

Para determinar el impacto de los factores internos y externos de “Casa María Burger” se elaboró un análisis FODA el cual nos permite identificar, fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas y a su vez generar estrategias para cada factor.

Factores internos

- **Fortalezas**
 - Alto potencial en el mercado
 - Buena calidad del producto
 - Una presentación adecuada de la hamburguesa
 - Fácil de expandir y adaptarse a las tendencias del mercado
 - Buena localización
 - Cercanía con el mayor proveedor de vegetales de la ciudad
- **Debilidades**
 - Nuevos en el mercado de Villavicencio
 - Poca vida útil de los insumos
 - Poca organización logística
 - Dificultad de encontrar personal certificado
 - No cuentan con sistemas para el control de inventario.
 - Cuentan con un solo proveedor de pan.

Factores externos

- **Oportunidades**
 - Expansión y creación de nuevas sedes
 - Disponibilidad de materia prima en la región
 - Los productos son de gran acogida para los estudiantes
 - Implementación de comida saludable

- **Amenazas**
 - Poca visibilidad del establecimiento por el puente peatonal
 - La costumbre de comer en casa
 - Clientes que piensen que es costoso por la apariencia del lugar
 - Cambios en el precio de los insumos
 - Alta competencia en el sector.

Evaluaciones internas y externas

Evaluaciones internas.

Recursos logísticos actuales

- **Instalaciones**

El establecimiento se encuentra ubicado sobre el barrio la rosita en frente de la universidad Cooperativa Sede Villavicencio, en el centro comercial “Puerto bahía”, Consta de un salón de 100M2 aproximadamente con recepción, dos baños, un depósito pequeño y un área aislada para cocina. Escaleras en madera, para acceso al mezanine de 40 M2 en concreto, el local tiene una terraza abierta de 180 M2, el centro comercial tiene una bahía amplia para parqueaderos.

- **Transporte**

- Por el momento no cuentan con transporte para realizar domicilios.
- Los proveedores son los que garantizan que el producto llegue al local, por ende, no se necesita transporte para recoger los insumos.

- **Personal**

Se estima empezar las labores con 8 personas que estarán trabajando conjuntamente todos los días en horarios de 11 de la mañana a 10 de la noche, 2 de estas personas son los dueños y administradores de la empresa sin embargo van a estar apoyando las operaciones diarias como cajero y mesero. (1Chef, 4Auxiliar (es), 3 Meseros)

Estructura de costo actual

- **Instalaciones.**

- En cuanto a las instalaciones y servicios del lugar se estima que los gastos en arriendo sean de un promedio de 4´722.000 mensuales, además de los servicios como Energía, agua, y gas.

- Los equipos y muebles que se tuvieron que adquirir para el buen funcionamiento de la cocina y elaboración de todos los productos fueron, 2 congeladores (1 para la carne (1 para el hielo), 4 fogones, Licuadora, 1 plancha, 1 parrilla, 2 freidoras.

Sistemas de información actuales

No cuentan con sistemas de información en el momento, pero se les brindó como alternativa un sistema llamado FUDO este en caso de que el sistema de información de GESADMIN no les funcione de la manera esperada.

Niveles de servicio y desempeño actuales

Misión Y Objetivos Definidos Internamente En Logística

A nivel logístico “Casa Maria Burger” pretende establecer unos procesos óptimos para poder minimizar los gastos y obtener más utilidad de la actividad comercial.

Objetivo general

- Optimizar los procesos logísticos de la empresa para reducir costos y generar mayor utilidad.

Objetivos específicos

- Reducir el costo de los productos.
- Controlar las ventas.
- Control y administración del inventario.
- Mejorar el manejo de la contabilidad de la empresa.
- Buscar proveedores cumplidos y que proporcionen insumos de calidad.

Evaluaciones externas.

Estrategia / ejecución del competidor (líderes o seguidores)

Se realizó una tabla para determinar si “Casa María Burger” es líder o seguidor en el mercado de Villavicencio, esto para determinar qué tan fuerte es la empresa sobre la principal competencia (Hamburgueserías) por lo tanto poder llegar a establecer estrategias que faciliten el posicionamiento de la empresa en su nuevo punto de ventas.

Figura 7.

Tabla de ejecución del competidor

FACTOR SIMPORTANTES PARA EL ÉXITO	PUNTAJE	VALOR	EMPRESAS					
			CASA MARIA BURGER		BURGER POP		HANDS ON BURGER	
			CALIFICACIÓN	VALOR PONDERADO	CALIFICACIÓN	VALOR PONDERADO	CALIFICACIÓN	VALOR PONDERADO
Servicio al cliente	14	0.14	9	0.09	10	0.10	9	0.09
Calidad del producto	14	0.14	10	0.10	14	0.14	10	0.10
Precio	14	0.14	10	0.10	10	0.10	12	0.12
Variedad del menu	14	0.14	10	0.10	12	0.12	10	0.10
Experiencia	14	0.14	8	0.08	10	0.10	8	0.08
Infraestructura	14	0.14	8	0.08	12	0.12	5	0.05
Innovación	14	0.14	8	0.08	13	0.13	5	0.05
	100	100%		63%		68%		59%

NOTA: Elaboración propia con base en información brindada por “Casa María Burger”.

Para este factor, se genera una estrategia de seguimiento con un formato realizado en Excel que lo componen 7 ítems, todos con el mismo valor en donde “1 es la calificación mínima y 14 la máxima, aquí se evalúa a Casa María Burger frente a sus competidores con el objetivo de identificar el comportamiento de los clientes, la demanda, y posibles cambios que presente nuestro mercado siempre con la finalidad y necesidad de mejorar y ser mejor que nuestra competencia.

Análisis logístico estratégico

Este análisis se realiza con el objetivo de observar la organización de un punto de ventas con el que ya contaba la empresa “Casa María Burger” en el municipio de Puerto López, sus recursos, experiencia y procesos los cuales se podrían aprovechar en su nuevo punto de ventas para alcanzare un buen posicionamiento en este sector y generar unas buenas ganancias en sus diferentes productos.

a. Definir claramente alternativas de escenarios estratégicos

- Pronósticos de ventas por mercado y línea de producto para determinar el proceso de abastecimiento.

Pronóstico de ventas**Figura 8.****Pronóstico de ventas 2**

CASA MARIA BURGUER										
PORCENTAJE	PRODUCTOS	VENTAS DIARIAS							VENTAS SEMANALES	VENTAS MENSUALES
		LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO		
100,0%	HAMBURGUESAS	100	100	100	119	120	121	109	769	3076
18,5%	BURGER TRADICIONAL	20	20	20	20	21	21	20	142	568
1,2%	BURGER SENCILLA	1	1	1	1	1	3	1	9	36
1,4%	BURGER MEXICANA	1	1	1	1	1	5	1	11	44
8,5%	BURGER MARIA	10	10	10	10	10	5	10	65	260
7,3%	BURGER CHEESE	8	8	8	8	8	8	8	56	224
3,6%	GRAN BURGER	4	4	4	4	4	4	4	28	112
0,9%	STREET BURGER	1	1	1	1	1	1	1	7	28
2,7%	BURGER MASTER	3	3	3	3	3	3	3	21	84
0,9%	AMERICAN BURGER	1	1	1	1	1	1	1	7	28
55,0%	BURGER CROCANTE	51	51	51	70	70	70	60	423	1692
100,0%	PERROS CALIENTES	17	17	17	19	22	30	19	141	564
65,2%	PERRO DE LA CASA	10	10	10	12	15	23	12	92	368
24,8%	PERRO CLASICO	5	5	5	5	5	5	5	35	140
9,9%	PERRO MEXICANO	2	2	2	2	2	2	2	14	56
100,0%	CARNES	30	30	30	30	30	20	20	190	760
50,0%	CARNE A LA PARRILLA	15	15	15	15	15	10	10	95	380
50,0%	PECHUGA A LA PLANCHA	15	15	15	15	15	10	10	95	380
100,0%	OTROS	10	10	10	10	10	15	15	80	320
51,25%	SALCHIPAPAS	5	5	5	5	5	8	8	41	164
48,75%	CHEDDAR	5	5	5	5	5	7	7	39	156
100,0%	BEBIDAS	150	150	150	170	170	170	150	1110	4440
17,12%	LIMONADA NATURAL	25	25	25	30	30	30	25	190	760
17,12%	LIMONADA DE COCO	25	25	25	30	30	30	25	190	760
9,46%	LIMONADA DE HIERBABUENA	15	15	15	15	15	15	15	105	420
9,46%	CEREZADA	15	15	15	15	15	15	15	105	420
34,23%	GASEOSA PERSONAL	50	50	50	60	60	60	50	380	1520
3,78%	GASEOSA 1L / 1.5L	6	6	6	6	6	6	6	42	168
2,52%	AGUA PERSONAL	4	4	4	4	4	4	4	28	112
6,31%	CERVEZA	10	10	10	10	10	10	10	70	280
100,0%	HELADERIA	24	24	24	24	44	44	44	228	912
5,70%	COPA SENCILLA	1	1	1	1	3	3	3	13	52
5,70%	COPA DE BANANA	1	1	1	1	3	3	3	13	52
5,70%	COPA ESPECIAL	1	1	1	1	3	3	3	13	52
5,70%	COPA DURAZNO CON PISTACHO	1	1	1	1	3	3	3	13	52
19,30%	MALTEADA BASICA	5	5	5	5	8	8	8	44	176
19,30%	MALTEADA SNIKER	5	5	5	5	8	8	8	44	176
19,30%	MALTEADA OREO	5	5	5	5	8	8	8	44	176
19,30%	MALTEADA CLUB	5	5	5	5	8	8	8	44	176

NOTA: Elaboración con base en información brindada por “Casa María Burger”.

b. Definir alternativas lógicas para satisfacer escenarios estratégicos

• Instalaciones (localización).

- **Mayor visibilidad:** Iluminar el lugar de manera que sea más llamativo para que no está totalmente opacado por el puente peatonal

Pros: Mayor flujo de personas por ende más ventas

Contras: No presenta ningún factor negativo.

- **Adecuación de las instalaciones:** Se les brindaron los contactos de personas que se dedican a temas de construcción y arreglos, esto con el fin de que tuvieran

alternativas y cotizaran el valor del trabajo a realizar en el local, como pintar, arreglar cocina y baldosas.

Pros: Mejoramiento de las instalaciones para llamar la atención del cliente

Contras: No cuenta con factores negativos

- **Menú:** Se les sugirió la implementación de nuevas bebidas a la carta tales como sodas naturales, debido a que estos productos son muy llamativos para los consumidores de Villavicencio.

Pros: Mayor variedad en bebidas

Contra: Se debe tener cuidado con el precio debido a que la población es bastante sensible en ese tema, entonces si establecen un precio alto no se esperan muy buenos resultados en las ventas.

- Transporte (alternativas).

- Domicilios: Los domicilios se pueden realizar por medio de rappi.

Pros: Más visibilidad al negocio.

- De fácil acceso al cliente
- No se deben preocupar por el tema de transporte
- Toda la logística de entrega la maneja la plataforma

Contras: No presenta ningún factor negativo.

- Inversión en inventario (objetivos).

- Minimizar los costos de inversión en insumos, esto se puede lograr a través del costeo de la receta estándar de cada producto con el fin de minimizar los gastos de los insumos y así mismo que sea más exacta la inversión a lo que realmente se necesita para sacar cada producto.

- Establecer un cronograma de compras de inventario, con esto se puede tener un orden y administrar el capital que se va a invertir en inventario.

- Sugerencia de proveedores de hielo como “Hielos del llano”, con su respectiva cotización.

- Ayuda a los sistemas de información (recursos).

- **Costeo de receta estandarizada:** Se pretende brindar una herramienta como alternativa para control de insumos en cada producto y el costo de cada producto,

consta de un libro de Excel que tiene discriminado cantidades, costo, precios y margen de ganancias.

- **Gesadmin:** Gesadmin es un aplicativo con una interfaz muy enriquecida y de un muy fácil manejo que permite la gestión de la información administrativa y contable de todo tipo de empresas. Gesadmin cuenta con el factor innovador de las facturas con copia por correo electrónico.

- Facturación
- Registro de compras
- Registro de clientes
- Registro de facturación
- Comprobantes de egreso e ingreso
- Inventario
- Cierre caja.

Para poder adquirir este sistema se deben realizar los siguientes pasos:

1. Se realiza la formalización de la compra del software con la expedición de la factura para lo cual se necesita:
2. Firma de contrato de adquisición, contrato de responsabilidad de información y entrega de licencia.
3. Después de la consignación se deben adquirir y preparar los equipos para la instalación, así como organizar el punto de instalación.
4. Se deben programar las fechas de instalación del programa y capacitación del personal en mutuo acuerdo.
5. Se debe realizar la consignación del valor de instalación en compra mensual o el 60% del valor acordado en compra vitalicia a la cuenta de AGENCIA DROID S.A.S, que es: Cuenta de AHORRO BANCOLOMBIA, número: 364 288225 49 a nombre de FABIAN DE JESUS CC: 15528459.

• Modelos de optimización

Uno de los modelos de optimización que se les sugirió fue la implementación de una matriz para el coste de la receta estandarizada donde se pretende optimizar los costos en insumos, ya que

teniendo en cuenta las cantidades y costos de cada cantidad que lleva el producto, se puede reducir el desperdicio y el gasto de capital al comprar de más.

- **Modelos «operacionales» de transporte y bodegaje.**

Casa María Burger contará con dos tipos de modelo de transporte, el primero es el de transporte de materias primas e insumos de los cuales se encargarán los proveedores en los momentos que sean requeridos y el segundo modelo es el de domicilios, ya sea por plataformas o por domiciliarios propios es un modelo que es clave para ayudar a crear comunidad y clientes frecuentes; por su parte el modelo operacional de bodegaje a utilizar sería el conocido como FEFO por sus siglas en inglés “First Expired, First Out” lo que se busca con este modelo es que los productos que sean más susceptibles a dañarse rápido sean los primeros en salir con el fin de garantizar la misión de la empresa de ofrecer comida de calidad.

- **Modelos de «servicio» para cada área de la cadena de abastecimiento**

Se les proporciona la información y requerimientos para la creación de la nueva sede en la ciudad de Villavicencio, estos constan de: cámara de comercio, verificado de bomberos, certificación sanitaria con salud ambiental, certificado SAYCO y ACINPRO, protocolos de bioseguridad y curso de manipulación de alimentos.

- **Modelos de «tecnologías» en logística.**

Control de inventarios: Gesadmin es una plataforma que permite administrar el inventario de manera óptima y tener un registro de las ventas que se realizaron.

Plan de mejora

- Domicilios
- Proveedores alternativos
- Adecuación segundo piso (café)
- Sistemas de información gesadmin y fudo.

Propuesta: domicilios

Objetivo: Registrar el restaurante en aplicaciones de comida para llegar a la mayor cantidad de consumidores posible.

Descripción:

❖ Buscando ser más visibles en la ciudad de Villavicencio registrarse en este tipo de aplicaciones es clave, las aplicaciones como lo son Rappi, Ifood, DiDi food, etc., abarcan una gran cantidad de consumidores por ejemplo como lo indica Valora Analitik “Rappi cuenta con más de 3 millones de usuarios activos en la plataforma” (*Rappi Cuenta Con Más De 3 Millones De Usuarios Activos*, 2022) esto solo en Colombia, además estimando que Casa Maria Burger será todo un éxito en la ciudad se le recomienda implementar sus propios domiciliarios.

Recursos:

- ❖ Celular con las aplicaciones.
- ❖ Registrar el restaurante.
- ❖ Configurar restaurante y menú.
- ❖ Activar el restaurante.
- ❖ Personal capacitado para hacer el domicilio.

Propuesta: proveedores alternativos

Objetivos: No depender de un solo proveedor para evitar contratiempos con el proveedor ya establecido.

Descripción:

Brindarle al empresario proveedores alternativos a los ya establecidos para así no depender de un solo proveedor en cada materia prima que se debe adquirir.

Recursos:

- ❖ Contactos de los nuevos proveedores.

Teniendo en cuenta la matriz DOFA que se encuentra en el subtítulo “Impacto de los factores internos y externos” se logró identificar que la empresa Casa María Burger cuenta con un solo proveedor de los líchigos, el pan y la carne, por lo que se le recomienda buscar alternativas a estos únicos proveedores y nosotros como grupo nos disponemos a darles algunas sugerencias de los mismos.

alternativas:

- ❖ Proveedor de pan: Buenas migas, panadería artesanal.

Este proveedor alternativo le puede llegar a brindar a Casa María Burger un pan de hamburguesa tipo Brioche con cobertura de mix de semillas, miga de pan y el tradicional ajonjolí

Contacto:

- **Celular:** 3112295016
- **Instagram:** @buenasmigas13
- ❖ Proveedor de líchigo: Fruver del oriente.

Este proveedor es una gran alternativa, ya que es uno de los Fruver más económicos y con gran calidad de productos de los que requiere Casa María Burger (papa, lechuga, tomate, cebolla, etc.). Además, cuentan con servicio a domicilio gratuito por compras mayores a cien mil pesos colombianos.

Contacto:

- **Celular:** 3108853943
- **Instagram:** @fruverdeloriente
- **Ubicación:** Calle 37 # 26 - 43 Barrio San Isidro.
- ❖ Proveedor de carne: Carnes Baqueano

Este proveedor alternativo le puede llegar a brindar a Casa María Burger productos cárnicos madurados y al vacío de la mejor calidad, estos como alternativa al proveedor ya brindado por el chef.

Contacto:

- **Celular:** 3028545724
- **Instagram:** @carnesbaqueano
- ❖ Proveedor de hielo: Hielo del llano

Este proveedor es la empresa líder en la fabricación y comercialización de hielo en los llanos orientales. Cuentan con más de 12 años de experiencia en el sector, cumplen con los más altos estándares de servicio y calidad, y además cuentan con sedes en diferentes municipios del Meta.

Contacto:

- **Celular:** 3202281838 - 3118909880
- **Correo electrónico:** ventas@hielodelllano.com
- **Dirección:** Carrera 39 # 26B-44 Villavicencio – Meta

Propuesta: adecuación segundo piso

Objetivo: Aprovechar el espacio del segundo piso con un coffee working.

Descripción: Adecuar el segundo piso con barras y conectores para establecerlo como un coffee working, con la idea de que las personas puedan hacer uso de sus equipos mientras toman café, aprovechando que el lugar se encuentra justo en frente de la universidad cooperativa.

Esto se hace con el fin de que los empresarios tengan un ingreso adicional en los momentos diferentes a las horas de cena y almuerzo.

Recursos:

- ❖ Adecuación del establecimiento
- ❖ Adquirir máquinas de café
- ❖ Adquirir tazas de café
- ❖ Proveedores

Propuesta: sistemas de información gesadmin y fudo

Objetivo: Facilitar el control de los procesos de ventas, manejo adecuado de inventarios y procesos administrativos.

Descripción: Estos sistemas (Gesadmin- Fudo) proporcionan a la empresa Casa María Burger facilitar diferentes procesos como, la creación de facturas de forma rápida, permitir el registro manual de comprobantes de ingreso y egreso, posibilita el registro de productos o servicios, además de los reportes diarios que brindan todo tipo de información como: conocer las ventas, gastos, créditos pendientes, invitado de por la casa, anulado, venta por cajero, por vendedor, los productos más vendidos, movimientos de productos, inventario actual, inventario con unidades bajas o productos a vencer, reporte de clientes y proveedores. Todo esto con el objetivo de controlar todos los procesos de ventas e inventario.

Recursos:

- ❖ Adecuación de los equipos tecnológicos del establecimiento.

El restaurante Casa maría Burger cuenta ya con un equipo Pc el cual es el aparato esencial para que se pueda llevar a cabo esta estrategia de sistematización. Sin embargo, en el momento de la cotización se ofrecen diferentes tipos de planes en los que la empresa a contratar ofrece desde, la membresía hasta la instalación y ventas de todos los equipos necesarios, más adelante se anexaran los planes.

- ❖ Adquirir los aparatos necesarios.

Para poder llevar a cabo la adecuación del sistema se necesitarán los siguientes equipos:

- Computador Nuevo Todo en uno Táctil: 4RAM/SSD128GB/CORE I3/ PANTALLA 15'.
- Cajón monedero.
- Impresora Pos para impresión de factura, tirilla de 58mm.
- Lector de código de barras omnidireccional.
- Sistema POS licencia (A elección de la empresa Gesadmin o Fudo)

Figura 9.

Cotización de los sistemas de información posiblemente a adquirir.

Equipos Necesarios	Precio Gesadmin	Precio de otros almacenes.
Computador Todo en uno Táctil: 4RAM/SSD128GB/CORE I3/ PANTALLA 15'.	\$ 2.500.000	(\$ 1.800.000 - \$ 2.000.000)
Cajón monedero	\$ 220.00	(\$220.000 - \$ 280.000)
Impresora Pos para tirilla de 58mm.	\$ 490.00	(\$ 110.000 - \$ 250.000)
Lector de código de barras omnidireccional.	\$ 150.00	(\$90.000- \$ 140.000)
Precio Total con licencia completa.	\$ 3.500.000	\$ 2.300.000
		Con licencia
		Con licencia Fudo
		(\$ 2.380.000)

NOTA: Elaboración con base en información de los equipos necesarios para implementar un sistema adecuado en el establecimiento proporcionado por, (GESADMIN, 2022).

Figura 10.

Comparación de licencias ofrecidas por las empresas Gesadmin y Fudo.

Licencias.	Gesadmin.	Fudo.
Básica.	\$ 40.00	\$ 75.00
	Instalación y capacitación.	Instalación y capacitación.
	\$ 100.00	\$ 0
Intermedia.	\$ 80.00	\$ 80.00
	Instalación y capacitación.	Instalación y capacitación.
	\$ 200.00	\$ 0
Completa.	\$ 100.00	\$ 85.00
	Instalación y capacitación.	Instalación y capacitación.
	\$ 250.00	\$ 0

NOTA: Elaboración cuadro comparativo de las posibles opciones para el sistema de información a implementar, (GESADMIN, 2022) (FUDO, 2022).

Figura 11.

Información para contactar el proveedor del servicio.

Gesadmin.	Fudo.
Villavicencio - Meta	Cel: (+57) 1 381 0623
Carrera 43 #15-45 Barrio buque, Al lado de clínica ocular	Lunes a lunes de 07:00 a. m. a 11:00 p. m.
Cel: 313 413 3034 - 315 516 4267 - 317 785 7672	Correo Comercial: hola@fu.do
Correo comercial: droi.gerencia@gmail.com	

NOTA: Elaboración de cuadro informativo de las empresas (GESADMIN, 2022) (FUDO, 2022).

Para poder adquirir el sistema de Gesadmin se deben realizar los siguientes pasos:

1. Se realiza la formalización de la compra del software con la expedición de la factura para lo cual se necesita:
2. Firma de contrato de adquisición, contrato de responsabilidad de información y entrega de licencia.
3. Después de la consignación se deben adquirir y preparar los equipos para la instalación, así como organizar el punto de instalación.
4. Se deben programar las fechas de instalación del programa y capacitación del personal en mutuo acuerdo.
5. Se debe realizar la consignación del valor de instalación en compra mensual o el 60% del valor acordado en compra vitalicia a la cuenta de AGENCIA DROID S.A.S, que es: Cuenta de AHORRO BANCOLOMBIA, número: 364 288225 49 a nombre de FABIAN DE JESUS CC: 15528459.

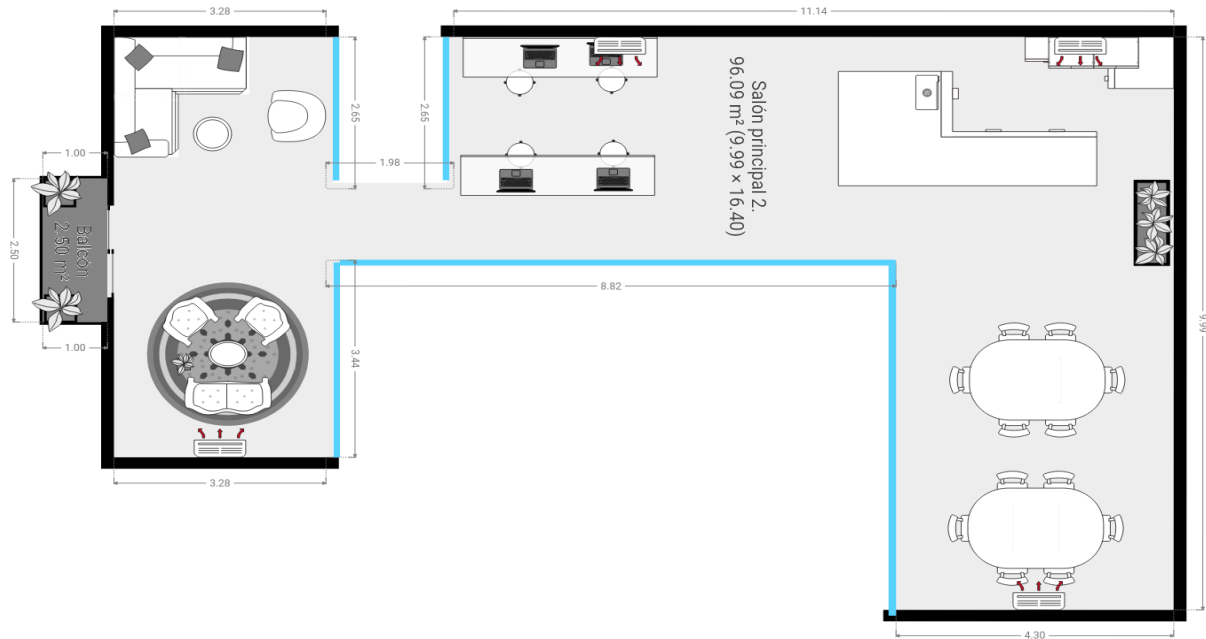
Establecimiento

En cuanto al tema de innovación se le propone a la empresa casa María Burger disponer del total del espacio del segundo piso del establecimiento como un espacio de coffee working en el que las personas se puedan sentir en un lugar cómodo, y a gusto y del mismo modo puedan realizar diferentes actividades de su ambiente laboral y/o universitario, todo esto con base en el modelo de negocio que tiene la gran y reconocida empresa Starbucks, que según Álvaro Vela, director de Marketing de Starbucks Iberia “En Starbucks hablamos de que nuestras tiendas son ‘el tercer lugar’, porque están diseñadas para ser ese espacio perfecto entre tu casa y tu trabajo, donde poder reflexionar, crear, reunirte, compartir ideas...” ; además, Álvaro también piensa que “Las tiendas Starbucks son un lugar facilitador, con cómodos sofás, un cuidado diseño, luz natural, música agradable... donde sabes que vas a disfrutar de un gran café preparado justo como a ti te gusta y que tú serás dueño de tu momento, donde puedes estar todo el tiempo que quieras, sin que nadie te moleste, hacer tuyo el espacio” (Payo, 2019), lo anterior citado es la idea de negocio que queremos ayudarle a implementar a la empresa casa María y que este establecimiento se encuentra al frente de la universidad cooperativa la cual no cuenta con establecimientos que tengan características similares a esta idea de negocio que se quiere llevar a cabo o implementar.

Se realizó el LAYOUT del segundo piso del establecimiento para tener una idea como sería la mejor manera de disponer el lugar como un coffee working.

Figura 12.

Layout segundo piso actualizado



NOTA: Elaboración propia con base en información brindada por “Casa María Burger”.

Máquina de café

Figura 13.

Máquina de café 1



NOTA: Máquina de café espresso de un grupo S2 EK, (PALLOMARO, 2022)

Precio: 12'887,700

LA SPAZIALE Referencia: S2 EK. Máquina espresso electrónica con dosificación programable, bomba incorporada, 1 Grupo. Calefacción eléctrica, manómetro para el control de la presión caldera (3 litros) y motor de la bomba, termostato de seguridad para el calentador eléctrico de la caldera, Control electrónico de nivel, caja de acero inoxidable. Dimensiones: Frente 0.460 / Fondo 0.530 / Altura 0.520 mts. Peso: 42 Kg. Potencia: 2200 W. Voltaje: 220V. (No incluye Descalcificadora ni sistema de filtro para el agua) (PALLOMARO, 2022)

Figura 74.

Máquina de café 2



NOTA: Máquina de espresso de 2 grupos S2 EK AUT PALLOMARO, (PALLOMARO, 2022).

Precio: 19'173.280

LA SPAZIALE Referencia: S2 EK 2GR. Máquina espresso electrónica con dosificación programable, bomba incorporada, Calefacción eléctrica, carga automática de agua en caldera, manómetro para el control de la presión caldera (10 litros) y motor de la bomba, termostato de seguridad para el calentador eléctrico de la caldera, Control electrónico de nivel, caja de acero inoxidable. Cuenta con dos lanzas de vapor. Dimensiones: Frente 0.700 / Fondo 0.530 / Altura 0.520 mts. Peso: 65 Kg. Capacidad de la caldera: 10 Lts. Potencia: 3600 W. Voltaje: 220V. (No incluye Descalcificadora ni sistema de filtro para el agua). (PALLOMARO, 2022).

Figura 15.

Máquina de café 3



NOTA: Máquina de café espresso de dos grupos OTTIMA , (PALLOMARO, 2022)

Precio: 14'289.520

Quatliy Espresso. Referencia: MTF092N. La Futurmat Ottima Evo es la máquina de café espresso ideal para establecimientos de bebidas y alimentos que buscan ofrecer a sus clientes una bebida de café de calidad a partir de equipos, de fácil mantenimiento y que permitan realizar diversas preparaciones a base de café. Es una máquina de líneas limpias y modernas. Su diseño elegante fue construido para durar, lo que hace de este equipo ideal para cualquier lugar que se esfuerce por lograr la intensidad de la taza de café perfecta. Este equipo consigue un espresso perfecto gracias a su excelente estabilidad térmica y alta fiabilidad. Diseño urbano robusto que transmite solidez y calidad y de uso sencillo. Pomos ergonómicos para el agua y vapor, facilidad de uso total. Caldera de cobre con intercambiador de calor independiente para cada grupo y con sistema termosifón. Control electrónico del nivel de agua en la caldera. 4 selecciones de café programables y continuo por grupo. Pulsadores cromados con LED integrado. Grupos macizos de 2,5 kilos con sistema de infusión / extracción. Chasis galvanizado resistente a la corrosión.

Dimensiones: Frente 0.71 / Fondo 0.52 Altura 0.42 m (Alto con barandillas: + 5 cm). Peso 49 kg.
Voltaje: 230V/50-60 Hz - Bifásica. Potencia: 2800 W. Capacidad: 11 L. (PALLOMARO, 2022)

MARCA PATRIOT

Figura 16.

Máquina de café 4



NOTA: Máquina espresso 2 grupos vaporizador doble N-201, (TIENDA BARISTA, 2022)

Precio: 14'000.000

Especificaciones Técnicas:

- Caldera de 10.5 litros en acero inoxidable ASI 304.
- Bomba Rotatoria.
- Sistema profesional de intercambiador de calor termo sifónico para cada grupo.
- Grupos en Latón profesional.
- Manómetro doble: Para conocer la presión en caldera y bomba.
- Voltaje: 220V
- Consumo: 220V- 19A.
- Auto nivel electrónico.
- Medidas ancho x alto x profundidad: 77.5 cm, 53 cm, 56 cm.
- Peso: 63 kilos.
- Capacidad de producción recomendada: 120 bebidas por grupo por hora. (TIENDA BARISTA, 2022)

Tazas de café

Las tazas de café se pueden adquirir a una empresa artesanal que realiza trabajos en cerámica, aquí se encuentran tazas de diferentes tamaños con varios diseños y frases, algo bastante diferenciador a las tazas que se encuentran en la mayoría de lugares.

Figura 17.

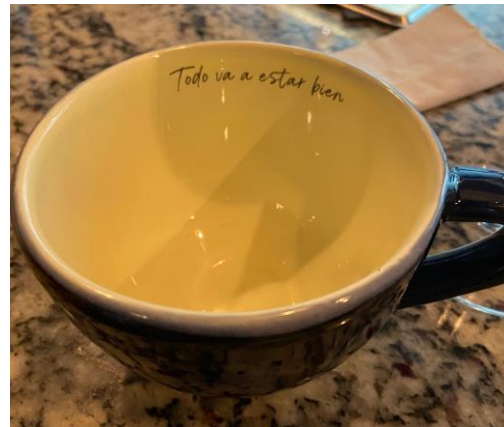
Modelo de tazas de café de Amasa



NOTA: Propuesta de taza de café,
(AMASA CERAMICA, 2022)

Figura 18.

Modelo de tazas de café de Amasa 2



NOTA: Propuesta de taza de café,
(AMASA CERAMICA, 2022)

Proveedores

Se tienen varias opciones como proveedores de café, tanto molido como en grano.
El principal proveedor es GARI.

- **Café gari**
+57 3113529090
- **Guayupe (lejanías)**
+57 3118977207
- **Cafemasu (mesetas)**
+57 3118990086
info@cafemasu.com

- **Siloe**

+57 3118121632

siloecoffee@gmail.com

- **Café nakua**

+57 (8) 6653117

cafenakua@gmail.com

- **Coffee legends**

+57 3202940420

coffeelegends3325@hotmail.com

Conclusión

El desarrollo de la asesoría realizada a la empresa “Casa María Burger” nos permitió como grupo tener una experiencia real y gratamente enriquecedora con empresarios y colegas de la región, con este trabajo logramos aprender varios aspectos relacionados con la carrera, ya que, ayudamos a los empresarios de una forma directa con la apertura de un nuevo punto de venta de su empresa en la ciudad de Villavicencio, esta ayuda fue a partir de recomendaciones las cuales ellos eran libres de aceptar o negarse a implementarlas. Desde nuestro enfoque logístico logramos entregar diferentes propuestas en el plan de mejora las cuales fueron aprobadas por los empresarios y a su vez consideradas como un proyecto a corto y mediano plazo. la implementación de nuevos espacios como el coworking los cuales atraería un nuevo segmento de clientes, es una de las propuestas con más valor reflejada en el plan de mejora, esta propuesta no pudo ser implementada debido a la falta de capital por parte de “Casa María Burger”.

Como estudiantes y futuros profesionales consideramos que estos espacios de contacto con emprendedores, nos permiten proponer ideas bajo la supervisión del empresario y del docente a cargo, esto genera mayor confianza, creatividad al momento de compartir las ideas consideradas para la mejora de la empresa.

Nos alegra saber que el restaurante abrió sus puertas en el año 2022 tomando en cuenta la mayoría de las ideas presentadas por nosotros los estudiantes hacia los empresarios, además de poder ser partícipes del proceso de organización y apertura del restaurante, proceso el cual se ve reflejado en las siguientes imágenes.

Bibliografía

Amasa. (2023). Catalogo 2022. Amasa cerámica. diseño. Bienestar.

<https://www.amasaceramica.com/>

Casa María Burger Puerto López. (2023). Información [Página de Facebook]. Facebook.

Recuperado el 13 de noviembre de 2022.

<https://www.facebook.com/CasaMariaPuertoLopez/>

Fudo. (2023), Funcionalidades básicas. Fudo. <https://fu.do/es-co/funcionalidades/>

Gesadmin. (2023), ¿Qué es gesadmin? Gesadmin. https://gesadmin.co/#que_es

Pallomaro. (2023). Máquina de cafe espresso 1 gr s2 ek. pallomaro.

<https://tienda.pallomaro.com/bebidas-maquinas-espresso-4043-5/maquina-de-cafe-espresso-1-gr-s2--r754>

Pallomaro. (2023). Maquina espresso de 2g s2 ek aut. pallomaro.

<https://tienda.pallomaro.com/bebidas-maquinas-espresso-4043-5/maquina--espresso-de--2g-s2-ek-aut-r905-r833>

Pallomaro. (2023). Máquina espresso ottima futurmat 2 grupos. Pallomaro.

<https://tienda.pallomaro.com/bebidas-maquinas-espresso-4043-5/maquina-espresso-ottima-futurmat-2grupos-r933-r588>

Payo, A. (2019, julio 7). Estas son las ventajas que tiene trabajar desde un Starbucks. El Periódico. <https://www.elperiodico.com/es/economia/20190707/teletrabajo-ventajas-trabajar-desde-un-starbucks-7538605>

Tienda barista. (2023). Máquina espresso 2 grupos vaporizador doble - patriot n-200. Tienda barista. <https://www.tiendabarista.com.co/productos/maquina-espresso-2-grupos-vaporizador-doble-patriot-n-200/>

Valora Analitik. (2022). Colombia: Rappi cuenta con más de 3 millones de usuarios activos en la plataforma. Valora Analitik. <https://www.valoraanalitik.com/2022/08/29/rappi-cuenta-con-mas-de-3-millones-de-usuarios-activos/>