

BIKER FOOD

LINA ROCIO REYES CORTES



¿BIKER FOOD?



UNA EXPERIENCIA EXTREMA ACOMPAÑADA
DE DIVERSIÓN PARA EL PALADAR

ENFOCADO EN DEPORTISTAS Y FAMILIAS



Dentro de nuestro menú ofreceremos:
3 batidos nutritivos
5 combos de Desayunos
Platos Fuertes (Típicos de la región y saludables) con 5 diferentes Guarniciones
Barra de ensaladas con 12 opciones para escoger
4 tipos de snacks

REDUCIR COSTOS

Reduciremos costos implementando dentro de nuestra empresa una política de sostenibilidad ambiental que incluirá el reciclaje y por consiguiente la re utilización de algunos elementos.



MAS BICI, MENOS CONTAMINACIÓN

- Conociendo los datos de las personas que practican el ciclismo en la ciudad de Bogotá, podremos crear publicidad incentivando el deporte, promoviendo BIKER LIAR FOOD y de esa manera contribuimos en la disminución de la emisión de gases tipo invernadero.

VIAJE VERDE

El 8% de la población en la ciudad de Bogotá, usa bicicleta por lo menos una vez al mes.
El 6% de la población pertenece al estrato 1, el 7% al estrato 2, el 13% al estrato 3, el 14% al estrato 4, el 15% al estrato 5 y el 6% al estrato 6.



ENERGÍA LIMPIA

Se promoverá el uso de la energía renovable, creando conciencia ciudadana de una manera temática.

Un viaje (Ida y vuelta de 40km diario) en moto produce 1,7 toneladas de Co2. Un vehículo en el mismo recorrido produce 2,8 toneladas de CO2. Las bicicletas y desplazamientos a pie producen cero emisiones



[HTTPS://WWW.ELTIEMPO.COM/BOGOTA/CONTAMINACION-QUE-SE-EVITA-GRACIAS-AL-
USO-DE-LA-BICICLETA-EN-BOGOTA-98716](https://www.eltiempo.com/bogota/contaminacion-que-se-evita-gracias-al-uso-de-la-bicicleta-en-bogota-98716)
ELABORADO POR: PEDRO BOADA-JUAN CASTELLANOS-DANNY LOPEZ-LINA CORTES-
CRISTIAN PARRA

BIKER LIAR FOOD



BUSCAMOS CONQUISTAR
LOS PALADARES DE 3
SEGMENTOS

Deportistas
Familias
Empresas

EN PROMEDIO DURANTE
EL FIN DE SEMANA

5.700 Ciclistas se desplazan entre
Bogota y La Calera



EL 8% DE LA POBLACIÓN EN BOGOTÁ
Utiliza la bicicleta al menos una vez al mes



LAS FAMILIAS DESTINAN
ALREDEDOR DEL 7.2%

De sus ingresos para comer fuera
de casa

ORGANIZAREMOS EVENTOS
EMPRESARIALES

Para ampliar nuestro portafolio
de servicios



Recuperado de <https://www.eltiempo.com/bogota/planes-para-circulacion-de-ciclistas-en-la-via-a-la-calera-18191>
Recuperado de <http://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/sites/default/files/informe-especial-bicicleta-como-vamos-2017.pdf>
Recuperado de <https://www.elpais.com.co/economia/colombianos-cada-vez-gastan-mas-en-comida-por-fuera-de-casa.html#>

Elaborado por: Pedro Boada-Cristian Parra-Danny Lopez-Juan Castellanos-Lina Cortes

BIKER LIAR FOOD

UNA EXPERIENCIA EXTREMA ACOMPAÑADA DE
DIVERSIÓN PARA EL PALADAR



DIVERSIÓN

CULTURA
DEPORTIVA

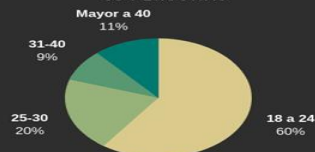


ALIMENTACIÓN



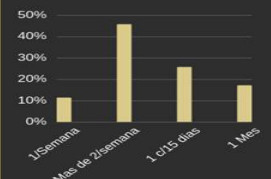
MEDIO AMBIENTE

RANGO DE EDADES EN POBLACIÓN ENCUESTADA
35 PERSONAS



SEGÚN ACODRES, EL 42% DE
LOS HOGARES COLOMBIANOS
COMEN FUERA DE CASA, AL
MENOS UNA VEZ A LA
SEMANA

Frecuencia con la cual las personas
encuestadas comen fuera de casa
en un Restaurante



Total población encuestada según genero



Mujeres 23



Hombres 12

Según Acodres, en 2017 en
sector gastronómico movió
alrededor de 35 billones

BIKER LIAR FOOD

7.2%

LOS HOGARES COLOMBIANOS DESTINAN EL
7.2% DE SUS INGRESOS FAMILIARES PARA
CONSUMO FUERA DE CASA

OBJETIVOS:

ESTRATEGICOS

- Crear un lugar que permita satisfacer las tendencias saludables, hábitos saludables, y alimentación oportuna al sector, basados en deporte y nutrición amigable con el medio ambiente
- Crear ambientes de descanso- cultural para nuestros visitantes, que sea lúdico, y visual, que además tenga información y datos curiosos sobre el ciclismo y/o deporte que genere experiencias agradables y con recordación para el cliente(área también puede estar destinada a la presentación de eventos o talleres informativos)
- Promocionar la cultura ciclista, vida fitness alimentación saludable y los hábitos sanos.

TACTICOS

- Diseñar un menú, servicios y atracciones llamativas para el cliente que desee probar alimentos saludables o que desee cuidar su alimentación, y desee un espacio diferente a los establecidos con la competencia
- Desarrollar una propuesta con un diseñador de interiores y un arquitecto en la cual se escojan materiales y elementos para realizar la propuesta temática relacionado con el deporte y que sean amigables con el medio ambiente y añadido a esto recolectando material informativo como visual sobre la historia del deporte en Colombia, para crear el espacio cultural del restaurante.
- Genera campañas de marketing visual e informativo con datos curiosos sobre alimentación, salud y deporte, a su vez talleres y capacitaciones que se establezcan a través de alianzas estratégicas con la alcaldía o alguna entidad interesada en el impacto

OPERACIONALES

- Realizar constantes degustaciones sobre platos y snacks saludables que puedan ser de innovación y acogida entre los clientes.
- Generar encuesta de satisfacción del cliente en los ambientes al posible cliente que le gustaría encontrar en un espacio de alimentación y vida saludable, para generar los ambientes que deseen visitar y haga que el cliente vuelva por nuestra experiencia
- Realizar a través del apoyo de redes sociales estas campañas, a la misma vez en los tv informativos del restaurante, que permita ser influenciado en el pensamiento del cliente.
- Formar espacios de acompañamiento en nutrición, alimentación, deportes, rendimiento y ambientación
- Crear alianzas estratégicas con proveedores, patrocinadores y terceras personas que estén interesadas en grupos deportivos y talento deportivo, a su vez con la alcaldía que corresponda para generar propuesta de proyectos de promoción para la salud y el deporte en el área.

MODELO DE NEGOCIO BIKER FOOD LIAR

Modelo de negocio para: BIKER FOOD LIAR				
7. Asociaciones claves:  - Alcaldía del territorio - Proveedores de alimentos orgánicos, cercanos al área donde nos encontramos - Tiendas de deportes (ciclísticas y demás interesadas) - IDR - BIKO - Secretaria de ambiente - secretaria de deporte y turismo - Escuelas de gastronomía (Mario Moreno, Gato Dumas)	6. Actividades claves - Producción. De los platos y demás alimentos que ofrezcamos al cliente - Gestión de compras. Es clave y aún más en un restaurante con comida saludable que la materia prima es casi toda fresca sin conservantes ni colorantes. - Marketing. Una comunicación online con nuestros clientes por los canales que vamos a trabajar - Subcontrataciones, de postres y demás alimentos que no se consigán que no elaboremos, además de accesorios para proveer la tienda	2. Propuesta de valor  En el mundo actual, la alimentación saludable está dando mucho de qué hablar, a partir del surgimiento de muchas enfermedades a temprana edad, los seres humanos han empezado a tomar conciencia de la importancia de cuidarse y de llevar una vida saludable, tanto es así, que hoy en día, el ser saludable se está convirtiendo en una tendencia que día tras día atrae a más personas en el mundo. Según lo interior se propone una emprendimiento de BIKER FOOD, un restaurante que busca brindar experiencias y momentos inolvidables a deportistas, familias y grupos empresariales, a través de una alimentación variada y saludable y temáticas agradables al gusto del deportista; Biker Food estará ubicado en la vía Bogotá, La Calera, más exactamente en el alto de Patios.	3. Relaciones con clientes  - Una atención de servicio, fresca y atención - Fidelización constante, con beneficios y descuentos - Cordiales, que permitan acercase mas al cliente - seguimiento frente a servicios adquiridos o compras hechas en la tienda de accesorios deportivos	1. Segmento a clientes  Clientes Directos: Usuarios de la bicicleta, deportistas y en general personas que deseen una alimentación sana y balanceada, gente que desee iniciar y conocer sobre la cultura ciclística. Clientes Indirectos: empresas interesadas en la realización de algún evento de interés. Empresas o marcas de bicicletas, accesorios, ropa deportiva y proveedores de alimentos necesarios.
9. Estructura de costos COSTOS DIRECTOS - Alimentos para cocina - Equipo de trabajo - Meseros - Administrador - vendedor de productos	COSTOS INDIRECTOS - Mantenimiento de área de trabajo - Gastos administrativos 	5. Fuente de ingresos - Restaurante 35% - Tienda de accesorios - subarrendada 12.5% - Taller de reparación sub arrendado- 9% - Proyectos travesías- bici turismo 10,5 % - Talleres vida activa 8% - Salón de simuladores deportivos 15% - Biblioteca del deporte 10% 		

¿Cuánto es que cuesta?

RATIOS	RESULTADO	ANALISIS
PRI Período de recuperación de la inversión	4,4334	Como la proyección se realizo para 5 años, la empresa en 4 años y 4 meses recupera la inversión
VAN	\$ 6.234.995.903	Proyecto rentable
TIR Tasa Interna de Retorno	66%	La empresa cuenta con una tasa de retorno del 66% es decir, la implementacion del proyecto es rentable, ya que esta recuperando por encima de la inversion
EBITBA	\$ 7.438.224.574	la empresa presenta un alto grado de nivel de apalancamiento es decir, puede adquirir una deuda para adquirir mas activos de igual forma, pretende darnos una idea del dinero real que entra en el negocio a través de su marcha normal, sin contar con los intereses de las deudas o los impuestos que debe pagar en el pais para su operación.
ROE Rentabilidad Financiera	64%	Este valor se adecua en lineamiento con la TIR, debido a que es rentable en la medida que se invierte y a su vez contamos con un prestamo que ayuda a solventar gastos y costos al inicio pudiendo tener una retabilidad mayor del 50%

COSTOS FIJOS MENSUALES	14.489.060
Gastos administrativos	5.539.060
Imprevistos	1.000.000
Arrendamientos	2.200.000
Servicios Publicos	1.000.000
seguros	1.500.000
utiles y papeleria	500.000
aseo y cafeteria	1.000.000
publicidad	1.500.000
Gastos varios	250.000

Inversion en activos Fijos	
Terrenos	0
edificios-obras civiles	\$ 10.000.000
Maquinaria y equipo	\$ 94.771.497
Flota y Equipo transportes	0
Muebles y enseres	\$ 64.317.608
equipo de computo	\$ 4.409.584
Otros activos Fijos	0
Total	\$ 173.498.689

Estudio mercadeo

Plaza

- Grandes empresas abastecedoras de las principales materias primas
- Plaza de Corabastos
- Proveedores
 - Vía Verde
 - Doña Lola encurtidos
 - Reserva Agroforestal
 - PROMIPACHO
- Campesinos
- Impulsar turismo



PROMOCIÓN



ATLETAS DEL SERVICIO



GIFCARD



Entradas V.I.P

MENÚ



Biker Food Menu



PLATO

- LASAÑA DE CALABACIN \$ 24.904
- TORTITACO \$ 10.918
- PIMIENTOS RELLENOS \$ 25.496
- FINGERS DE BERENJENA \$ 13.546
- CAZUELITA CON TACOS DE JAMON \$ 26.841
- PIZZALERIA \$ 17.283

POSTRE

- MILHOJAS DE MERLUSA \$ 24.799
- CANELONES GORDITOS \$ 33.674
- TORTILLA CIMA INCLINADA \$ 18.981
- BURRITOS DE POLLO \$ 21.146

BEBIDAS

- LECHE DE AVENA \$ 4.622
- LIMONADA REFRESCANTE \$ 3.086
- LIMONADITA DE MANGO \$ 7.513
- SAINDIYTIS \$ 7.603



Sensaciones en cada detalle....



El concepto....





Video a proyectar
<https://youtu.be/4Hokkey62-Hk>

Conclusiones

- nuevas tendencias han marcado la manera de operar de los empresarios y los negocios que no se quieren quedar atrás
- Es coherente seguir realizando y actualizando constantemente investigaciones de mercado y tendencias en los últimos años, para que existan espacios coherentes a la necesidad del mercado
- estudio de propuesta financiera que se presentó en el trabajo permitió reconocer artículos y costes que no se tenían contemplados, pero al momento de realizar paso a paso el plan financiero se lograron concretar costes y gastos que se pueden suplir y no se convertirán en costes o gastos sorpresas
- La responsabilidad social y ambiental es fundamental, ya que existe el compromiso por parte de la empresa, con unos objetivos y metas claras para lograr que muchas personas se beneficien con la ayuda y el apoyo que se ofrece, tanto a la comunidad como al medio ambiente.



Gracias