

GINO'S PIZZA x NEUROBEAT

El cerebro de Gino's Pizza

Proyecto Etapa 1: un sistema propio que ordena el local, y una paleta renovada para vender más.



Hoy, cada pedido corre por su cuenta

HOY

Pedidos por todos lados

Mostrador, teléfono y mensajes se anotan en distintas partes.

→ Un solo panel para todo

HOY

Cocina a ciegas

Papel, gritos y "¿qué va primero?" en hora punta.

→ Pantalla de cocina en orden

HOY

Precios que se desfasan

El menú cambia y no todos tienen la versión nueva.

→ Un menú único

HOY

Cobro y boleta aparte

Se digita el monto en el POS y la boleta se hace a mano.

→ Cobro conectado, sin boletas duplicadas

HOY

Errores en hora punta

Pedidos mal copiados, olvidos y clientes esperando.

→ El pedido se anota una vez

HOY

"¿Cómo vamos?"

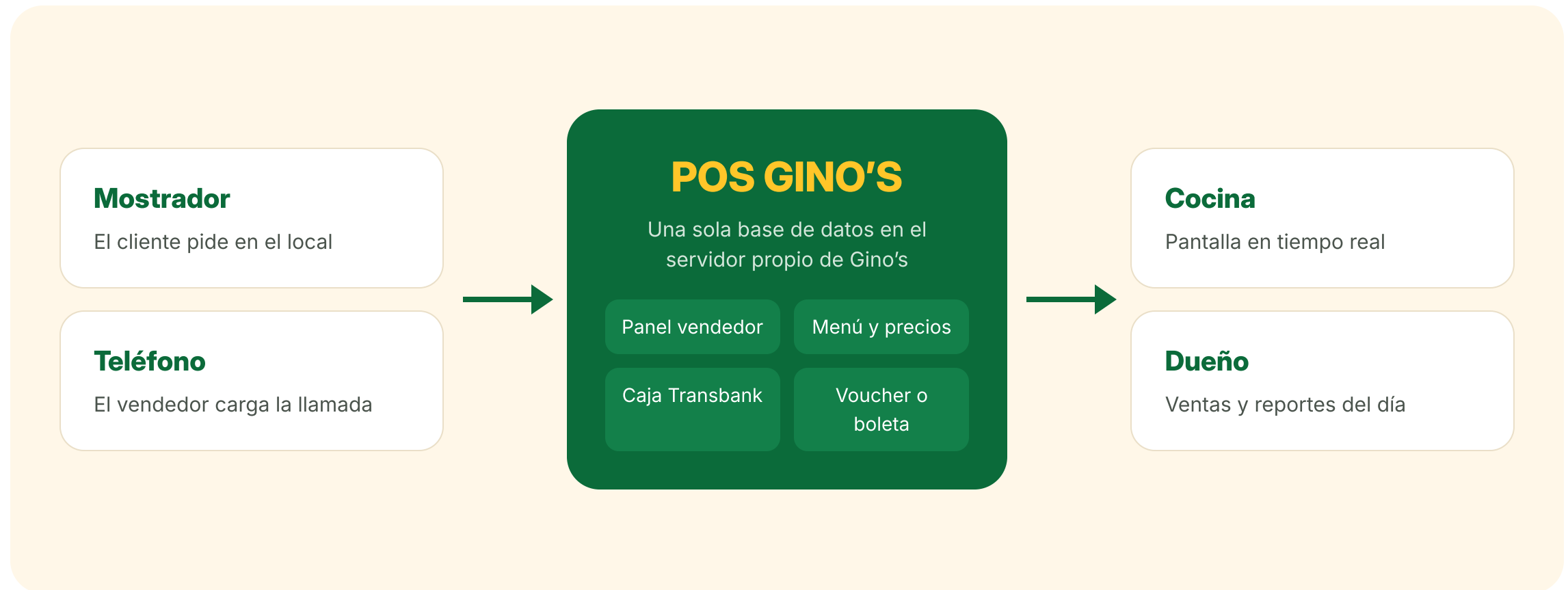
Hay que estar o llamar para saber cómo va el día.

→ Ventas en vivo en el celular

LA SOLUCIÓN

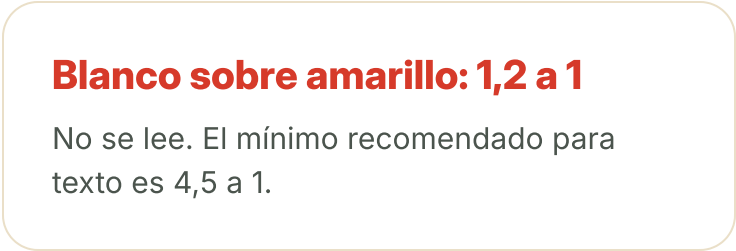
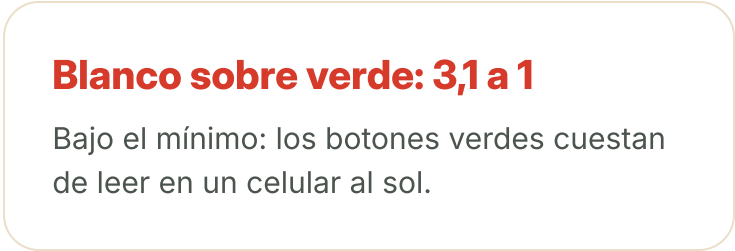
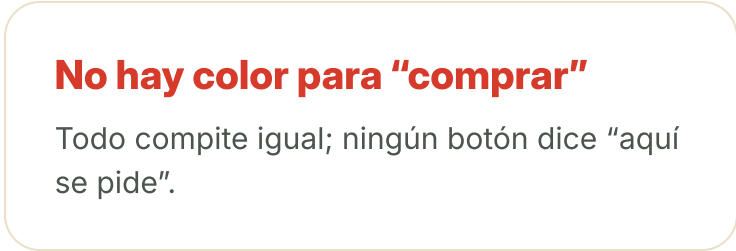
Etapa 1: un cerebro para todo el local

Todo lo que se conecte después —delivery, web, PedidosYa, Rappi, WhatsApp, IA— entra a este mismo cerebro.



Un color reconocible que no vende solo

Colores tomados del logo y del sitio ginospizza.cl.

 Verde logo #01A85B	 Amarillo logo #FEF012	 Verde sombra #04904C	 Blanco + negro #FFFFFF · #000000 Fondo y texto del sitio	 Azul de links #0C71C3 Viene de la plantilla, no de la marca
 Blanco sobre amarillo: 1,2 a 1 No se lee. El mínimo recomendado para texto es 4,5 a 1.	 Blanco sobre verde: 3,1 a 1 Bajo el mínimo: los botones verdes cuestan de leer en un celular al sol.	 No hay color para "comprar" Todo compite igual; ningún botón dice "aquí se pide".		

EL REFRESH

Los mismos colores de Gino's, afinados para vender

No es otra marca: el verde y el amarillo se quedan, más profundos y cálidos, y se suma un rojo para la acción de compra.

#01A85B →

Verde Albahaca

#0B6B3A

La marca: cabeceras, logo y fondos de impacto.

#FEF012 →

Amarillo Queso

#FFC629

Precios, promos y lo que debe verse primero.

Nuevo

Rojo Horno

#D63A2A

Solo para pedir y pagar.

#FFFFFF →

Crema Masa

#FFF7E8

Fondo cálido en vez de blanco puro.

#000000 →

Carbón Pizarra

#1E2420

Texto, como las pizarras de sus fotos.

Blanco sobre Verde Albahaca: 6,6 a 1 · antes 3,1

Blanco sobre Rojo Horno: 4,7 a 1 · botones legibles

Carbón sobre Amarillo Queso: 10 a 1 · precios que saltan

Cada color tiene un trabajo

Rojo · actuar

Se asocia a apetito y urgencia, por eso lo usan las grandes cadenas de comida. Va solo en "Pedir" y "Pagar": si está en todas partes, pierde fuerza.

Amarillo · mirar

Es lo primero que capta el ojo. Se reserva para precios, promos y el "hoy conviene".

Verde · confiar

Habla de frescura e ingredientes, y es el color que la gente ya reconoce de Gino's.

Crema · antojo

Recuerda la masa y el horno; hace que la comida se vea más cálida que sobre blanco frío.

Regla 60 · 30 · 10 en cada pantalla

60% Crema · fondo

30% Verde · marca

6%

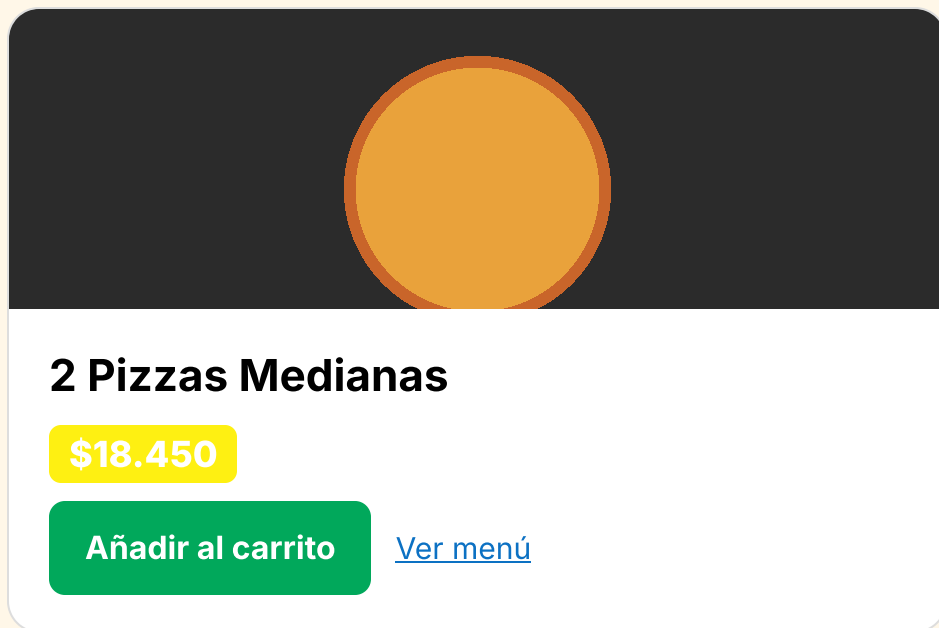
4%

El 10% de acento se reparte entre amarillo (precios) y rojo (comprar). La psicología del color orienta; el efecto real se confirma midiendo pedidos y clics.

ANTES Y DESPUÉS

La misma promo, vendiendo más fuerte

HOY



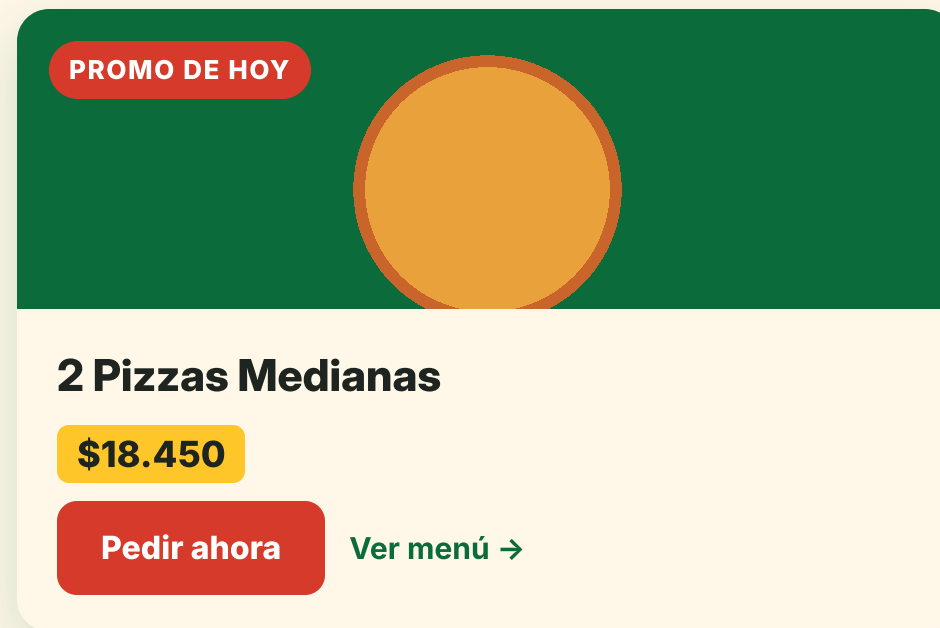
2 Pizzas Medianas

\$18.450

Añadir al carrito [Ver menú](#)

Precio en blanco sobre amarillo (no se lee), botón verde con poco contraste y un link azul ajeno a la marca.

CON EL REFRESH



PROMO DE HOY

2 Pizzas Medianas

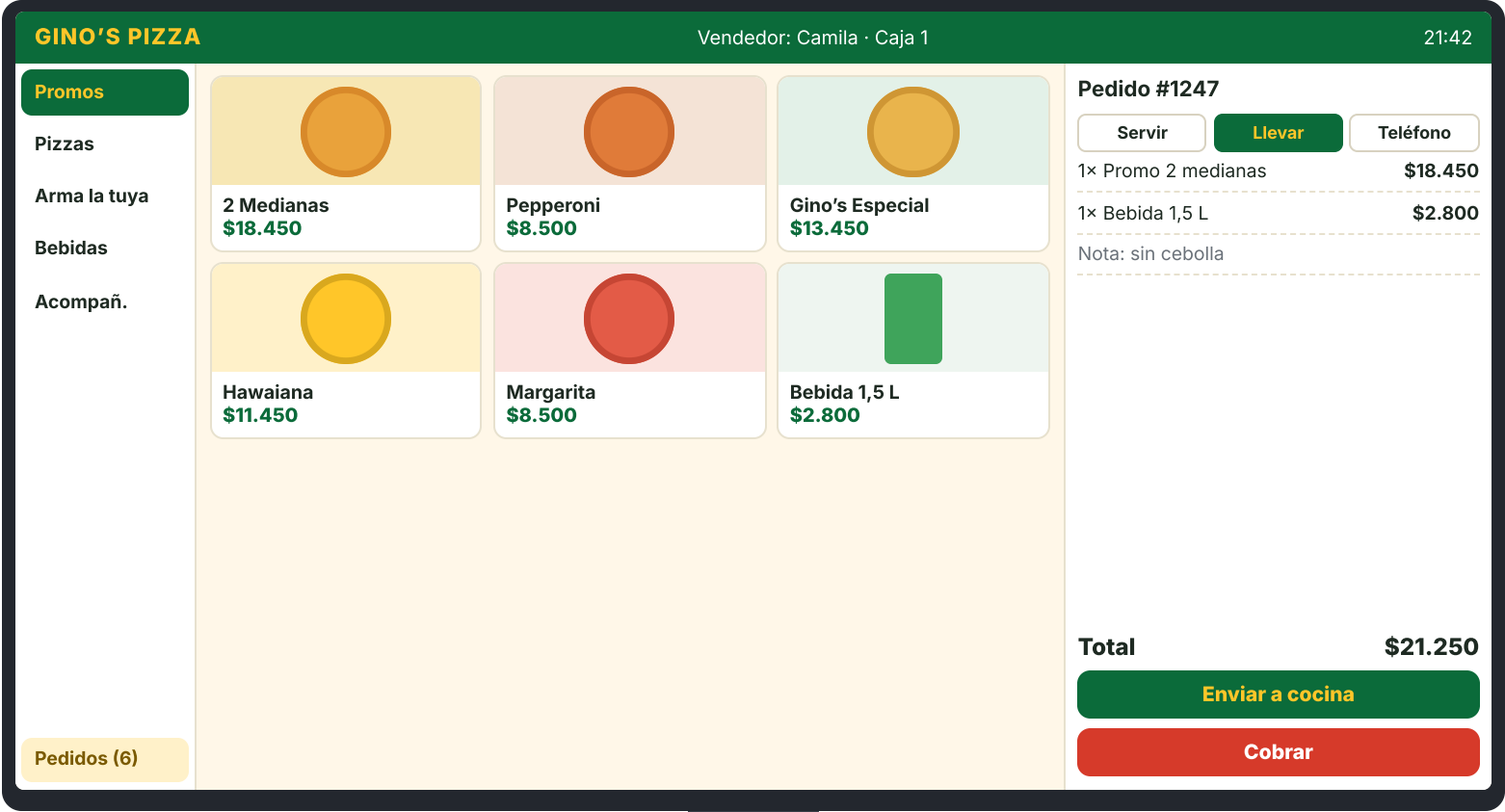
\$18.450

Pedir ahora **Ver menú →**

Precio que salta a la vista, un solo botón rojo que dice qué hacer y fondo cálido que abre el apetito.

ASÍ SE VE · CON LA NUEVA PALETA

Panel del vendedor



EN EL MOSTRADOR

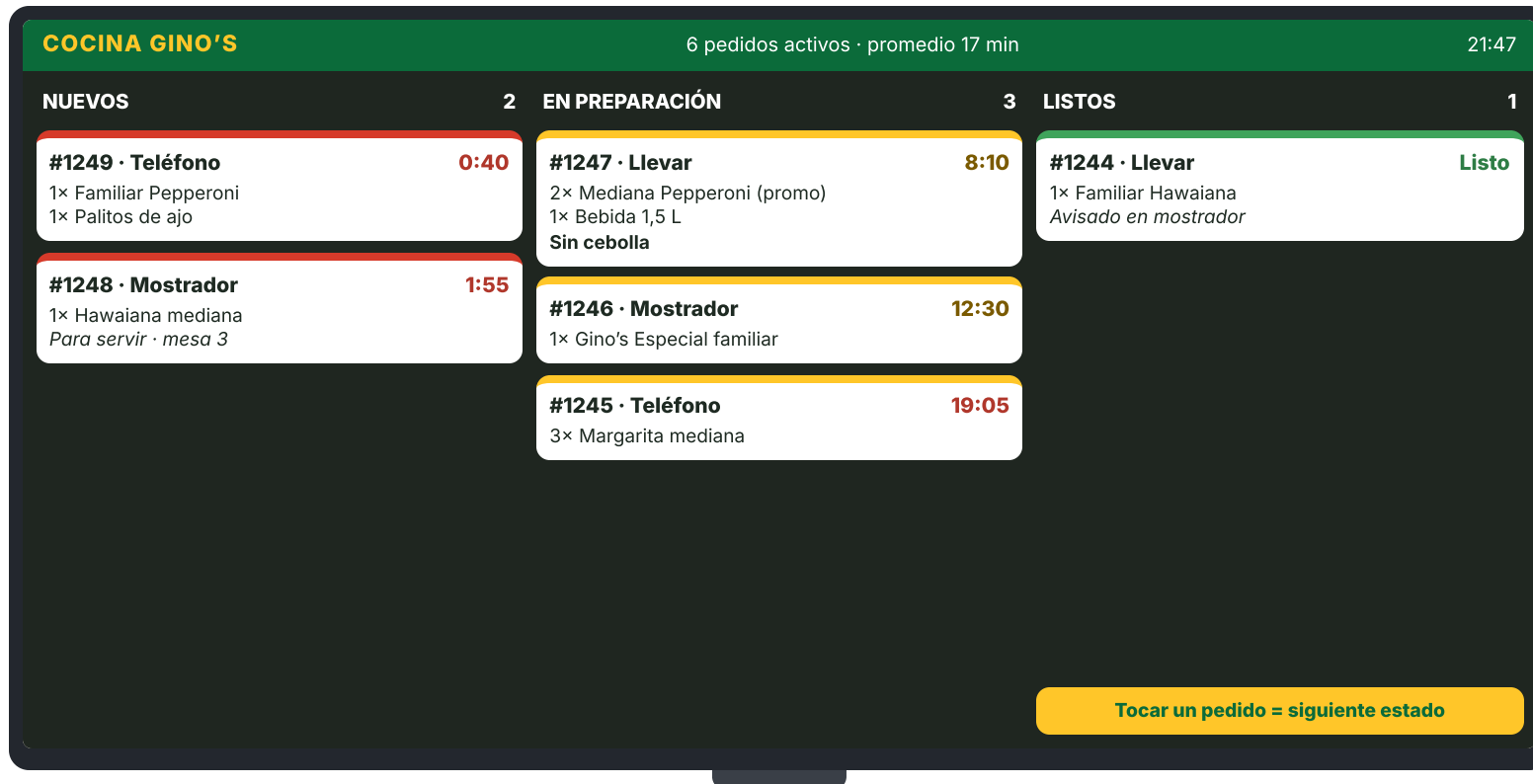
Un pedido listo en segundos

El vendedor toca los productos, elige servir, llevar o teléfono y lo envía a cocina con un botón.

Resuelve: pedidos dispersos y errores de copia.

ASÍ SE VE · CON LA NUEVA PALETA

Pantalla de cocina



EN LA LÍNEA

Cada pedido, en orden y con su tiempo

Los pedidos entran solos; un toque los pasa a preparación y otro a listo, y el mostrador se enterar.

Resuelve: la cocina a ciegas en hora punta.

ASÍ SE VE · CON LA NUEVA PALETA

Cobro conectado, sin boletas duplicadas

GINO'S PIZZA

Cobrar pedido #1247

21:43

Resumen

1× Promo 2 medianas

\$18.450

1× Bebida 1,5 L

\$2.800

Total

\$21.250

Tarjeta: el voucher del POS vale como boleta (SII). Efectivo o transferencia: la boleta electrónica sale sola.

Medio de pago

Tarjeta · POS Transbank

Monto enviado

Efectivo

Transferencia

El vendedor confirma

Esperando al POS...

El cliente pasa su tarjeta; el pago se confirma solo.

Pago confirmado · el voucher es la boleta

GINO'S PIZZA

Boleta electrónica N° 004812

Hawaiana mediana

\$11.450

Total

\$11.450

Pago: efectivo · Pedido #1248

Timbre electrónico SII

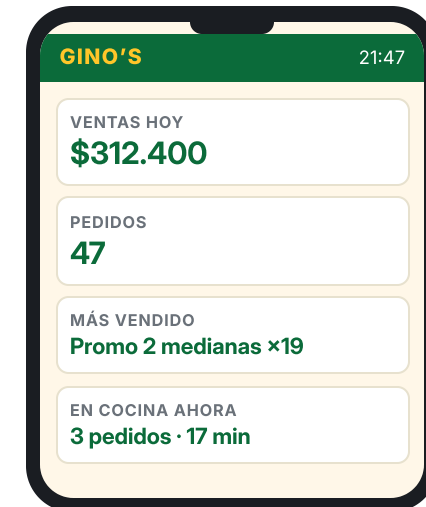
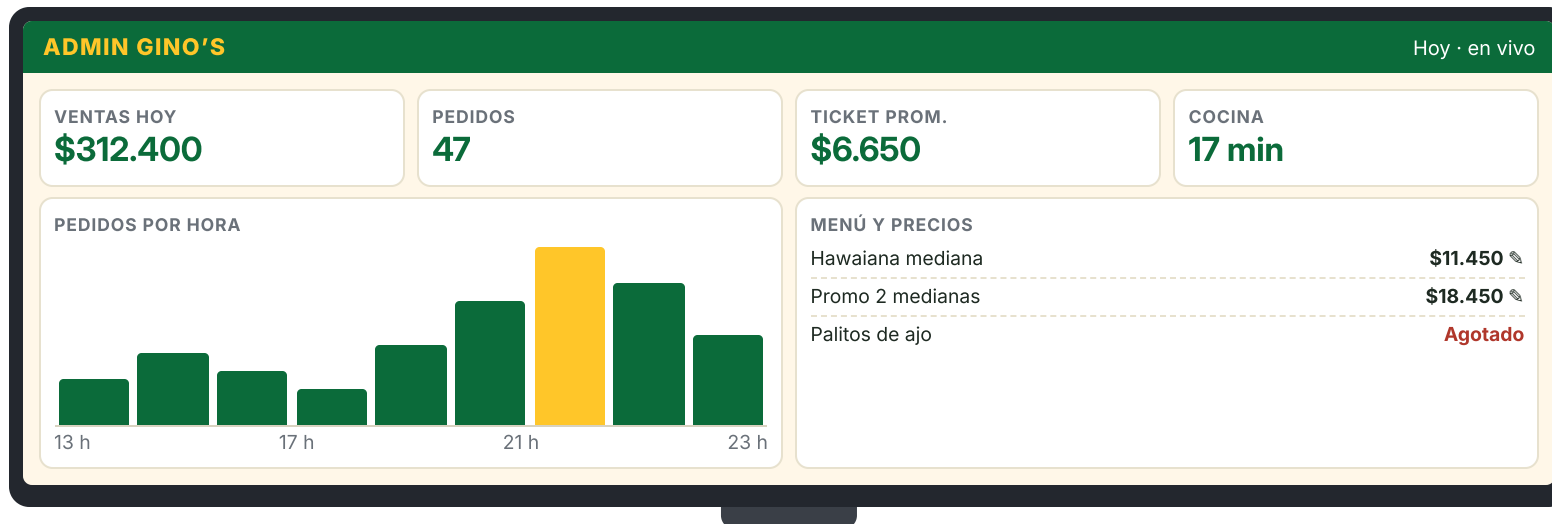
Resuelve: el cobro y la boleta por separado. El total viaja solo al POS Transbank. Con tarjeta, el voucher vale como boleta; en efectivo o transferencia, la boleta sale sola.

GINO'S · Imagen ilustrativa

10

ASÍ SE VE · CON LA NUEVA PALETA

El dueño, al mando desde donde esté

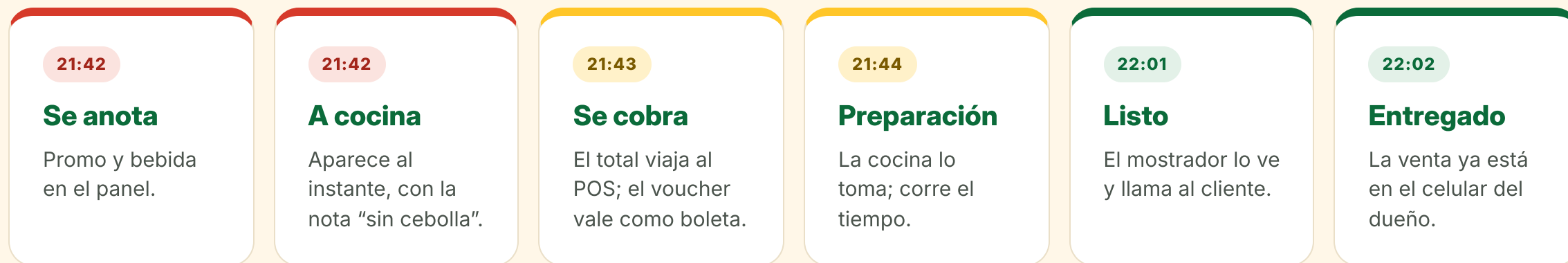


Resuelve: precios que se desfasan y el "¿cómo vamos?": cambia un precio una vez y ve las ventas desde el celular.

DE PRINCIPIO A FIN

Un pedido, sin copiar nada a mano

Un viernes a las 21:42, un cliente pide para llevar en el mostrador.



0

pedidos copiados de un papel a otro

0

montos digitados a mano en el POS

0

boletas hechas a mano

PROBADO ANTES DE CONSTRUIR

Pensado para lo que sale mal

Simulamos el local completo y probamos 28 situaciones difíciles. Estas son las 10 de la Etapa 1.

Se cae internet

La caja sigue tomando pedidos y sincroniza al volver.

Pagan con tarjeta

El total viaja solo al POS; el voucher es la boleta.

Pagan en efectivo

La boleta electrónica sale sola.

Transferencia

El vendedor confirma antes de cocinar.

Anular una venta

Anulación en el POS o nota de crédito.

Se agota algo

Se avisa antes de cobrar.

Cambia un precio

El pedido abierto respeta su precio.

Error de estado

Lo entregado no vuelve a cocina.

Fin del turno

Cierre de caja con arqueo.

Todo registrado

Cada cambio guarda hora y usuario.

28/28

situaciones resueltas en el diseño. Las 18 de delivery, apps, GPS del repartidor e IA están en el documento del ecosistema.

LO QUE VIENE

Partimos por el cerebro. Después, crece.

ETAPA 2

Canales y delivery

Delivery con app del repartidor, web ginospizza.cl, PedidosYa y Rappi.

ETAPA 3

Inteligencia artificial

IA en WhatsApp 24/7, Instagram y publicaciones con aprobación.

UPGRADES

Cuando hagan falta

Por ejemplo, un tótem de autoatención.

¿Partimos?

Con la orden de compra, en 4 semanas el local vende con su propio cerebro.

[Ver cotización TSY-2026-002](#)