77717 - AREPAS Y MAS FUSION

PROYECTO	
Nombre :	AREPAS Y MAS FUSION
Institucion :	Centro Agroempresarial y Acuícola (SENA - Guajira)
Subsector :	Otros tipos de expendio de comidas preparadas n.c.p.
Ciudad :	Riohacha(La Guajira)
Recursos solicitados al fondo (SMLV):	88
Fecha de Creación :	09/08/2021 7:04:07 p. m.
Sumario :	Empresa dedicada a la producción, comercialización y expendio de comidas preparadas, recetas innovadoras, especialista en comida fusión, teniendo como base principal el maíz, donde se mezclan sabores ancestrales con la cultura gastronómica de las diferentes culturas asentadas en el departamento de la Guajira.

I. ¿Quién es el Protagonista?

1. Describa el perfil de su cliente, junto a su localización. Justifique las razones de su elección:

Cliente	Perfil	Localización	Justificación
Personas Naturales	Hombres y mujeres desde los 18 años hasta los 69 habitantes del Municipio de Riohacha	Nuestros clientes estarán ubicados en el Municipio de Riohacha	Debido a la pandemia en estos dos últimos años, se ha visto un cambio radical en los comportamientos de los consumidores, por lo que se pretende satisfacer las expectativas de la gente que busca probar nuevas sensaciones y nuevos platos, y que siempre está dispuesta a conocer nuevas combinaciones de sabores que además de tener un excelente sabor, logren contar una historia detrás de su preparación.
Turistas Internacionales	Este segmento está compuesto principalmente por las personas que residen fuera del país, son personas que por lo general viajan en grupo, las edades de este segmento oscilan entre los 18 y 55 años. Poseen un poder adquisitivo que les permite acceder a este tipo de productos.	En su mayoría provienen de países del exterior, como: Estados Unidos, Argentina, Francia, España, Alemania, Suiza, entre otras	Este segmento se contempla como potencial, porque son personas interesadas en conocer y vivenciar desde dentro, la magia que se promociona del departamento de la guajira y su cultura gastronómica dispuestos a pagar por el deleite y hacer de su viaje una mejor experiencia. según el ministerio de Comercio, Industria y Turismo, en el año 2017 aumentó un 27,7% la llegada de viajeros extranjeros a Colombia y uno de los departamentos donde hubo mayor crecimiento fue en La Guajira con 116,2%.
Turistas Nacionales	Este segmento está compuesto principalmente por las personas que residen dentro del territorio nacional, son personas que por lo general viajan en grupo, las edades de este segmento oscilan entre los 18 y 55 años. Poseen un poder adquisitivo que les permite acceder a estos servicios.	En su mayoría provienen del interior del país Bogotá, Medellín. Bucaramanga, Manizales, Pereira, Barranquilla	Este segmento se contempla como potencial, porque son personas interesadas en conocer y vivenciar desde dentro, la magia que se promociona del departamento de la guajira y su cultura gastronómica dispuestos a pagar por el deleite y hacer de su viaje una mejor experiencia. Según la Revista Portafolio, El flujo de visitantes al departamento de La Guajira evidencia la importancia del destino pues, entre 2010 y 2016 hubo un alza de 282%, según cifras de Migración Colombia y cálculos del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

¿Su proyecto tiene perfiles diferentes de clientes y consumidores? **NO**

2. ¿Cuáles son las necesidades que usted espera satisfacer de sus potenciales clientes / consumidores?

Cliente:

Conocer y vivenciar desde dentro, la magia que se promociona del departamento de la guajira y su cultura gastronómica dispuestos a pagar por el deleite y hacer de su viaje una mejor experiencia, probar nuevos sabores.

El cliente local busca consumir y probar nuevos sabores, contar con una alternativa diferente a la hora de comer fuera de casa en una comida rapida, que le permita disfrutar de sabores tipicos de nuestra region y de una manera rapida , deliciosa y nutritiva .

El turista podra contar con una gastronomia diferente que le permita conocer y deleitar los sabores tipicos de nuestra region , de una manera rapida la gastronomia y resaltar sabores ancestrales de nuestra region.

II. ¿Existe Oportunidad en el Mercado?

3. Describa la tendencia de crecimiento del mercado en el que se encuentra su negocio
El sector gastronómico siendo uno de los sectores que generan más empleo en Colombia y al depender en parte del turismo, fue uno de los sectores que al verse afectado con la pandemia del Covid-19, tuvo que tomar el camino de la reinvención de cierta manera forzosa como todos los sectores. De acuerdo con lo anterior, este documento hace un recorrido iniciando por comprender el origen de los restaurantes, su dinámica antes de la pandemia y los retos que les impuso la emergencia sanitaria, la implementación de estrategias efectivas, los planes para darle continuidad a sus negocios y las nuevas prácticas de gestión que deben adoptar involucrando a todos los actores del ecosistema gastronómico. Así mismo, este documento busca generar conciencia en los empresarios del sector gastronómico para implementar desde el inicio de sus negocios los procesos de gestión del back y del front office 1 acordes con su estructura para trabajar y crecer de manera organizada, haciéndolos competitivos y facilitandoles la toma de decisiones que pueden cambiar el camino de sus negocios.

Los restaurantes han tenido una larga trayectoria en el tiempo, donde cada vez son más las personas que se suman a este sector, viéndolo como una oportunidad para hacer empresa. Sin embargo, se enfrentan a desafíos que muy pocos conocen y están dispuestos a afrontar; ya que no ven los restaurantes como una empresa en su conjunto, desconociendo la esencia de la acción de emprender; cabe resaltar una definición que nos da el autor Jorge Gámez, para quien emprender es acometer y comenzar una obra, un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro.

Emprendedor es quien, en un lugar y condiciones específicas, gesta y pone en marcha las
nuevas empresas que renuevan el tejido empresarial de una sociedad con los efectos positivos que ello implica. El emprendedor que crea empresa aprovecha un hueco en un mercado, se beneficia de los resultados de una investigación, utiliza I+D como ventaja competitiva y tiene capacidad de acción (Gámez Gutiérrez, 2015).

Crear empresas en el sector de restaurantes es una de las opciones para los emprendedores colombianos, para muchos es un negocio fácil y rentable, ya que no vislumbran los factores tanto internos como externos que afectan su operación o desconocen cómo gestionarlo de manera efectiva, algunos solo se concentran en preparar un buen producto, en expandir su marca o buscar ser reconocidos, descuidando un factor importante que es darle una estructura organizacional formal a su restaurante.

De acuerdo con cifras de la Asociación Colombiana de Restaurantes – Acodres cuatro (4) de cada diez (10) restaurantes se cierran en los primeros seis meses de operación y algunos alcanzan a llegar al año de funcionamiento (Pacheco Bernal, 2017).

El sueño de montar un restaurante representa un reto a nivel estratégico y financiero, hallar la mezcla de ingredientes esenciales para el éxito es un desafío que conlleva ciertos sacrificios y responsabilidades. Entrar en el negocio de la restauración puede ser una experiencia gratificante. Sin lugar a duda, el negocio de los restaurantes aporta beneficios económicos y sociales, y por eso es atractivo para muchas personas; pero si se considera seriamente incursionar en el sector gastronómico, es necesario pensar más allá del dinero y el estatus social (La Barra, Manual de Montaje de Restaurantes Volumen 1, 2013).

Partiendo de lo anterior, el factor de éxito de un restaurante no solo se mide por la calidad de su comida, la cantidad de puntos de venta o los reconocimientos que tenga; ya que hay que entrar a analizar su estructura organizacional a profundidad para determinar si la operación es sostenible, coherente, ver su estructura de costos, de gastos, su planeación estratégica, su modelo financiero y su concepto de negocio.

De acuerdo con la Cámara de Comercio de Bogotá, durante 2018 más de 18.841 empresas estuvieron dedicadas a la elaboración de comidas y platos preparados; estos registraron ventas por un total de 5,32 billones de pesos. De ese total de 18.841 empresas, 18.320 fueron microempresas, 498 fueron PYMES y 23 fueron grandes empresas (La Barra, Balance 2019: un año esforzado, 2020).

Para el año 2020 según Fedesarrollo, el sector gastronómico mantenía un pronóstico de crecimiento del 3,5% debido a un desempeño favorable de la demanda interna, impulsada por un mayor dinamismo en el consumo de los hogares, y a un mejor comportamiento en la inversión. Así mismo se identificaron cuatro retos claves a los cuales el sector gastronómico se enfrentaría para el año 2020 los cuales son:
Informalidad: estimaciones del DANE registran que la informalidad ronda el 80% del total de los negocios gastronómicos (restaurantes, panaderías, cafeterías, servicios de catering) del país. Su crecimiento en los últimos años, según estimaciones de Acodres, se ha visto estimulado por el crecimiento de las plataformas de domicilios, que permiten la preparación de alimentos para llevar de lugares que no siempre cumplen con los requisitos legales,
generando un ambiente de competencia desleal en un sector que influye directamente en la salud de los consumidores.

Tecnología: surge la oportunidad de brindar un servicio personalizado, ajustado a los hábitos de consumo actuales, en los que el comercio electrónico cada vez es más creciente. Por tanto, el reto es a la tecnificación del mercadeo y la virtualización de las ventas.

Ventas en línea: con la penetración creciente de las herramientas digitales, los negocios deben adaptar su capacidad para dar respuesta inmediata al consumidor.

Reforma laboral: los restaurantes ven la oportunidad frente a la posibilidad de la contratación por horas, que propone la reforma laboral, ya que les permitiría atender los fines de semana la mayor demanda de los servicios y generar oportunidades de empleo para la población joven (La Barra, Proyecciones Económicas 2020, 2020).

Los restaurantes en Colombia hasta el primer bimestre del año 2020 venían con un crecimiento lento, sin embargo había unos restaurantes que estaban comenzando a expandir sus modelos de negocio, pero no estaban preparados para afrontar situaciones que los llevarían prácticamente a su cierre y cese de operaciones; la gran mayoría de personas que se involucran en el sector gastronómico no saben cómo hacer una correcta planeación antes de hacer el montaje de su restaurante, primero se concentran en buscar un local y luego le montan negocio al local ¡grave error!, pagan arriendos costosos por varios meses por suponer que esa es la mejor ubicación para su restaurante y luego comienzan a estructurar su negocio, sin saber si la idea y el concepto de su negocio va a funcionar o no, no hacen un estudio previo del mercado; lo que conlleva a que las cifras de Acodres tengan valor. Esta falta de planeación por parte de algunos empresarios restauradores, se debe a su falta de conocimiento y a buscar asesoría en personas expertas en el sector que les ayuden desde el nacimiento de su idea hasta la puesta en marcha de su negocio; esto se da porque los empresarios o emprendedores no consideran esto como una inversión para disminuir el riesgo sino como un gasto innecesario.

A esto se suma el desconocimiento en la correcta gestión administrativa, operativa y financiera para su restaurante, pese a que el sector gastronómico genera más de un millón de empleos (Dinero, 2018), también tiene un alto de grado de informalidad debido a factores como la alta carga tributaria que trajo la reforma del año 2016 donde para aquellos restaurantes que sean franquicia pasaron de facturar con un IVA del 16% a facturar con IVA del 19%, y los que no sean franquicia deben facturar con Impuesto al Consumo del 8% de acuerdo con la reforma del año 2012. Para quienes facturan con IVA tienen la posibilidad de poder cruzar en su liquidación de impuestos el IVA de la compra de insumos; mientras que quienes facturan con impuesto al consumo, el IVA de la compra de sus insumos se les convierte en un mayor valor del costo en sus recetas, lo cual termina encareciendo el producto final para el consumidor.

De otro lado, está la carga laboral donde muchos prefieren manejar a los colaboradores pagándoles por turnos o por horas sin afiliaciones a seguridad social, exponiendo no solo a los colaboradores sino a la empresa a sanciones onerosas.

En el aspecto de la transformación digital, el uso de herramientas digitales en el sector gastronómico a nivel general es poco, aunque ha ido en aumento aún hace falta formar a todos los actores involucrados en la industria en el uso de herramientas digitales para el manejo eficiente de sus procesos, con el objetivo de dar respuesta a las necesidades de los comensales quienes vienen cambiando su manera de relacionarse en la forma en la que adquieren sus productos y servicios, haciendo uso de canales digitales (Gerente, 2019). Con la pandemia del Covid-19 se generó en los restaurantes invertir en herramientas digitales para promover sus negocios y llegar a sus comensales, las herramientas en las cuales tuvieron que invertir fueron: página web, implementación de e-commerce, redes sociales/ marketing digital, plataformas de domicilios, uso de otros medios de pago y plataformas para trabajo remoto. Con esto vino la capacitación en el uso de estas herramientas o contratar a un tercero para que las gestionara; ya que antes no le veían la importancia de contar con estas herramientas pues se suponía que siempre iban a atender a los clientes en el lugar físico del restaurante.

Uso del canal de domicilios: Colombia es el país de Latinoamérica donde más se utilizan servicios de domicilio a través de aplicaciones con 36%, superando los índices de Latinoamérica (29%) y del mundo (33%) (La Barra, 2019).

En domicilios la gran mayoría de restaurantes se han adherido a plataformas como Rappi, Uber Eats, domicilios.com que ahora es ifood; otros han decidido invertir en su propio canal de domicilios como es el caso de Domino’s donde su canal de domicilios le representa el 60% de sus ventas (La Barra, 2019) y algunos no se han podido adaptar a este modelo porque su concepto no fue diseñado para este canal o no han podido lograr una negociación de mutuo beneficio con las aplicaciones comerciales para poder llevar sus platos a los clientes.

Rappi y Kiwibots por su lado lanzaron el piloto para las entregas sin contacto en Medellín a través de robots el cual se llevará a cabo hasta el 08 de julio de 2020 y de acuerdo con los resultados se espera expandir este modelo de entrega a las demás ciudades donde Rappi tiene presencia (Forbes, 2020).

Durante la pandemia se identificó que las plataformas de domicilios en cierta medida estaban preparadas para atender la demanda de productos de restaurantes de los comensales en fechas no especiales, pero otro panorama se dejó ver en la celebración del día de la madre que en Colombia se celebró el día 10 de mayo, que era un domingo en cuarentena, el primer día de la madre virtual; para lo cual las plataformas de domicilio demostraron que no estaban preparadas para atender la demanda de esta fecha especial para el comercio, presentando demoras en la entrega de los pedidos de hasta 4 o 5 horas, entregas erróneas de los pedidos de los restaurantes, o no se hicieron las entregas y en otros casos los pedidos llegaron mal presentados por la manipulación del producto en manos de los domiciliarios una vez salió de los restaurantes; lo cual puso a las plataformas de domicilio a replantearse sobre la manera de operar en este tipo de situaciones, donde se le sumó la cuarentena nacional decretada por la pandemia del Covid-19 (Tiempo, 2020).

Diseño y uso de empaques: Los consumidores ocupan un lugar importante en la transformación de las marcas de alimentos y bebidas. Por ello, más fabricantes adoptan prácticas transparentes y desarrollan envases sustentables para coincidir con estas tendencias. Los empaques de fibras vírgenes se están ajustando a estas necesidades y está creciendo su uso en el mercado (Perera, 2018). Los empaques son un factor importante para el sector gastronómico y sobre el cual aún hay mucho por desarrollar. No hay empaques idóneos para los productos, por lo cual muchos restaurantes aún usan los empaques tradicionales de icopor o con alto contenido de plástico, empaques que no son amigables con el ambiente, con el producto y por tanto la presentación es deficiente. Sin embargo, algunas empresas como Darnel y Purabox en Colombia, han venido evolucionando en el desarrollo de nuevas alternativas de empaques que son un poco más amigables con el ambiente y la presentación del producto cambia; aún así hace falta desarrollo en empaques que mantengan la temperatura del producto, la presentación, la consistencia, que sean fáciles de transportar, fáciles de apilar y que sean sostenibles; lo cual va ligado también al concepto de negocio del restaurante.

Según la Secretaría de Desarrollo Económico de La Guajira (2015), la cadena productiva del turismo en lo que respecta a proveedores de alimentos y bebidas describe que existen 64 hoteles, 48 restaurantes y 11 rancherías, con una empleabilidad de más o menos unas 927 personas. Como una de las ciudades más antiguas del continente americano, Riohacha alberga las tradiciones y ritos Wayúu, de negros y zambos. Es así como en “el cruce de caminos de mar, de río y tierra, se crea una gastronomía de fusión, con raíces indígenas, coloniales, afrocolombianas, y sefardíes, árabes y venezolanas. Una gastronomía que aún se refugia en los fogones de las casas y rancherías, pero que está lista para dar el salto a los restaurantes” (Alcaldía de Riohacha, 2013, pág. 22).

Para el caso del municipio de Riohacha no fue la excepción de lo fuerte que golpeó la pandemia a este sector, pero así como muchos establecimientos que se dedicaban a ofrecer productos del sector gastronómico, obligados les tocó desistir de sus emprendimiento, otros muchos emprendedores, tomaron la decisión de apostarle al sector, utilizando sus fortalezas y competencias en la preparación de comidas desde casa e inicialmente ofrecerle a los familiares para la respectiva validación, como es el caso de mi emprendimiento, pero luego este tomo auge y me vi en la necesidad de adaptar un espacio de mi casa para uso exclusivo del negocio, por lo que ahora le apuesto a fortalecer con recursos de la convocatoria el fondo emprender.

4. Realice un análisis de la competencia, alrededor de los criterios* más relevantes para su negocio:

Nombre	Localización	Productos y Servicios (Atributos)	Precios	Logistica de Distribución	Otro, ¿Cuál?
Arepas de Coquivacoa	Calle 13 Carrera 17 Barrio Guapuna, Riohacha - La Guajira.	comidas rapidas	Oscilan entre 8000 y 25000 pesos	consumo en sitio o para llevar, domicilio	Buena ubicación *Poco espacio en sitio para atención de clientes *venden toda clase de comidas rápidas , no son especialistas en arepas , las tienen en su carta como una segunda opción , ofreciendo el producto elaborado con materia prima harina de maíz procesada de manera industrial.
Arepas de la 17	Calle 17 carrera 6, Riohacha - La Guajira	Arepas asadas	oscilan desde 3000 hasta 5000	Expenden productos preparados con maíz y queso	precios económicos *Son productos preparados y vendidos de forma muy artesanal en un anafe en la calle , no tiene ambientación ni comodidad en sus instalaciones y solo tienen una opción para

					pedir, arepas de queso.
Arepas Pa Mi	Carrera 11 # 12A 10, Riohacha - La Guajira	Arepas de maíz	Oscilan desde 3000 hasta 8000 pesos	Producto para llevar y domicilio	buena ubicación *No tienen un sitio para atención al cliente,son arepas tradicionales , solo tienen en su menú dos rellenos .(pollo y carne)
RANCHO EXPRESS	Calle 17 Carrera 7	COMIDAS RAPIDAS	Los precios oscilan entre $5000 Y $30000	EN SITIO Y A DOMICILIO	Buena ubicación, ofrece productos de comida rapida tradicional como salchipapa, perro caliente, hamburguesas, . dentro de su carta tiene productos como las arepas rellenas, ofreciendolas como de maíz siendo elaboradas en harina pan , son tradicionales y con ingredientes muy sazonados,las cuales conseguimos en cualquier esquina, personal de atención poco calificado,
Restaurante Donde Toño	Calle 13 17-06 Riohacha – Guajira	Comidas rápidas, asados.	Oscilan entre 15 mil a 28 mil pesos	Se especializan en la prestación de servicio a la mesa y domicilios	Tienen una muy buena ubicación *No tienen productos especializados propios de la región , ofrecen comida rápida tradicional
Varo's Fast Food Riohacha	Calle. 7 3-15, Riohacha, La Guajira	Comidas rápidas	Oscilan entre 8000 a 22000 pesos.	Consumo en el lugar, Para llevar o Entrega a domicilio	buen sitio *ofrece toda clase de comida rápida tradicional .

III. ¿Cual es mi Solución?

1 - Solución

5. Describa la alternativa o solución que usted propone para satisfacer las necesidades señaladas en la pregunta 2:

Concepto del negocio:
Empresa dedicada a la producción, comercialización y expendio de comidas preparadas, especialista en comida fusión,donde su base principal es el maíz ,así como una buena presentación en los platos, donde se mezclan sabores ancestrales de las diferentes culturas asentadas en el departamento de la guajira,

dándole la oportunidad de deleite de propios y extraños al experimentar este tipo de comidas, así mismo buscando vender sabores y saberes ancestrales en dicha preparación.

Componente Innovador:

Concepto del negocio:
Producción y comercialización y expendio de comidas preparadas, especialista en comida fusión teniendo como base principal el maíz ,se pretende mediante la exploración y experimentación de sabores y saberes ancestrales, aprovechar la extensa oferta culinaria que existe en el departamento, debido al asentamiento de diferentes culturas, aprovechando este aspecto para crear nuevos productos que deleiten el paladar de nuestros clientes,además de brindar un excelente servicio de calidad, nutritivo .

Producto o servicio:
El aspecto innovador del negocio está en sus productos,en la creación e innovación de recetas propias creativas , logrando el desarrollo de nuevas especialidades generando una explosion de sabores que deleitan el paladar para hacer frente a las demandas de todo tipo de consumidores. Por encontrarnos en una zona de gran afluencia de turismo , por lo general el visitante opta por probar todo tipo de sabores locales , nutritivos ,que vendan una experiencia única al momento de su deleite. Por otro lado se resalta el uso del maíz en sus presentaciones principalmente la Arepa como acompañamiento o base fundamental en todos los platos.

Proceso:

Por otro lado se implementara una innovación tecnológica a nivel de procesos logísticos como reducción del espacio de almacenaje, mejoras en el transporte y tramitación de pedidos, nuevos métodos de conservación de los alimentos manteniendo intacto su aspecto, sabor y valor nutricional, etc. Con esto pretendemos mejorar el funcionamiento interno de la empresa con el fin de mejorar la distribución y atención al cliente, tratando al mismo tiempo de reducir costos en materiales, infraestructura y personal.

6. ¿Cómo validó la aceptación en el mercado de su proyecto (metodología y resultados)?

Para validar la aceptación en el mercado de este plan de negocios se utilizaron como herramientas

Lean canvas que nos ayuda a determinar la siguiente información:

Para nuestro plan de negocios nuestra Propuesta de Valor es ofrecer variedad de comidas rapidas a base de arepas de maiz con precios justos y accequibles brindandole la oportunidad a nuestros clientes experimentar los sabores propios fusionados con las de otras culturas.

Las Relaciones con los Clientes, El servicio se caracteriza por brindar de manera constante amabilidad y calidez a todos los clientes que nos visitan.

Nuestro Segmento de Mercado, personas naturales, turistas nacionales y turistas internacionales.

Nuestros Canales, Distribución y Comunicación son Ventas directas al cliente en las instalaciones del negocio, Publicidad en plataformas web, tarjetas de Presentación, Portafolio de servicios.

Identificamos Actividades Claves como preparación de menus diarios, compra de insumos, manteniento de local, publicidad.

Dentro de las asociaciones identificamos a los Proveedores, clientes.

Los Recursos Claves Recursos fisicos infraestructura dotada, adecuaciones, maquinaria y equipos,equipo de comunicación, computación, muebles y enseres y el talento humano estilistas.

Dentro de la estructura de costos determinamos la inversión inicial requerida en adecuaciones, maquinarias, muebles y enseres, modelo de ingresos, costos y gastos administrativos que nos permitan determinar la viabilidad financiera del plan de negocios.

Ademas se aplico una encuesta, para mayor comprensión se le presentó el modelo de negocios a los encuestados, esta se aplicó a un grupo poblacional de 88 personas entre clientes activos y potenciales, los resultados de la encuesta se muestran a continuación:

Objetivo De La Encuesta: analizar al público objetivo, evaluar la factibilidad de y ayudar a realizar el pronóstico de ventas En El Municipio De Riohacha.

Buenos Días/Tardes, estamos realizando una encuesta para analizar al público objetivo, evaluar la factibilidad de y ayudar a realizar el pronóstico de ventas En El Municipio De Riohacha. Le agradeceremos brindarnos un minuto de su tiempo y responder las siguientes preguntas:

Datos Generales

Rando de Edad

Entre 18 al 25 – 17 por ciento – 15 encuestados

Entre 26 a 45 – 44.3 por ciento – 39 encuestados

De 46 en adelante – 38.6 por ciento – 34 encuestados

Analizando los datos recopilados que el rango mas representativo es el que se encuentra entre 25 a 45 años con un 44.3 porciento esto indica que las personas adultas jovenes son las que mas les interesa visitarnos en nuestro negocio de comida a base de arepas de maiz.

Sexo

Masculino – 33 por ciento – 59 encuestados

Femenino – 67 por ciento – 29 encuestados

Por otro lado se observa que el 67 de los encuestados pertenecen al sexo femenino lo que deja identificar que son las mujeres la que deciden finalmente donde consumir este tipo de alimentos.

¿Es usted consumidor de alimentos preparados en establecimientos de comidas fusión?

Si - 97.7 por ciento – 86 encuestados

No – 2.3 por ciento – 2 encuestados

De los encuestados el 97.7 por ciento manifiesta que es consumidor frecuente de este tipo de alimentos, nos queda la tarea de mejorar las estrategias de promocion para que el resto finalmente se convierta en consumidor frecuente de nuestro negocio.

¿Con Que Frecuencia Sale A Comer a este tipo de establecimientos?

Una Vez A La Semana – 34.4 por ciento – 30 encuestados

Una Vez A lmes – 27.3 por ciento – 24 encuestados

Cada 2 Semanas – 21.6 por ciento – 19 encuestados

Todos Los Dias – 2.2 por ciento - 2 encuestados

3 O Mas Veces A La Semana – 14.8 por ciento – 13 encuestados

Para este interrogante nos encontramos que el 34.4 por ciento es el mas representativo en la muestra lo que nos deja claro que las personas consumen este tipo de alimentos una vez a la semana indistintamente que dia sea convirtiendose esto en una oportunidad de abrir el negocios de martes a domingo.

¿Qué aspectos Influyen En La Elección De establecimientos de comidas rápidas?

Ubicación – 2.3 por ciento – 2 encuestados

Precio – 1.1 por ciento – 1 encuestado

Buena Atencion – 8 por ciento – 7 encuestados

Variedad En Los Sabores – 12.5 por ciento – 11 encuestados

Todas Las Anteriores – 76.1 por ciento – 67 encuestados

Con respecto a este interrogane se puede observar que de los aspectos mencionados el 76.1 por ciento tienen en cuenta todos esos a la hora de escoger un negocio de este tipo de comidas, lo que nos orienta que debemos ofrecer un servicio integral a los visitantes a la hora de ofrecer nuestros productos.

¿Que espera encontrar en un establecimientos de comidas rápidas?

Comida Saludable – 26.1 por ciento – 23 encuestados

Sabores Diferentes – 45.5 por ciento – 40 encuestados

Productos De La Region – 3.4 por ciento – 3 encuestados

Productos 100% Naturales- 10.2 por ciento – 9 encuestados

Comida Baja En Grasa – 12.5 por ciento – 11 encuestados

Rapidez En La Entrega – 2.3 por ciento – 2 encuestados

Encontramos que el cliente de nuestros productos espera encontrar en nuestro negocio sabores diferentes como se puede apreciar en el 45.5 por ciento como resutado de la encuesta, siendo precisamente este el objetivo principal de nuestro negocio.

¿ Qué aspectos Influyen En La Elección De establecimientos de comidas fusión?

Calidad – 64.8 por ciento – 57 encuestados

Sabor – 13.6 por ciento – 12 encuestados

Innovacion – 13.6 por ciento – 12 encuestados

Presentacion – 6.8 por ciento – 6 encuestados

Precio – 1.2 por ciento – 1 encuestado

Como buenos clientes que consumen productos en establecimientos de comidas el 64.8 por ciento de los encuestados responden que el aspecto mas importante es la calidad, por lo que en nuestro negocio siempre propendemos utilizar materia prima de excelente calidad, mano de obra calificada y un excelente servicio que finalmente se traduce en la calidad integral ofrecida.

¿Cree Usted Que En Nuestra Ciudad Hace Falta Un establecimientos de comidas rápidas Sanas, Diferentes, Con Producto Nuestros Combinados Con Otros Sabores?

Si – 92 por ciento – 81 encuestados

No – 8 por ciento - 7 encuestados

Como resultado del interrogante anterior el 92 por ciento de los encuestados responden que si hace falta un negocios de este tipo en el municipio lo que nos demuestra la alta demanda de nuestros productos y servicios.

¿Conoce usted el establecimiento de comidas rápidas “Arepas y Mas Fusión”, donde se produce la comida fusion Con Arepas De Maiz?

Si – 88.6 por ciento – 78 encuestados

No – 11.4 por ciento – 10 encuestados

El 88.6 por ciento de los encuestados manifiesta que si conocen nuestro negocio, ratificando la oportunidad comercial que existe dentro del mercado, solo resta afianzar la promoción y publicidad para lograr que mas clientes se den la oportunidad de probar nuestros productos.

¿A consumido usted algun producto del establecimiento de comidas rápidas “Arepas y Mas Fusión?

Si – 85.2 por ciento – 75 encuestados

No – 14.8 por ciento – 13 encuestados

De igual forma el 85.2 por ciento nos afirma que ha consumido algun producto de nuestro negocio validando de esa manera la demanda existente de los clientes actuales y potenciales en el municipio de Riohacha.

¿Cuál Cree Usted Que Es El Producto Que Mas Gusta de nuestro establecimiento de comidas rápidas “Arepas y Mas Fusión ?

Arepa Francesa – 25 por ciento – 22 encuestados

Arepa Guajira – 25 por ciento – 22 encuestados

Shawarma Nuestro – 9.1 por ciento – 8 encuestados

Picadas Mixtas – 33 por ciento – 29 encuestados

Arepas Prelistas – 8 por ciento – 7 encuestados

Revisando los resultados se puede observar que los porcentajes de las respuestas de cada una de los opciones oscila entre un 33 por ciento, seguido de 25 por ciento y por ultimos un 9.1 y un 8 por ciento. Lo importante de todo es que si consumen el producto que ofrecemos en nuestro negocio.

¿Qué rango de precios estaria dispuesto a pagar por los productos en el establecimiento de comidas rápidas “Arepas y Mas Fusión ?

Entre 3 mil a 5 mil – 10 por ciento - 9 encuestados

Entre 5 mil a 9 mil – 10 por ciento – 9 encuestados

Entre 10 mil a 14 mil – 17 por ciento – 15 encuestados

Entre 15 mil a 25 mil – 63 por ciento – 67 encuestados

En cuanto al precio, las encuestas manifiestan que el 63 por ciento de losencuestados están dispuestos a pagar entre 15 mil a 25 mil pesos en un negocio de este tipo. Con esto se puede ver que el rango de precios en los negocios varía fuertemente dependiendo de las necesidades, gustos y poder adquisitivo de las personas; cabe resaltar que muchos optan por la opción más económica dado que salen a restaurantes diariamente y su poder adquisitivo debe ser manejado con sumo cuidado.

¿Le interesa lo que le estamos ofreciendo?

Si – 98.9 por ciento – 87 encuestados

No – 1.1 por ciento – 1 encuestado

La tendencia a comer por fuera de sus casas cada dia va en aumento por lo que revisando el resultado de la opción si, nos damos cuenta que un 98.9 por ciento de los encuestados si le interesa lo que se esta ofreciendo, con eso se le ampliaria de oferta de alimentos preparados por fuera de casas.

¿Qué forma de pago usaría para cancelar nuestros productos?

Efectivo – 72.7 por ciento – 64 encuestados

Tarjeta crédito o débito – 20.5 por ciento – 18 encuestados

Otro – 6.8 por ciento – 6 encuestados

Del 100 por ciento de los encuestados el 72.7 por ciento usan como forma de pago el efectivo, seguido del 20.5 por ciento que utiliza dinero plástico y el 6.8 por ciento utiliza otro medio de pago, cabe destacar que en el negocio se acepta todas las formas de pago.

Por otro lado se cuenta con la validación en el mercado de nuestros productos, ya que el negocio viene funcionando como unidad productiva desde hace 1 año y 3 meses con la venta de los productos ofrecidos y con reconocimiento a nivel local lo que genera crecimiento de la demanda dia a dia.

7. Describa el avance logrado a la fecha para la puesta en marcha de su proyecto, en los aspectos: técnico - productivo, comercial y legal.

Técnico - productivo:

Dentro de los avances que se tienen es la estandarización de recetas de cada plato, así mismo la producción constante de los mismos, ya que es un emprendimiento que se viene ejecutando de manera permanente hace aproximadamente 1 año y 3 meses

Comercial:
Son varios los avances que se tienen en el tema comercial, puesto que es un emprendimiento que viene funcionando hace aproximadamente 1 año y 3 meses , además de participar en varios eventos donde se apoya el emprendimiento a nivel local, ofreciendo y vendiendo los productos , teniendo una gran aceptación. Lo que me ha dado como emprendedora la validación de los productos.

Legal:
La empresa actualmente funciona bajo el nombre de la emprendedora. Se tiene presente que en la medida en que se obtengan los recursos de la convocatoria del Fondo Emprender, cómo emprendedora deberá crear unos estatutos y legalizar la empresa como una SAS, denominada AREPAS Y MAS FUSION.

2 - Ficha técnica

8. Elabore la ficha técnica para cada uno de los productos(Bienes o servicios) que componen su portafolio :

Nombre especifico	Nombre comercial	Unidad de medida	Descripción	Condiciones especiales	Composición	Otros
Shawarma Nuestro	Shawarma Nuestro	Unidad	En honor a la Cultura Gastronómica Árabe, se piensa en una Fusión De Sabores Y Salsas Reemplazando El Pan Arabe O Pan Pita Por Una Deliciosa Arepa Super Delgada Y Rellenándola Con Ingredientes De Shawarma Para El Deleite De Todos Nuestros Comensales.	Mantenerse refrigerado, alimento de consumo inmediato después de preparado.maíz finamente molido.	Carne En Láminas De Cerdo, Carne En Láminas Asadas De Pollo, Carne En Láminas De Cordero, En Salsa De Limón Con Ajo,Repollo Morado Finamente Picado, Lechuga Romana,Cebolla , Tomate, Pimiento Verde, Arepa Asada En Una Salsa De Ajo O Tahini Al Gusto.	Ninguno
Arepa Guajira	Arepa Guajira	Unidad	Delicioso Producto de Nuestra Región: Arepa De Maíz Crujiente, Rellena De Camarones Al Ajillo, Salpicón De Pescado, Queso Costeño, Salsas Al Gusto.	Mantenerse refrigerado, alimento de consumo inmediato después de preparado.maíz finamente molido.	Camarones frescos, pescado en salpicón, cebolla,pimentón,ajo,pimienta , arepa bien asada, queso costeño,papa rallada frita, salsa tartara , salsa pico de gallo.	Ninguno
Picadas Mixtas	Picadas Mixtas	Unidad	Combinación de Proteínas De Primera Calidad Con Nuestro Producto Ancestral	Mantenerse refrigerado,	Deliciosa Y Jugosa Carne Asada, Pollo Asado, , Chorizo, Butifarra, Queso Costeño,Salchicha	Ninguno

			(El Maiz) Y Se Pueden Preparar De Acuerdo Al Gusto Del Cliente Con La Proteínas Que Desee. Desde Picadas Individuales Hasta Picadas familiares y para Para Eventos	alimento de consumo inmediato después de preparado.maíz molido y cocinado a termino medio.	Suiza, Papa Rallada frita, Cebolla Grille,lechuga Arepa o bollo Picado De Maíz, Salsas Al Gusto.	
Arepa Francesa	Arepa Francesa	Unidad	Receta innovadora, pretende satisfacer paladares que buscan alternativas de sabores, haciendo honor a nuestro producto ancestral ,el maíz, y combinándolos con ingredientes de la cultura francesa ,dando como resultado un producto solicitado por todos	Mantenerse refrigerado, alimento de consumo inmediato después de preparado.maíz finamente molido	Arepa De Maiz Azada. Pollo A Las Finas Hierbas, Piña En Almibar, Jamon Ahumado, Tocineta Crujiente, Queso Costeño,Papa Rayada , Salsas Al Gusto (Tartara Especial, Rosada, Ysalsa Piña)	Ninguno
Arepas Pre listas de Maíz	Arepas Pre listas de Maíz	Paquete por 6 unidades	Este producto a base de maiz 100% natural, busca satisfacer necesidades de los clientes de una forma sana, nutritiva, fácil de preparar	manténgase refrigerado, producto empacado al vacío, maíz finamente picado	maíz blanco o amarillo, agua, sal	Ninguno

IV. ¿Cómo desarrollo mi solución?

1 - Ingreso y condiciones comerciales

9. ¿Cómo obtendrá ingresos? Describa la estrategia de generación de ingresos para su proyecto

El proyecto obtendra ingresos con la preparacion y comercialización de comida fusion a base de arepas de maiz, como arepa francesa, arepa guajira, shawarma nuestro, picadas mixtas y arepas precocidas.

Las proyecciones de ventas fueron definidas teniendo en cuenta los siguientes aspectos: Las tarifas del producto se establecio tomando como referencia el de las empresas que brindan productos similares en el Municipio de Riohacha. Cabe señalar que el incremento anual establecido por producto es del 4% según la inflación.

Para esto nos apoyaremos en diferentes estrategias:

Estrategias de Distribución - Alternativas de penetración

Los productos entrarán al mercado con grandes expectativas de posicionarse para ser competitivo donde la empresa utilizará las siguientes alternativas de penetración: Se hará divulgación y mercadeo a nivel local buscando aprovechar las debilidades de los competidores.

De acuerdo a las encuestas realizadas para la penetración y comercialización del producto se pudo establecer que el 97.7 por ciento manifiesta que es consumidor frecuente de este tipo de alimentos. En cuanto a las estrategias de ventas a utilizar se desarrollarán las siguientes: Puntos de ventas fijos, Atención a pedidos por teléfono con servicio a domicilio.

Alternativas de comercialización:

Se utilizaran medio virtuales como: correos electrónicos, web corporativos y redes sociales (Facebook, Twitter e Instagram).

Canal de Distribución:

Uno de los canales de distribución de la empresa será directo, Productor – Consumidor, pues se contará con un local comercial que brindará atención personalizada a sus clientes, adaptada a sus preferencias y necesidades.

10. Describa las condiciones comerciales que aplican para el portafolio de sus productos:

Cliente	Volúmenes y Frecuencia	Características Compra	Sitio de Compra	Forma de Pago	Precio	Requisitos Post-Venta	Garantías	Margen de Comercialización

Personas Naturales	En el análisis de la encuesta nos encontramos que el 34.4 por ciento es el mas representativo en la muestra lo que nos deja claro que las personas consumen este tipo de alimentos una vez a la semana.	Calidad, Sabor, Innovación , Presentación, Precio.	Punto de venta físico y a domicilio	Efectivo, tarjetas débitos o créditos y otros medios de pagos.	$ 25,000.00	Que los productos consumidos en punto de venta físico se sirvan calientes. Los domicilios a tiempo y bien organizados en los empaques.	Ninguna	70%
Turistas Internacionales	Ocasionales teniendo en cuenta la afluencia de turistas de este tipo a la ciudad.	Calidad, Sabor, Innovación , Presentación, Precio.	Punto de venta físico y a domicilio	Efectivo, tarjetas débitos o créditos y otros medios de pagos.	$ 25,000.00	Que los productos consumidos en punto de venta físico se sirvan calientes. Los domicilios a tiempo y bien organizados en los empaques.	Ninguna	10%
Turistas Nacionales	Ocasionales teniendo en cuenta la afluencia de turistas de este tipo a la ciudad.	Calidad, Sabor, Innovación , Presentación, Precio.	Punto de venta físico y a domicilio	Efectivo, tarjetas débitos o créditos y otros medios de pagos.	$ 25,000.00	Que los productos consumidos en punto de venta físico se sirvan calientes. Los domicilios a tiempo y bien organizados en los empaques.	Ninguna	20%

2 - Proyección

11. Realice la proyección de cantidades y precios de venta (mensual). Justifique los resultados y señala la forma de pago:

Listado de productos

Nombre de Producto	Unidad de medida	Forma de pago	Justificacion	Iva
Shawarma Nuestro	Unidad	Contado	Se tiene en cuenta el resultado de la encuesta	0
Arepa Guajira	Unidad	Contado	Se tiene en cuenta el resultado de la encuesta	0
Picadas Mixtas	Unidad	Contado	Se tiene en cuenta el resultado de la encuesta	0
Arepa Francesa	Unidad	Contado	Se tiene en cuenta el resultado de la encuesta	0
Arepas Pre listas de Maíz	Paquete por 6 unidades	Contado	Se tienen en cuenta el resultado de la encuesta	0

Ingresos por ventas

Periodo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Shawarma Nuestro	$ 21,600,000	$ 23,368,800	$ 25,276,992	$ 27,334,260	$ 29,568,380
Arepa Guajira	$ 30,000,000	$ 32,448,000	$ 35,087,104	$ 37,952,439	$ 41,038,338
Picadas Mixtas	$ 54,000,000	$ 58,406,400	$ 63,176,256	$ 68,335,650	$ 73,912,176
Arepa Francesa	$ 16,128,000	$ 17,442,880	$ 18,866,932	$ 20,409,408	$ 22,077,544
Arepas Pre listas de Maíz	$ 24,500,000	$ 26,499,200	$ 28,663,806	$ 30,999,938	$ 33,533,955
Total	**$ 146,228,000**	**$ 158,165,280**	**$ 171,071,090**	**$ 185,031,695**	**$ 200,130,393**
Iva	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
Total mas Iva	**$ 146,228,000**	**$ 158,165,280**	**$ 171,071,090**	**$ 185,031,695**	**$ 200,130,393**

3 - Normatividad y condiciones técnicas

12. Describa la normatividad que debe cumplirse para el portafolio definido anteriormente: Identificación de la norma, procesos, costos y tiempos asociados al cumplimiento de la normatividad.

Normatividad empresarial (constitución empresa):

La sociedad se constituiría como una sociedad por acciones simplificadas de naturaleza comercial que se denominaría **Arepas y Mas Fusión SAS**, regida por las cláusulas que contendrían los estatutos, en la Ley 1258 de 2008, se acogería a los beneficios tributarios de la Ley 1429 de diciembre de 2010 y a las demás disposiciones legales relevantes.

La sociedad tendrá un órgano de dirección, denominado asamblea general de accionistas y un representante legal. anexamos organigrama.

Las utilidades se repartirán con base en los estatutos establecidos.

Para que el presente plan de negocios pueda funcionar de manera legal dentro del mercado, se estableció la figura jurídica de Sociedad por Acciones Simplificada S.A.S, para su formalización y legalización, se deben obtener los siguientes documentos:

Entidad - Cámara de Comercio de La Guajira

Sede - Municipio de Riohacha

Trámite: Registro Mercantil

Tiempo: 2 días.

Requisitos.

Presentar el formulario, minuta de constitución como Sociedad Anónima Simplificada (SAS) en la Cámara de Comercio de La Guajira, sede Riohacha, los documentos se diligencian con el nombre de la empresa previa consulta de la existencia de un homónimo, datos del propietario de la empresa, el número de la cédula de ciudadanía y la respectiva fotocopia, la nacionalidad, el estado civil, número telefónico, el domicilio; Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras "sociedad por acciones simplificada" o de las letras S.A.S, el domicilio de la empresa, el objeto social, sus principales actividades; el capital social pagado; la forma de administrar la empresa, las causales para disolverla, la forma de liquidarla y demás aspectos que tengan que ver con la minuta de constitución.

La minuta debe ir autenticada ante la notaria antes de ser inscrito en el registro mercantil. En la Cámara de Comercio diligencian el Nit y allí se realizan todos los trámites. Además, es necesario presentar una fotocopia de un recibo de servicio público domiciliario, para constatar que el domicilio declarado sea el real.

Trámite: Pago atinente a matricula mercantil – impuesto de registro y derechos de inscripción.

Requisitos. Acogiéndome a la Ley 1429 con un patrimonio de $10.000.000 de pesos pagaría 207.000, por un patrimonio de $20.000.000 pagaría $277.000.

Sin acogerme a la Ley 1429 con un patrimonio de $10.000.000 de pesos pagaría $334.000, por un patrimonio de $20.000.000 pagaría $535.000.

Por tal motivo nos acogemos a la Ley 1429, dado los beneficios tributarios que ofrece a los nuevos empresarios.

Realizar los pagos respectivos, para que quede legalizado y formalizado el trámite.

Trámite: Formato Ley 1429.

Requisitos. Se diligencia el Formato acogiéndose a la Ley 1429, dado los beneficios tributarios que ofrece a los nuevos empresarios.

Normatividad tributaria:
Entidad – Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN)
Sede - Municipio de Riohacha
Trámite: Registro Único Tributario (RUT) – Registro de Vendedores IVA – Solicitud para la autorización para la numeración para las facturas que usará la empresa.
Tiempo: 3 días.
Requisitos. Registro Mercantil, cedula en original y fotocopia, recibo de servicios públicos en original y copia del domicilio donde va a operar la empresa. La DIAN me expide un pre RUT, con ese documento voy al banco y hago la apertura de la cuenta a nombre de la empresa mínimo con $100.000, el banco me expide inmediatamente una certificación bancaria,
requisito indispensable para la expedición definitiva del RUT.

Una vez tengo el RUT definitivo llevo el documento a la Cámara de Comercio para que finalmente me expidan el Certificado de Existencia y Representación Legal y el Registro Mercantil.

Entidad – Alcaldía Municipal
Municipio de Riohacha
Trámite: Registro de Industria y Comercio
Tiempo: 3 días hábiles.
Requisitos. Registro Mercantil, fotocopia de la cedula, RUT, recibo de servicios públicos.
Se Diligencia el Formato de inscripción y novedades, y a partir de la fecha de la expedición del Registro Mercantil, comienza el pago del impuesto de Industria y Comercio, el cual se determina según los ingresos por
ventas de productos o servicios que tiene la empresa. El pago del Impuesto de Industria y Comercio se realiza de forma mensual en unas fechas preestablecidas de acuerdo al último digito del RUT.
La Alcaldía tiene 2 días hábiles para verificar la autenticidad de los registros expedidos por la Cámara de Comercio y la DIAN.

Normatividad técnica (Permisos, licencias de funcionamiento, registros, reglamentos):
Cumplir con el concepto higienico sanitario favorable emitido por el invima para el permiso sanitario de la resolucion 2674 del 2003. Que el artículo 126 del Decreto Ley 019 de 2012, establece que los alimentos que se fabriquen, envasen o importen para su comercialización en el territorio nacional, requerirán de notificación sanitaria, permiso sanitario o registro sanitario, según el riesgo de estos productos en salud pública, de conformidad con la reglamentación que expida el Ministerio de Salud y Protección Social. Que conforme con lo anterior, se hace necesario establecer los requisitos y condiciones bajo las cuales el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos -INVIMA, como autoridad sanitaria del orden nacional, deberá expedir los registros, permisos o notificaciones sanitarias. Que la presente resolución fue notificada a la Organización Mundial del Comercio.

La Ley 223 de 1995, por la cual se expiden normas sobre racionalización tributaria y se dictan otras disposiciones.

Decreto 650 de 1996, por el cual se modificó parcialmente la Ley 223 de 1995.

Impuesto de registro

El artículo 226 de la Ley 223 de 1995, como hecho generador, señala que el impuesto de registro está constituido por la inscripción de actos, contratos o negocios jurídicos documentales en los cuales sean parte o beneficiarios los particulares y que, de conformidad con las disposiciones legales, deban registrarse en las Oficinas de Registro de Instrumentos Públicos o en las Cámaras de Comercio.

Cuando un acto, contrato o negocio jurídico deba registrarse tanto en la Oficina de Registro de Instrumentos Públicos como en la Cámara de Comercio, el impuesto se generará solamente en la instancia de inscripción en la Oficina de Registro de Instrumentos Públicos.

Cuando el documento esté sujeto al impuesto de registro de que trata la ley, no se causará impuesto de timbre nacional.

El funcionario competente no podrá realizar el registro si la solicitud no se ha acompañado de la constancia o recibo del pago del impuesto. (Artículo 228. Causación. Ley 223 de 1995 y Parágrafo del Artículo 1º del Decreto 650 de 1996).

La actualización del Registro Nacional de Turismo se realiza del 01 de enero al 31 de marzo de cada año, vía Internet en la página www.rues.org.co ó directamente en la sede de la Cámara de Comercio más cercana al lugar de operación. Las que se realizan después de esta fecha son extemporáneas.

Certificado de Bomberos: Se requiere el Certificado de Bomberos, el cual consiste en un certificado que expide el Cuerpo de Bomberos donde consta que el local donde funcionará la empresa o establecimiento de comercio reúne normas mínimas de seguridad. El Concepto Técnico de Bomberos es la apreciación técnica emitida por el Cuerpo Oficial de Bomberos, a través de la cual se revisan las condiciones de seguridad humana, riesgos de incendio, materiales peligrosos y sistemas de protección contra incendios que se presentan en las edificaciones o establecimientos. Adicionalmente se debe solicitar el certificado de seguridad, expedido por el respectivo departamento de Bomberos, y busca que el establecimiento de comercio cumpla con las normas de seguridad en lo concerniente a extintores, salidas de emergencia, botiquín de primeros auxilios, y demás mecanismos y herramientas de seguridad que permitan en un momento dado atender una emergencia que se presente dentro del establecimiento. Este certificado no tiene ningún costo.

Normatividad laboral:

La normatividad laboral que se tendrá en cuenta en la ejecución del plan de negocios se contemplan las siguientes:

Ley 100 de 1993, artículos 15 y 271; Ley 797, artículo 3; Decreto 1703/02, artículo 23 y Decreto 510/03, artículo 1 y demás normas concordantes.

Código Sustantivo de Trabajo.

Manual de funciones de la empresa

Normatividad ambiental:

Frente a la normatividad ambiental, en la medida en que somos una empresa comercial y de servicios, se deberá procurar por unas buenas prácticas ambientales, incluyendo el uso razonable de agua y el uso eficiente de la energía. Igualmente, se deberá procurar por una disposición adecuada de los residuos sólidos de acuerdo ley 2104, procurando su clasificación mediante el uso de canecas que permitan su separación y correcta disposición.

De la misma forma siguiendo las directrices del Ministerio de Ambiente, se aplicarán en la empresa las 3R: Reducir, Reutilizar y Reciclar, buscando hacer un uso apropiado de los recursos en miras de tener un impacto neutro o positivo frente al medio ambiente.

Registro de marca – Propiedad intelectual:

No aplica para nuestro plan de negocios.

13. Describa las condiciones técnicas más importantes que se requieren para la operación del negocio.

Teniendo en cuenta los diferentes servicios tecnológicos que prestará la empresa resulta importante que se cumplan los siguientes parámetros técnicos:

- Los computadores deben contar con procesadores de alta capacidad. Se necesitan por computadores con procesador Intel Core 5 o 6, Memoria RAM de 8 G o 16 GB y disco duro de 1TB.
- Los celulares van a manejar softwares contables por lo cual deben ser Smartphones que tengan acceso a la tienda de Android o a la tienda de Apple. Igualmente, para el datafono y uso del software se necesita que estos tengan acceso a internet.
- Para nuestra página web, es importante que el Webmaster manejen programa como Wordpress, Woocommerce, SQL, y tenga conocimiento del manejo de bases datos.
- Se necesita acceso a internet cableado de por los menos 10MB- 20MB para que los contenidos de la página sean actualizados rápidamente y se pueda dar respuesta efectiva los clientes.

4 - Requerimientos

14. Defina los requerimientos en: Infraestructura - adecuaciones, maquinaria y equipos, muebles y enseres, y demás activos

14.1. ¿Para el funcionamiento del negocio, es necesario un lugar físico de operación? (SI / NO, justificación) **SI**

Descripción espacio para funcionamiento de arepas y más fusión: Un área de 14 metros de largo por 4 m de ancho en área construida 9 metros de largo por 4 de ancho en y terraza al aire libre. Una terraza al aire libre de 4 m de ancho por 9 m de largo donde estarán ubicadas 5 mesas de 4 sillas cada uno.

Al frente de la terraza en una área de de 9 metros de largo por 4 metros de ancho estará la sala del comedor de restaurante con aire acondicionado dónde estará ubicada la caja registradora cuatro mesas de cuatro puestos una mesa de seis puestos dos barras laterales pegadas a la pared de 50 cm de ancho una de 4 metros y otra de 3 metros con sus respectivas sillas latas, una vitrina refrigeradora exhibidora de bebidas, .encontraremos un pequeño rincón decorativo alusivoo a nuestra cultura para fotografía y recuerdo de los clientes, al fondo estara al baño del lado derecho. Cruzando una puerta encontraremos las zonas de distribución y producción dónde que tiene una medida de 5 m de largo por 4 de ancho dónde estarán ubicadas la máquina empacadora al vacío la máquina selladora de vasos ,los mesones en aluminio, estantería dónde estará la cristalería a utilizar en el servicio desechables y demás una parte de atrás tendremos las estufas la parrilla la plancha un enfriador horizontal congelador horizontal y lavaplatos.

14.2. Identifique los requerimientos de inversión

1. Infraestructura - Adecuaciones

Descripción	Requisitos Técnicos	Fuente de Financiación	Cantidad	Valor Unitario
Adecuaciones	Ninguno	Fondo Emprender	1	$ 14,022,876.00
Total:				**$ 14,022,880.00**

2. Maquinaria y Equipo

Descripción	Requisitos Técnicos	Fuente de Financiación	Cantidad	Valor Unitario
Molino Eléctrico	Ninguna	Fondo Emprender	1	$ 2,429,999.00
Estufa Industrial	Acero Inoxidables	Fondo Emprender	1	$ 2,200,000.00
Maquina Empacadora Al Vacio	Eléctrica	Fondo Emprender	1	$ 4,600,000.00
Maquina Selladora De Vasos	Eléctrica	Fondo Emprender	1	$ 2,949,999.00
Licuadora Comercial	Eléctrica	Fondo Emprender	1	$ 570,000.00
Mesa De Trabajo En Aluminio	Acero inoxidable	Fondo Emprender	2	$ 2,569,900.00
Parrilla Asadora	Ninguna	Fondo Emprender	2	$ 1,450,000.00
Cuchillos	Inoxidables	Fondo Emprender	4	$ 40,000.00
Juego de Vajillas	Ninguna	Fondo Emprender	3	$ 100,000.00
Horno Microhondas	Eléctrico	Fondo Emprender	1	$ 385,000.00

Congelador Horizontal	Electrico	Fondo Emprender	1	$ 3,500,000.00
Amasadora Industrial	Eléctrico	Fondo Emprender	1	$ 2,005,000.00
Refrigerador Vertical	Eléctrico	Fondo Emprender	1	$ 5,900,000.00
Molino Manual	Ninguna	Aporte Emprendedores	1	$ 100,000.00
Estufa De 2 Puestos	Ninguna	Aporte Emprendedores	1	$ 90,000.00
Nevera Horizontal	Eléctrica	Aporte Emprendedores	1	$ 1,500,000.00
Carro Asador	Acero Inoxidables	Aporte Emprendedores	1	$ 2,500,000.00
Mesa De Trabajo En Aluminio	Acero Inoxidables	Aporte Emprendedores	1	$ 400,000.00
Juego de Vajillas	Ninguna	Aporte Emprendedores	2	$ 80,000.00
Aires Acondicionados	Electricos	Fondo Emprender	2	$ 2,630,000.00
Total:				**$ 43,049,800.00**

3. Equipo de Comunicación y Computación

Descripción	Requisitos Técnicos	Fuente de Financiación	Cantidad	Valor Unitario
Computador portatil	Capacidad de memoria	Fondo Emprender	1	$ 2,000,000.00
Caja Registradora	Eléctrica	Fondo Emprender	1	$ 1,650,000.00
Celular	Ultima generación	Fondo Emprender	1	$ 1,500,000.00
Total:				**$ 5,150,000.00**

4. Muebles y Enseres y Otros

Descripción	Requisitos Técnicos	Fuente de Financiación	Cantidad	Valor Unitario
Silla Plásticas con brazos	Ninguno	Fondo Emprender	32	$ 80,000.00
Mesa plásticas cuadradas	Ninguna	Fondo Emprender	8	$ 100,000.00
Silla Plásticas con brazos	Ninguna	Aporte Emprendedores	20	$ 30,000.00
Mesa plásticas cuadradas	Ninguna	Aporte Emprendedores	5	$ 90,000.00
Total:				**$ 4,410,000.00**

5. Otros (incluído herrramientas)

Descripción	Requisitos Técnicos	Fuente de Financiación	Cantidad	Valor Unitario
No hay registros para mostrar				

6. Gastos Preoperativos

Descripción	Requisitos Técnicos	Fuente de Financiación	Cantidad	Valor Unitario
No hay registros para mostrar				

5 - Producción

14.3. Detalle las condiciones técnicas de infraestructura: áreas requeridas y distribución de espacios. (Anexar mapa y /o plano)

Descripción espacio para funcionamiento de arepas y más fusión: Un área de 14 metros de largo por 4 m de ancho en área construida 9 metros de largo por 4 de ancho en y terraza al aire libre. Una terraza al aire libre de 4 m de ancho por 9 m de largo donde estarán ubicadas 5 mesas de 4 sillas cada uno.

Al frente de la terraza en una área de de 9 metros de largo por 4 metros de ancho estará la sala del comedor de restaurante con aire acondicionado dónde estará ubicada la caja registradora cuatro mesas de cuatro puestos una mesa de seis puestos dos barras laterales pegadas a la pared de 50 cm de ancho una de 4 metros y otra de 3 metros con sus respectivas sillas latas, una vitrina refrigeradora exhibidora de bebidas, .encontraremos un pequeño rincón decorativo alusivoo a nuestra cultura para fotografía y recuerdo de los clientes, al fondo estara al baño del lado derecho. Cruzando una puerta encontraremos las zonas de distribución y producción dónde que tiene una medida de 5 m de largo por 4 de ancho dónde estarán ubicadas la máquina empacadora al vacío la máquina selladora de vasos ,los mesones en aluminio, estantería dónde estará la cristalería a utilizar en el servicio desechables y demás una parte de atrás tendremos las estufas la parrilla la plancha un enfriador horizontal congelador horizontal y lavaplatos.

14.4. ¿Para la adquisición de algún activo, se tiene contemplado realizar importación? (SI / NO, justificación) **NO**

No, todos los activos serán comprados en Colombia a proveedores nacionales.

14.4.1. Detalle los activos, países proveedores y tiempos estimados:

No, todos los activos serán comprados en Colombia a proveedores nacionales, en caso de presentarse alguna importación los proveedores asumen la responsabilidad.

14.4.2. En caso de presentarse incremento en el valor del activo por factores como: tasa de cambio, reformas tributarias, etc. ¿Cómo financiará éste mayor valor?

No, todos los activos serán comprados en Colombia a proveedores nacionales, en caso de presentarse alguna importación los proveedores asumen la responsabilidad.

15. ¿Cuál es el proceso que se debe seguir para la producción del bien o prestación del servicio?

1. Arepa Francesa - Unidad

PROCESO DE PRODUCCION DE AREPAS FRANCESAS

OBJETO: Elaboración de las Arepas francesas posterior a la obtención de la masa y/o harina blanca o amarilla.

ALCANCE: Lanzar al consumidor productos de excelente calidad con la finalidad de satisfacer al cliente. Como también dar a conocer el gran beneficio que estas proveen a la salud y brinda cómodos precios, además de la facilidad de tiempo para consumirlas. De esta manera solucionamos parte de la alimentación de nuestros clientes. Buscamos rescatar con esto la tradición de nuestros ancestros y fusionar con otros ingredientes para el deleite de nuestros nativos y turistas innovando con esta deliciosa y atractiva receta.

A continuación se describen las etapas del proceso, descripción de la actividad, tiempo, responsable y resultados de la etapas.

No. De etapa: 1

Nombre de la Etapa: Definición de Insumos

Descripción de la Actividad: Para la elaboración de las Arepas francesas debemos contar con las arepas de maíz, pollo desmechado y adobado a las finas hierbas, tocineta asada crujiente, piña en almíbar, jamón finamente picado, queso costeño rallado, papa ripio, y salsa tártara y salsa rosada al gusto los utensilios requeridos para su elaboración.

Tiempo: 1 hora

Responsable: Administrador

Resultado: Listado de insumos

No. De etapa: 2

Nombre de la Etapa: Cotización de Insumos

Descripción de la Actividad: Este listado se hace semanal de los insumos a necesitar para la elaboración de las Arepas.

Tiempo: 30 minutos

Responsable: Administrador

Resultado: Relación de cotizaciones

No. De etapa: 3

Nombre de la Etapa: Compra de Insumos

Descripción de la Actividad: Los insumos y utensilios los compramos en forma directa o por medio de las páginas web de los distintos proveedores. Y/o a través de teléfono. o domicilio

Tiempo: 15 minutos

Responsable: Administrador

Resultado: Insumos comprados

No. De etapa: 4

Nombre de la Etapa: Elaboración de las Arepas francesas

Descripción de la Actividad: Después que las arepas estén bien asadas se abren y se rellenan con el pollo debidamente sazonado mezclado con el jamón y la piña en almíbar, se le agrega queso costeño finamente rallado, papa ripio, se le agregan las salsas de su preferencia y por último se le coloca la tocineta cortada en juliana, se coloca en su plato debidamente desinfectado y se lleva a la mesa para su deguste.

Tiempo: 5 minutos

Responsable: Manipuladores

Resultado: Arepa lista para servir

No. De etapa: 5

Nombre de la Etapa: Proceso de Control de Calidad

Descripción de la Actividad: Esta actividad se tiene en cuenta al momento de preparar los ingredientes y teniendo un prealistamiento debidamente completo, todos los utensilios estén bien limpios y sean los adecuados, para cumplir con los estándares de calidad del producto.

Tiempo: 15 minutos

Responsable: Manipuladores

Resultado: Control de Calidad Ejecutado

No. De etapa: 6

Nombre de la Etapa: Presentación y emplatado y empaque

Descripción de la Actividad: Ese proceso se basa en la atención al consumidor final al momento de adquirir nuestro producto. Que puede ser consumido en el sitio , Se sirve en plato de vidrio bordeada con molde de papel cartón biodegradable para su buen agarre , y si es para llevar se empaca en cajas de cartón para llevar.

Tiempo: 30 minutos

Responsable: Manipuladores

Resultado: Producto Etiquetado y Empacado

No. De etapa: 7

Nombre de la Etapa: Inventario del Producto

Descripción de la Actividad: Este proceso se hace basado en la cantidad (Kg) de masa que tiene una arepa, y en el gramaje de cada uno de los ingredientes que lleva este producto. Todos los insumos son relacionados en la ficha técnica de costos, esto permitirá sacar la inversión y la utilidad de la producción.

Tiempo: 20 minutos

Responsable: Administrador

Resultado: Producto Inventariado

2. Arepa Guajira - Unidad

PROCESO DE PRODUCCION DE AREPAS GUAJIRAS

OBJETO: Elaboración de Las Arepas Guajiras haciéndole honor a nuestros productos de la región

ALCANCE: Lanzar al consumidor productos de nuestra tierra de excelente, dándole altura a nuestra gastronomía con calidad para s de satisfacer a nuetsros clientes. Como también dar a conocer el gran beneficio que estas proveen a la salud y brinda cómodos precios, además de la facilidad de tiempo para consumirlas.

A continuación se describen las etapas del proceso, descripción de la actividad, tiempo, responsable y resultados de la etapas.

No. De etapa: 1

Nombre de la Etapa: Elaboración de las arepas guajiras.

Descripción de la Actividad: Ya armadas las arepas de maíz procedemos a pesar la proteínas a usar en esta preparación (salpicón de pescado y camarones)

Tiempo: 20 Minutos

Responsable: Manipuladores

Resultado: Arepas guajiras

No. De etapa: 2

Nombre de la Etapa: Definición de Insumos

Descripción de la Actividad: Para la elaboración de las arepas Guajiras debemos tener en prealistamiento salpicón de pescado preparado, camarones frescos, , queso costeño rallado, salsa de ajo y chimichurri guajiro.

Tiempo: 1 hora

Responsable: Administrador

Resultado: Listado de Insumos

No. De etapa: 3

Nombre de la Etapa: Cotización de Insumos

Descripción de la Actividad: Este listado se hace semanal de los insumos a necesitar para la elaboración de las arepas Guajiras.

Tiempo: 30 minutos

Responsable: Administrador

Resultado: Insumos comprados

No. De etapa: 4

Nombre de la Etapa: Compra de Insumos

Descripción de la Actividad: Los insumos y utensilios los compramos en forma directa o por medio de las páginas web de los distintos proveedores. Y/o a través de teléfono. o domicilio

Tiempo: 15 minutos

Responsable: Administrador

Resultado: Insumos comprados

No. De etapa: 5

Nombre de la Etapa: Elaboración de las arepas guajiras

Descripción de la Actividad: Después de asar muy bien las arepas de maíz bien calientes se abren , y se rellenan con salpicón de pescado previamente preparado, camarones fresco al ajillo, se le coloca queso costeño rallado, y salsa de ajo y/o chimichurri guajiro al gusto.

Tiempo: 40 minutos

Responsable: Manipuladores

Resultado: Arepa lista para servir

No. De etapa: 6

Nombre de la Etapa: Proceso de Control de Calidad

Descripción de la Actividad: Esta actividad se tiene en cuenta al momento de preparar las arepas y las proteínas que sean de excelente calidad, que la mesa la plancha asadora y parrilla los utensilios estén bien limpias y sean los adecuados, para cumplir con los estándares de calidad del producto.

Tiempo: 15 minutos

Responsable: Manipuladores

Resultado: Control de Calidad Ejecutado

No. De etapa: 7

Nombre de la Etapa: Etiquetado y empaque

Descripción de la Actividad: Ese proceso se basa en la atención al consumidor final al momento de adquirir nuestro producto. Que pueden ser consumidas servidas a la mesa en platos de vidrio ,bordeadas con papel cartón para su buen agarre y en cajas de cartón si es para llevar.

Tiempo: 30 minutos

Responsable: Manipuladores

Resultado: Producto Etiquetado y Empacado

No. De etapa: 8

Nombre de la Etapa: Inventario del Producto

Descripción de la Actividad: Este proceso se hace basado en la cantidad de arepas a usar el, gramaje de proteínas seleccionada para la elaboración de las arepas guajiras. Todos los insumos son relacionados en la ficha técnica de costos, esto permitirá sacar la inversión y la utilidad de la producción.

Tiempo: 20 minutos

Responsable: Administrador

Resultado: Producto Inventariado

3. Arepas Pre listas de Maíz - Paquete por 6 unidades

PROCESO DE PRODUCCION DE AREPAS DE MAÍZ BLANCO Y/0 AMARILLO PRELISTAS

OBJETO: Elaboración de las Arepas de puro Maíz prelistas posterior a la obtención de la masa y/o harina.

ALCANCE: Lanzar al consumidor productos de excelente calidad con la finalidad de satisfacer al cliente. Como también dar a conocer el gran beneficio que estas proveen a la salud y brinda cómodos precios, además de la facilidad de tiempo para consumir. De la misma manera solucionar parte de la

alimentación diaria y brindarle comodidad a la hora de preparar sus alimentos de forma rápida.

A continuación se describen las etapas del proceso, descripción de la actividad, tiempo, responsable y resultados de la etapas.

No. De etapa: 1

Nombre de la Etapa: Elaboración de Arepas de Maíz prelistas.

Descripción de la Actividad: Ya obtenida la masa y/o harina Maíz Blanco y/o amarilla para la elaboración de las Arepas, procedemos a pesar (Kg) la cantidad de masa que se requiere para la elaboración de cada arepas.

Tiempo: 20 Minutos

Responsable: Manipuladores

Resultado: Arepas de Maíz

No. De etapa: 2

Nombre de la Etapa: Definición de Insumos

Descripción de la Actividad: Para la elaboración de las arepas debemos contar con Masa y/o harina, plancha asadora y parrilla con piedras volcánicas y los utensilios requeridos para su elaboración.

Tiempo: 1 hora

Responsable: Administrador

Resultado: Listado de Insumos

No. De etapa: 3

Nombre de la Etapa: Cotización de Insumos

Descripción de la Actividad: Este listado se hace semanal de los insumos a necesitar para la elaboración de las arepas.

Tiempo: 30 minutos

Responsable: Administrador

Resultado: Insumos comprados

No. De etapa: 4

Nombre de la Etapa: Compra de Insumos

Descripción de la Actividad: Los insumos y utensilios los compramos en forma directa o por medio de las páginas web de los distintos proveedores. Y/o a través de teléfono. o domicilio

Tiempo: 15 minutos

Responsable: Administrador

Resultado: Insumos comprados

No. De etapa: 5

Nombre de la Etapa: Elaboración de las Arepas de maíz blanco

Descripción de la Actividad: En una mesa destinada a la elaboración de las Arepas prelistas, se coloca la cantidad de masa y/o harina requerida para la realización de las mismas.

Se moldean las arepas de 8 o 12 cms luego se cuajan o se pasan por la plancha antiadherente y luego a la parrilla por 3 min..

Tiempo: 40 minutos

Responsable: Manipuladores

Resultado: Arepa prelistas para llevar

No. De etapa: 6

Nombre de la Etapa: Proceso de Control de Calidad

Descripción de la Actividad: Esta actividad se tiene en cuenta al momento de preparar la masa y/o harina, que la mesa en aluminio la plancha, la parrilla y los utensilios estén bien limpios y sean los adecuados, para cumplir con los estándares de calidad del producto. Verificar su enfriamiento para continuar con el proceso de empaque.

Tiempo: 15 minutos

Responsable: Manipuladores

Resultado: Control de Calidad Ejecutado

No. De etapa: 7

Nombre de la Etapa: Etiquetado y empaque

Descripción de la Actividad: Luego las arepas estén listas y frías se pasan por la maquina empacadora al vacío en un empaque de 7 unid. c/u , se le coloca nuestro marca. Ese proceso se basa en la atención al consumidor final al momento de adquirir nuestro producto. La cual podrá consumir servido a la mesa o prelisto empacado para su consumo posterior.

Tiempo: 60 minutos

Responsable: Manipuladores

Resultado: Producto Etiquetado y Empacado

No. De etapa: 8

Nombre de la Etapa: Inventario del Producto

Descripción de la Actividad: Este proceso se hace basado en la cantidad (Kg) de masa y/o harina seleccionada para la elaboración de las Arepas. Todos los insumos son relacionados en la ficha técnica de costos, esto permitirá sacar la inversión y la utilidad de la producción.

Tiempo: 20 minutos

Responsable: Administrador

Resultado: Producto Inventariado

4. Picadas Mixtas - Unidad

PROCESO DE PRODUCCION DE PICADAS MIXTAS

OBJETO: Elaboración de picadas mixtas con arepas de maiz.

ALCANCE: Lanzar al consumidor productos de excelente calidad e innovadores con la finalidad de satisfacer al cliente. Como también dar a conocer el gran beneficio que estas proveen a la salud y brinda cómodos precios, además de la facilidad de tiempo para consumirlas.

A continuación se describen las etapas del proceso, descripción de la actividad, tiempo, responsable y resultados de la etapas.

No. De etapa: 1

Nombre de la Etapa: Elaboración las picadas mixtas con arepas de maiz.

Descripción de la Actividad: Ya obtenidas las arepas se proceden a pesar las proteínas con las que elaboraremos este delicioso plato.

Tiempo: 20 Minutos

Responsable: Manipuladores

Resultado: Picadas mixtas con arepa de maíz

No. De etapa: 2

Nombre de la Etapa: Definición de Insumos

Descripción de la Actividad: Para la elaboración de las picadas mixtas debemos tener en prealistamiento con los productos para proceder a armar nuestro producto innovador final: arepas asadas , lomo de carne, pechuga de pollo, queso costeño rallado, papa ripio, lechuga, butifarra, chorizo, salsas tártara y rosada , bbq

Tiempo: 1 hora

Responsable: Administrador

Resultado: Listado de Insumos

No. De etapa: 3

Nombre de la Etapa: Cotización de Insumos

Descripción de la Actividad: Este listado se hace semanal de los insumos a necesitar para la elaboración de las picadas mixtas.

Tiempo: 30 minutos

Responsable: Administrador

Resultado: Insumos comprados

No. De etapa: 4

Nombre de la Etapa: Compra de Insumos

Descripción de la Actividad: Los insumos y utensilios los compramos en forma directa o por medio de las páginas web de los distintos proveedores. Y/o a través de teléfono. o domicilio

Tiempo: 15 minutos

Responsable: Administrador

Resultado: Insumos comprados

No. De etapa: 5

Nombre de la Etapa: Elaboración de las Picadas mixtas

Descripción de la Actividad: Después de tener las proteínas bien asadas, sazonadas y cortadas en trocitos, picamos la arepa, se coloca en el bold, emplatado muy simétricamente, de un lado las proteínas de otro lado las arepas picadas, en una base de lechuga y cebolla grille finamente picada , se le coloca encima a la proteína papa ripio y salsas al igual que a las arepas se rellenan con queso costeño rallado.

Tiempo: 40 minutos

Responsable: Manipuladores

Resultado: Arepa lista para servir

No. De etapa: 6

Nombre de la Etapa: Proceso de Control de Calidad

Descripción de la Actividad: Esta actividad se tiene en cuenta al momento de revisar que los insumos utilizados sean de primera calidad, que los utensilios, planchas parrillas y mesas estén en óptimas condiciones de higiene y cumplan con todas las normas de BPM.

Tiempo: 15 minutos

Responsable: Manipuladores

Resultado: Control de Calidad Ejecutado

No. De etapa: 7

Nombre de la Etapa: Etiquetado y empaque

Descripción de la Actividad: Ese proceso se basa en la atención al consumidor final al momento de adquirir nuestro producto. Que pueden ser consumidas servidas a la mesa en platos de vidrio ,bordeadas con papel cartón para su buen agarre y en cajas de cartón si es para llevar.

Tiempo: 30 minutos

Responsable: Manipuladores

Resultado: Producto Etiquetado y Empacado

No. De etapa: 8

Nombre de la Etapa: Inventario del Producto

Descripción de la Actividad: Este proceso se hace basado en la cantidad de proteínas, e insumos para elaborar cada producto. Todos los insumos son relacionados en la ficha técnica de costos, esto permitirá sacar la inversión y la utilidad de la producción.

Tiempo: 20 minutos

Responsable: Administrador

Resultado: Producto Inventariado

5. Shawarma Nuestro - Unidad

PROCESO DE PRODUCCION DE SHAWARMA NUESTRO

OBJETO: Elaboración del SHAWARMA NJUESTRO, el cual es una fusión de nuestro producto ancestral con la cultura arabE donde reemplaza algunos ingredientes por los nuestros dando como resultado un producto para el deleite de nuestros clientes.

ALCANCE: Lanzar al consumidor productos innovadores de excelente calidad con la finalidad de satisfacer al cliente. Como también dar a conocer el gran beneficio que estas proveen a la salud y brinda cómodos precios, además de la facilidad de tiempo para consumirlas.

A continuación se describen las etapas del proceso, descripción de la actividad, tiempo, responsable y resultados de la etapas.

No. De etapa: 1

Nombre de la Etapa: Elaboración de shawarma nuestro.

Descripción de la Actividad: Ya obtenidos todos los ingredientes y la arepa de maiz muy delgada , procedemos a pesar y a armar nuestro producto

Tiempo: 20 Minutos

Responsable: Manipuladores

Resultado: shawarma nuestro

No. De etapa: 2

Nombre de la Etapa: Definición de Insumos

Descripción de la Actividad: Para la elaboración de shawarma nuestro tendremos prealistamiento con los productos para proceder a armar nuestro producto innovador final: carne asada, pollo asado , carne de cerdo asado, tomate, cebolla, repollo morado, lechuga crespa.limon,salsa de ajo, tahini

Tiempo: 1 hora

Responsable: Administrador

Resultado: Listado de Insumos

No. De etapa: 3

Nombre de la Etapa: Cotización de Insumos

Descripción de la Actividad: Este listado se hace semanal de los insumos a necesitar para la elaboración del shawarma nuestro. **Tiempo:** 30 minutos

Responsable: Administrador

Resultado: Insumos comprados

No. De etapa: 4

Nombre de la Etapa: Compra de Insumos

Descripción de la Actividad: Los insumos y utensilios los compramos en forma directa o por medio de las páginas web de los distintos proveedores. Y/o a través de teléfono. o domicilio

Tiempo: 15 minutos

Responsable: Administrador

Resultado: Insumos comprados

No. De etapa: 5

Nombre de la Etapa: Elaboración de los shawarma nuestro

Descripción de la Actividad: En una mesa destinada a la elaboración de los shawarma ya con las arepas muy delgadas y bien asadas se abren y se rellenan con las proteínas bien asadas ,mezcladas con las salsa de ajo , adobadas con salsa de limón , repollo morado, dando el toque final colocándole lechuga crespa y tahini al gusto.

Tiempo: 15 minutos

Responsable: Manipuladores

Resultado: shawarma nuestro listo para servir

No. De etapa: 6

Nombre de la Etapa: Proceso de Control de Calidad

Descripción de la Actividad: Esta actividad se tiene en cuenta al momento de preparar todos los ingredientes que sean de primera calidad y , asadores, planchas ,la mesa y los utensilios estén bien limpias y sean los adecuados, para cumplir con los estándares de calidad del producto.

Tiempo: 15 minutos

Responsable: Manipuladores

Resultado: Control de Calidad Ejecutado

No. De etapa: 7

Nombre de la Etapa: Etiquetado y empaque

Descripción de la Actividad: Ese proceso se basa en la atención al consumidor final al momento de adquirir nuestro producto. Que pueden ser consumidas servidas a la mesa en platos de vidrio y bordeadas con papel cartón para su buen agarre y en cajas de cartón y servilletas para llevar.

Tiempo: 30 minutos

Responsable: Manipuladores

Resultado: Producto Etiquetado y Empacado

No. De etapa: 8

Nombre de la Etapa: Inventario del Producto

Descripción de la Actividad: Este proceso se hace basado en la cantidad de arepas elaboradas y cantidad de materia prima, proteínas utilizadas para su elaboración. Todos los insumos son relacionados en la ficha técnica de costos, esto permitirá sacar la inversión y la utilidad de la producción.

Tiempo: 20 minutos

Responsable: Administrador

Resultado: Producto Inventariado

6 - Productividad y equipo de trabajo

16. ¿Cuál es la capacidad productiva de la empresa? (cantidad de bien o servicio por unidad de tiempo)

Teniendo en cuenta el proceso de producción se tiene que el tiempo empleado para preparación de los diferentes platos es de 10 minutos, se calcula que la capacidad productiva es la siguiente:

Capacidad de tiempo por 2 personas (cocinero – auxiliar de cocina al mes: 16 horas diarias - 384 horas mensuales

Capacidad de producción de diferentes platos por 2 personas (cocinero – auxiliar de cocina al mes: 2.304 platos.

17. Equipo de trabajo

17.1. ¿Cuál es el perfil del emprendedor, el rol que tendría dentro de la empresa y su dedicación?

Nombre Emprendedor	Perfil	Rol

Rocio Patricia Gomez Movil	Técnico Profesional en Administración Turística	Gerente - Representante Legal

17.2. ¿Qué cargos requiere la empresa para su operación (primer año)?

Descripción	Remuneración Unitario	Otros Gastos	Valor con Prestaciones	Unidad	Tiempo Vinculación Primer Año
Cocinero	$ 908,526.00	$ 486,490.00	$ 1,395,016.00	Mes	10
Auxiliar de Cocina	$ 908,526.00	$ 486,490.00	$ 1,395,016.00	Mes	10
Gerente	$ 1,000,000.00	$ 524,754.00	$ 1,524,754.00	Mes	12
Contador	$ 600,000.00	$ 00.00	$ 600,000.00	Mes	12

Descripción	Remuneración Primer Año	Valor Solicitado Fondo	Aportes Emprendedores	Ingresos por Ventas
Cocinero	$ 13,950,160.00	$ 2,970,033.00	$ 00.00	$ 00.00
Auxiliar de Cocina	$ 13,950,160.00	$ 2,790,033.00	$ 00.00	$ 00.00
Gerente	$ 18,297,048.00	$ 3,049,508.00	$ 00.00	$ 00.00
Contador	$ 7,200,000.00	$ 1,200,000.00	$ 00.00	$ 00.00
Total Solicitado:		**$ 10,009,574.00**	**$ 00.00**	**$ 00.00**

V. ¿Cuál es el Futuro de mi Negocio?

Estrategias

18. ¿Qué estrategias utilizará para lograr la meta de ventas y cuál es su presupuesto?

Estrategia de promoción (nombre): Evento de Lanzamiento
Propósito: Dar a conocer nuestra oferta de servicios a los segmentos de clientes

Actividad	Recurso Requerido	Mes de Ejecución	Costo	Responsable (nombre del cargo lider del proceso)
Evento de Lanzamiento	Refrigerios, sitio	3	$ 629,999.00	Gerente
Costo Total:			**$ 629,999.00**	

Estrategia de Comunicación (nombre): Posicionamiento
Propósito: Interactuar de forma directa con nuestro clientes y ofrecer nuestros productos

Actividad	Recurso Requerido	Mes de Ejecución	Costo	Responsable (nombre del cargo lider del proceso)
Pagina Web	Dominio Diseñador WEB	3	$ 2,400,000.00	Gerente
Publicidad	Diseño Tripticos (Portafolio de servicios) Tarjetas de presentación	3	$ 1,600,000.00	Gerente
Servicio Community Manager - Campaña de expectativa	Computador Celular perfiles en redes sociales	3	$ 200,000.00	Gerente
Costo Total:			**$ 4,200,000.00**	

Estrategia de Distribución (nombre): Distribución de Productos
Propósito: Definir la manera como venderemos nuestros productos

Actividad	Recurso Requerido	Mes de Ejecución	Costo	Responsable (nombre del cargo lider del proceso)
Distribución directa	Pagina web teléfono	3	$ 00.00	Gerente
Costo Total:			**$ 00.00**	

Período de arranque e improductivo

19. ¿Cuál es el período de arranque del proyecto (meses)?

Para nuestro caso el periodo de arranque es de inmediato en el primer mes, ya que contamos con el local donde se ejecutará el proyecto.

20. ¿Cuál es el período improductivo (meses) que exige el primer ciclo de producción?

El periodo improductivo es de 2 meses mientras se compran todas las maquinarias y equipos para poder ejecutar el plan de negocios.

VI. ¿Qué Riesgos Enfrento?

¿Qué actores externos son críticos para la ejecución del negocio? Indique el nombre y su rol en la ejecución.

Actor: Servicio Nacional de Aprendizaje SENA

Rol: Aliado para el seguimiento, financiación y desarrollo de la empresa, ayuda con la preparación de recursos humanos, desarrollo de capacidades, entre otros.

Actor: Proveedores

Rol: No cumplir con la entrega de los equipos e insumos necesarios para el normal funcionamiento de la producción en los tiempos estipulados.

Actor: Competencia Desleal

Rol: Personas que perjudiquen la imagen del negocio.

¿Qué factores externos pueden afectar la operación del negocio, y cuál es el plan de acción para mitigar estos riesgos?

Factores externos: Posibles brotes de enfermedades

Plan de acción para mitigar: 1. Cumplimiento del Decreto 749 del 28 de mayo de 2020 con la normatividad vigente ante la pandemia COVID 19 coronavirus.

Factores externos: No hay oferta de insumos con buenos precios de descuento.

Plan de acción para mitigar: Aumentar la lista de proveedores, realizar un estudio y evaluación de los proveedores y su comportamiento en el mercado,oferta de productos y servicio al cliente

Factores externos: La calidad de los insumos que vende el proveedor es deficiente.

Plan de acción para mitigar: Aumentar la lista de proveedores, realizar un estudio y evaluación de los proveedores y su comportamiento en el mercado,oferta de productos y servicio al cliente.

Riesgo: Agentes biológicos

Plan de mitigación: **1.** Que el personal cumpla con el uso de uniforme y protección adecuada, al tiempo que se realizan prácticas higiénicas en cada procedimiento. **2.** Establecer un programa para el control de plagas de insectos y roedores. **3.** Seguir las normas establecidaspara la gestión de residuos (separación de los desechos en envases diferentes según su clasificación).

Riesgo: Electricidad

Plan de mitigación: **1.** Revisar diariamente el estado de los enchufes, cables y aparatos electrónicos **2.** No utilizar los aparatos en mal estado hasta su reparación**. 3.** No utilizar los aparatos electrónicos con manos húmedas o mojadas

Variables Comerciales

Riesgo: Competencia desleal por otros negocios

Plan de mitigación: Estrategias, actividades, plan de medios, promoción constante, estrategias de comunicación

Riesgo: Disminución del valor del producto en mercado

Plan de mitigación: Aumento de los niveles de venta en punto de distribución directa al público

Variables Talento humano

Riesgo: Accidente por causa de la actividad laboral

Plan de mitigación: **1.** Seguro contra terceros. **2.** Implementación de SG – SST. **3.** Afiliación a ARL **4.** Distribución clara de tareas y competencias.

VII. Resumen Ejecutivo

Emprendedor(es):

Nombre	Email	Rol
Rocio Patricia Gomez Movil	rociopatgomez@gmail.com	Emprendedor

Concepto del Negocio:

Arepa y Mas Fusión, será una empresa que se dedicara a la Producción y comercialización y expendio de comidas preparadas, especialista en comida fusión teniendo como base principal el maíz ,se pretende mediante la exploración y experimentación de sabores y saberes ancestrales, aprovechar la extensa oferta culinaria que existe en el departamento, debido al asentamiento de diferentes culturas, aprovechando este aspecto para crear nuevos productos con recetas propias e innovadoras que deleiten el paladar de nuestros clientes,además de brindar un excelente servicio de calidad, nutritivo . Estará ubicada en la ciudad de Riohacha departamento de La Guajira.

Los productos que la empresa ofrecerá serán los siguientes: Arepa Guajira, Arepa Francesa, Shawarma Nuestro, Picadas Desgranada Mixta, Arepa Prelista Por 6 Unidades para nuestros clientes en el municipio de Riohacha, departamento de La Guajira. La empresa tiene un enfoque en los productos con materia prima principal la arepa de maiz.

CONCLUSIONES FINANCIERAS

El proyecto es atractivo para la inversión, debido a que muestra unos indicadores financieros rentables que demuestran en un periodo de evaluación de 5 años,la viabilidad del el plan de negocios.

La TIR o tasa interna de retorno del proyecto es de un 28.95% superando en 18.95 puntos porcentuales la TIO que para la evaluación del proyecto es de un 10% teniendo en cuenta las tasas de descuento del sector

En lo que respecta al VAN o VPN el valor resultado de descontar los flujos de caja de los 5 años al periodo cero es de $53.725.915, lo que indica que un valor considerable que reitera la viabilidad financiera del proyecto.

El PRI periodo de recuperación de la inversión es de 2.29 años, lo que indica que las inversión solicitada al fondo emprender se recupera en menos de 3 años en el periodo de evaluación.

Metas

Indicador Empleos:

Meta para el primer año: N/A

Indicador Ventas:

Meta para el primer año: N/A

Indicador Mercadeo (eventos):

Meta para el primer año: N/A

Indicador Contrapartida SENA:

Meta para el primer año: N/A

Indicador Empleos Indirectos:

Meta para el primer año: N/A

VIII - Estructura financiera

Plan de Compras

Consumos por Unidad de Producto:

Arepa Francesa - Unidad				
Materia Prima	**Unidad**	**Cantidad**	**Presentacion**	**Margen de Desperdicio (%)**
Insumos				
Servilletas	Unidad	1	Bolsa	0
Materia Prima				
Ajo	Gramos	3	Kilo	0
Arepa De Maíz	Unidad	1	Unidad	0
Cebolla	Gramos	5	Kilo	0
Cilantro	Gramos	5	Kilo	0
Jamón	Gramos	20	Kilo	0
Mayonesa	Gramos	20	Kilo	0
Piña el Almibar	Mililitro	10	Litro	0
Pollo	Gramos	100	Kilo	0
Queso Costeño	Gramos	20	Kilo	0
Sal	Gramos	5	Libra	0
Tocineta	Gramos	50	Kilo	0
Arepa Guajira - Unidad				
Materia Prima	**Unidad**	**Cantidad**	**Presentacion**	**Margen de Desperdicio (%)**
Insumos				
Servilletas	Unidad	1	Bolsa	0
Materia Prima				
Ajo	Gramos	3	Kilo	0
Arepa De Maíz	Unidad	1	Unidad	0
Azucar	Gramos	15	Kilo	0
Camarón	Gramos	100	Kilo	0
Cebolla	Gramos	5	Kilo	0
Cilantro	Gramos	5	Kilo	0
Mayonesa	Gramos	20	Kilo	0
Queso Costeño	Gramos	30	Kilo	0
Sal	Gramos	2	Libra	0
Salpicón De Pescado	Gramos	100	Kilo	0
Arepas Pre listas de Maíz - Paquete por 6 unidades				
Materia Prima	**Unidad**	**Cantidad**	**Presentacion**	**Margen de Desperdicio (%)**
Materia Prima				
Maiz	Gramos	900	Kilo	0
Sal	Gramos	12	Libra	0
Picadas Mixtas - Unidad				
Materia Prima	**Unidad**	**Cantidad**	**Presentacion**	**Margen de Desperdicio (%)**
Insumos				
Servilletas	Unidad	1	Bolsa	0
Materia Prima				
Arepa De Maíz	Unidad	1	Unidad	0
Butifarra	Gramos	60	Kilo	0
Carne de Res	Gramos	60	Kilo	0
Cebolla	Gramos	3	Kilo	0
Chorizo	Gramos	60	Kilo	0
Lechuga	Gramos	20	Kilo	0
Lechuga Rizada	Gramos	5	Kilo	0

Limón	Gramos	20	Kilo	0
Papa Ripio	Gramos	30	Kilo	0
Pollo	Gramos	60	Kilo	0
Queso Costeño	Gramos	20	Kilo	0
Sal	Gramos	2	Libra	0
Salsa Rosada	Gramos	40	Kilo	0
Tomate	Gramos	5	Kilo	0

Shawarma Nuestro - Unidad

Materia Prima	Unidad	Cantidad	Presentacion	Margen de Desperdicio (%)
Insumos				
Servilletas	Unidad	1	Bolsa	0
Materia Prima				
Aceite de Oliva	Mililitro	40	Litro	0
Ajo	Gramos	20	Kilo	0
Arepa De Maíz	Unidad	1	Unidad	0
Carne de Cerdo	Gramos	100	Kilo	0
Cebolla	Gramos	20	Kilo	0
Lechuga Rizada	Gramos	30	Kilo	0
Limón	Gramos	20	Kilo	0
Perejil	Gramos	20	Kilo	0
Pollo	Gramos	100	Kilo	0
Tahini	Gramos	8	Kilo	0
Tomate	Gramos	30	Kilo	0

Costos de Producción

Tabla de costos de producción en pesos (incluido IVA)					
Tipo de Insumo	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**
Insumos	$ 230,760.00	$ 249,600.00	$ 269,984.00	$ 292,038.75	$ 315,864.90
Materia Prima	$ 47,152,968.00	$ 51,002,325.92	$ 55,141,338.86	$ 59,665,711.44	$ 64,530,139.55
Totales	**$ 47,383,728.00**	**$ 51,251,925.92**	**$ 55,411,322.86**	**$ 59,957,750.19**	**$ 64,846,004.45**

Proyección de Compras (Unidades)					
Tipo de Insumo	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**
Insumos					
Servilletas	$ 7,692.00	$ 8,000.00	$ 8,320.00	$ 8,653.00	$ 8,999.00
Materia Prima					
Aceite de Oliva	$ 57,600.00	$ 59,920.00	$ 62,320.00	$ 64,800.00	$ 67,400.00
Ajo	$ 36,756.00	$ 38,234.00	$ 39,764.00	$ 41,349.00	$ 43,006.00
Arepa De Maíz	$ 7,692.00	$ 8,000.00	$ 8,320.00	$ 8,653.00	$ 8,999.00
Azucar	$ 22,500.00	$ 23,400.00	$ 24,330.00	$ 25,305.00	$ 26,310.00
Butifarra	$ 216,000.00	$ 224,640.00	$ 233,640.00	$ 243,000.00	$ 252,720.00
Camarón	$ 150,000.00	$ 156,000.00	$ 162,200.00	$ 168,700.00	$ 175,400.00
Carne de Cerdo	$ 144,000.00	$ 149,800.00	$ 155,800.00	$ 162,000.00	$ 168,500.00
Carne de Res	$ 216,000.00	$ 224,640.00	$ 233,640.00	$ 243,000.00	$ 252,720.00
Cebolla	$ 52,860.00	$ 54,982.00	$ 57,182.00	$ 59,465.00	$ 61,846.00
Chorizo	$ 216,000.00	$ 224,640.00	$ 233,640.00	$ 243,000.00	$ 252,720.00
Cilantro	$ 13,260.00	$ 13,790.00	$ 14,340.00	$ 14,915.00	$ 15,510.00
Jamón	$ 23,040.00	$ 23,960.00	$ 24,920.00	$ 25,920.00	$ 26,960.00
Lechuga	$ 72,000.00	$ 74,880.00	$ 77,880.00	$ 81,000.00	$ 84,240.00
Lechuga Rizada	$ 61,200.00	$ 63,660.00	$ 66,210.00	$ 68,850.00	$ 71,610.00
Limón	$ 100,800.00	$ 104,840.00	$ 109,040.00	$ 113,400.00	$ 117,940.00
Maiz	$ 6,300,000.00	$ 6,552,000.00	$ 6,813,900.00	$ 7,086,600.00	$ 7,370,100.00
Mayonesa	$ 53,040.00	$ 55,160.00	$ 57,360.00	$ 59,660.00	$ 62,040.00
Papa Ripio	$ 108,000.00	$ 112,320.00	$ 116,820.00	$ 121,500.00	$ 126,360.00
Perejil	$ 28,800.00	$ 29,960.00	$ 31,160.00	$ 32,400.00	$ 33,700.00
Piña el Almibar	$ 11,520.00	$ 11,980.00	$ 12,460.00	$ 12,960.00	$ 13,480.00

Pollo	$ 475,200.00	$ 494,240.00	$ 514,040.00	$ 534,600.00	$ 556,020.00
Queso Costeño	$ 140,040.00	$ 145,640.00	$ 151,460.00	$ 157,530.00	$ 163,820.00
Sal	$ 99,960.00	$ 103,958.00	$ 108,114.00	$ 112,442.00	$ 116,940.00
Salpicón De Pescado	$ 150,000.00	$ 156,000.00	$ 162,200.00	$ 168,700.00	$ 175,400.00
Salsa Rosada	$ 144,000.00	$ 149,760.00	$ 155,760.00	$ 162,000.00	$ 168,480.00
Tahini	$ 11,520.00	$ 11,984.00	$ 12,464.00	$ 12,960.00	$ 13,480.00
Tocineta	$ 57,600.00	$ 59,900.00	$ 62,300.00	$ 64,800.00	$ 67,400.00
Tomate	$ 61,200.00	$ 63,660.00	$ 66,210.00	$ 68,850.00	$ 71,610.00

Proyección de Compras (Pesos)					
Tipos de Insumo	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**
Insumos					
Servilletas	$ 230,760.00	$ 249,600.00	$ 269,984.00	$ 292,038.75	$ 315,864.90
Materia Prima					
Aceite de Oliva	$ 1,152,000.00	$ 1,246,336.00	$ 1,347,981.60	$ 1,458,000.00	$ 1,577,160.00
Ajo	$ 514,584.00	$ 556,687.04	$ 602,026.96	$ 651,246.75	$ 704,438.28
Arepa De Maíz	$ 2,553,744.00	$ 2,762,240.00	$ 2,987,628.80	$ 3,231,462.85	$ 3,495,121.61
Azucar	$ 180,000.00	$ 194,688.00	$ 210,454.50	$ 227,745.00	$ 246,261.60
Butifarra	$ 2,592,000.00	$ 2,803,507.20	$ 3,032,647.20	$ 3,280,500.00	$ 3,538,080.00
Camarón	$ 4,200,000.00	$ 4,542,720.00	$ 4,911,416.00	$ 5,314,050.00	$ 5,746,104.00
Carne de Cerdo	$ 1,728,000.00	$ 1,869,504.00	$ 2,022,284.00	$ 2,187,000.00	$ 2,365,740.00
Carne de Res	$ 2,592,000.00	$ 2,803,507.20	$ 3,032,647.20	$ 3,280,500.00	$ 3,548,188.80
Cebolla	$ 158,580.00	$ 171,543.84	$ 185,269.68	$ 200,397.05	$ 217,079.46
Chorizo	$ 2,808,000.00	$ 3,037,132.80	$ 3,284,978.40	$ 3,552,660.00	$ 3,843,871.20
Cilantro	$ 92,820.00	$ 100,391.20	$ 108,553.80	$ 117,381.05	$ 127,026.90
Jamón	$ 276,480.00	$ 299,020.80	$ 323,461.60	$ 349,920.00	$ 378,518.40
Lechuga	$ 288,000.00	$ 311,500.80	$ 337,220.40	$ 364,500.00	$ 394,243.20
Lechuga Rizada	$ 489,600.00	$ 529,651.20	$ 572,716.50	$ 619,650.00	$ 670,269.60
Limón	$ 302,400.00	$ 327,100.80	$ 353,289.60	$ 382,158.00	$ 413,969.40
Maiz	$ 12,600,000.00	$ 13,628,160.00	$ 14,718,024.00	$ 15,944,850.00	$ 17,246,034.00
Mayonesa	$ 265,200.00	$ 286,832.00	$ 310,317.60	$ 335,289.20	$ 362,934.00
Papa Ripio	$ 756,000.00	$ 817,689.60	$ 884,327.40	$ 956,205.00	$ 1,034,888.40
Perejil	$ 288,000.00	$ 311,584.00	$ 337,151.20	$ 364,500.00	$ 394,290.00
Piña el Almibar	$ 46,080.00	$ 49,836.80	$ 53,951.80	$ 58,320.00	$ 63,086.40
Pollo	$ 5,227,200.00	$ 5,654,105.60	$ 6,117,076.00	$ 6,613,002.00	$ 7,155,977.40
Queso Costeño	$ 1,680,480.00	$ 1,817,587.20	$ 1,965,950.80	$ 2,126,655.00	$ 2,300,032.80
Sal	$ 99,960.00	$ 108,116.32	$ 116,763.12	$ 125,935.04	$ 136,819.80
Salpicón De Pescado	$ 2,700,000.00	$ 2,920,320.00	$ 3,158,034.00	$ 3,416,175.00	$ 3,693,924.00
Salsa Rosada	$ 1,728,000.00	$ 1,869,004.80	$ 2,021,764.80	$ 2,187,000.00	$ 2,365,459.20
Tahini	$ 253,440.00	$ 274,193.92	$ 296,643.20	$ 320,760.00	$ 346,975.20
Tocineta	$ 1,152,000.00	$ 1,245,920.00	$ 1,347,549.00	$ 1,458,000.00	$ 1,577,160.00
Tomate	$ 428,400.00	$ 463,444.80	$ 501,209.70	$ 541,849.50	$ 586,485.90
Total	**$ 47,383,728.00**	**$ 51,251,925.92**	**$ 55,411,322.86**	**$ 59,957,750.19**	**$ 64,846,004.45**
IVA	**$ 00.00**	**$ 00.00**	**$ 00.00**	**$ 00.00**	**$ 00.00**
Total mas IVA	**$ 47,383,728.00**	**$ 51,251,925.92**	**$ 55,411,322.86**	**$ 59,957,750.19**	**$ 64,846,004.45**

Costos Administrativos

Gastos de Puesta en Marcha:

Descripción	Valor
Escrituras y Gastos Notariales	00.00
Permisos y Licencias	00.00
Registro Mercantil	336,479.00
Registros, Marcas y Patentes	00.00
Total:	**$ 336,479.00**

Gastos Anuales de Administracion:

Descripción	Valor
Cargos por servicios bancarios	00.00
Pagos por arrendamientos	9,600,000.00
Publicidad	2,429,999.00
Reparaciones y mantenimiento	00.00
Seguros	00.00
Servicios Públicos	7,740,000.00
Suministros de Oficina	00.00
Suscripciones y Afiliaciones	00.00
Teléfono, Internet, Correo	1,920,000.00
Total:	**$ 21,689,999.00**

Ingresos

Fuentes de Financiación:

Recursos solicitados al fondo emprender en (smlv) 88

Aporte de los Emprendedores

Nombre	Valor	Detalle
Bien		
Maquinaria y Equipo	$ 4,750,000.00	Se aporta maquinarias y equipos
Muebles y Enseres	$ 1,050,000.00	Se aporta muebles y enseres
Dinero		
Arrendamientos	$ 3,200,000.00	Se aporta dinero para 4 meses de arriendo
Total:	**$ 9,000,000.00**	

Recursos de Capital

	Cuantía	Plazo	Forma de Pago	Interes (Nominal/Anual)	Destinación
Crédito					
	$ 14,022,876.00	60	Mensual	10	Adecuaciones y Mejoras
	$ 38,299,798.00	60	Mensual	10	Maquinaria y Equipos
	$ 3,360,000.00	60	Mensual	10	Muebles y Enseres
	$ 5,150,000.00	60	Mensual	10	Equipos de Comunicaciones, Computación y Herramientas
	$ 336,479.00	60	Mensual	10	Pago Matricula mercantil
	$ 3,200,000.00	60	Mensual	10	Pago 4 meses de arrendamientos
	$ 5,154,248.00	60	Mensual	10	Pago 2 meses de sueldos a operarios
	$ 2,836,600.00	60	Mensual	10	Pago de sueldos por 2 meses a Gerente Emprendedor
	$ 1,200,000.00	60	Mensual	10	Pago 2 meses honorarios contador
	$ 1,610,000.00	60	Mensual	10	Pago 2 meses de servicios publicos
	$ 2,429,999.00	60	Mensual	10	Pago Publicidad y Mercadeo
	$ 2,400,000.00	60	Mensual	10	Pago página web
Total:	**$ 80,000,000.00**				

Proyeccion de Ingresos por Ventas

Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Shawarma Nuestro	$ 21,600,000.00	$ 23,368,800.00	$ 25,276,992.00	$ 27,334,260.00	$ 29,568,380.00
Arepa Guajira	$ 30,000,000.00	$ 32,448,000.00	$ 35,087,104.00	$ 37,952,439.00	$ 41,038,338.00
Picadas Mixtas	$ 54,000,000.00	$ 58,406,400.00	$ 63,176,256.00	$ 68,335,650.00	$ 73,912,176.00
Arepa Francesa	$ 16,128,000.00	$ 17,442,880.00	$ 18,866,932.00	$ 20,409,408.00	$ 22,077,544.00
Arepas Pre listas de Maíz	$ 24,500,000.00	$ 26,499,200.00	$ 28,663,806.00	$ 30,999,938.00	$ 33,533,955.00
Total	**$ 146,228,000.00**	**$ 158,165,280.00**	**$ 171,071,090.00**	**$ 185,031,695.00**	**$ 200,130,393.00**
Iva	**$ 00.00**	**$ 00.00**	**$ 00.00**	**$ 00.00**	**$ 00.00**
Total con Iva	**$ 146,228,000.00**	**$ 158,165,280.00**	**$ 171,071,090.00**	**$ 185,031,695.00**	**$ 200,130,393.00**

Egresos

Índice de Actualización monetaria 1.04

Inversiones Fijas y Diferidas

Concepto	Valor	Mes	Fuente de financiación
Infraestructura - Adecuaciones	$ 14022876,00	0	Fondo Emprender
Maquinaria y Equipo	$ 38299798,00	0	Fondo Emprender
Maquinaria y Equipo	$ 4750000,00	0	Aporte Emprendedores
Equipo de Comunicación y Computación	$ 5150000,00	0	Fondo Emprender
Muebles y Enseres y Otros	$ 3360000,00	0	Fondo Emprender
Muebles y Enseres y Otros	$ 1050000,00	0	Aporte Emprendedores
Total:	**$ 66,632,674.00**		

Costos de Puesta en Marcha

Descripcion	Valor
Escrituras y Gastos Notariales	$ 00.00
Permisos y Licencias	$ 00.00
Registro Mercantil	$ 336,479.00
Registros, Marcas y Patentes	$ 00.00
Total	$ 336,479.00

Costos Anualizados Administrativos

Descripcion	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cargos por servicios bancarios	$ 00.00	$ 00.00	$ 00.00	$ 00.00	$ 00.00
Pagos por arrendamientos	$ 9,600,000.00	$ 9,984,000.00	$ 10,383,360.00	$ 10,798,694.40	$ 11,230,642.18
Publicidad	$ 2,429,999.00	$ 2,527,198.96	$ 2,628,286.92	$ 2,733,418.40	$ 2,842,755.13
Reparaciones y mantenimiento	$ 00.00	$ 00.00	$ 00.00	$ 00.00	$ 00.00
Seguros	$ 00.00	$ 00.00	$ 00.00	$ 00.00	$ 00.00
Servicios Públicos	$ 7,740,000.00	$ 8,049,600.00	$ 8,371,584.00	$ 8,706,447.36	$ 9,054,705.25
Suministros de Oficina	$ 00.00	$ 00.00	$ 00.00	$ 00.00	$ 00.00
Suscripciones y Afiliaciones	$ 00.00	$ 00.00	$ 00.00	$ 00.00	$ 00.00
Teléfono, Internet, Correo	$ 1,920,000.00	$ 1,996,800.00	$ 2,076,672.00	$ 2,159,738.88	$ 2,246,128.44
Total	$ 21,689,999.00	$ 22,557,598.96	$ 23,459,902.92	$ 24,398,299.04	$ 25,374,231.00

Gastos de Personal

Cargo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Auxiliar de Cocina	$ 10,902,312.00	$ 11,338,404.48	$ 11,791,940.66	$ 12,263,618.29	$ 12,754,163.02
Cocinero	$ 10,902,312.00	$ 11,338,404.48	$ 11,791,940.66	$ 12,263,618.29	$ 12,754,163.02
Contador	$ 7,200,000.00	$ 7,488,000.00	$ 7,787,520.00	$ 8,099,020.80	$ 8,422,981.63
Gerente	$ 12,000,000.00	$ 12,480,000.00	$ 12,979,200.00	$ 13,498,368.00	$ 14,038,302.72
Total	$ 41,004,624.00	$ 42,644,808.96	$ 44,350,601.32	$ 46,124,625.37	$ 47,969,610.39

Capital de Trabajo

Componente	Valor	Fuente de financiación	Observación
Arrendamientos	$ 3,200,000.00	Aporte Emprendedores	Este rubro corresponde a los gastos por arrendamiento durante los 4 primeros meses de funcionamiento de la empresa. Este monto será asumido por el emprendedor.
Arrendamientos	$ 3,200,000.00	Fondo Emprender	Este rubro corresponde a los gastos por arrendamiento durante los 4 primeros meses de funcionamiento de la empresa. Este monto será asumido por Fondo Emprender.
Gastos Notariales - Matrícula Mercantil - Gastos de Constitución	$ 336,479.00	Fondo Emprender	Este rubro corresponde a los gastos de puesta en marcha, tales como: Escrituras y Gastos Notariales, Registro Mercantil , Apertura de cuenta bancaria. Los gastos de formalización de la empresa.
Honorarios Contador	$ 1,200,000.00	Fondo Emprender	Este rubro corresponde a la contratación del Contador durante los 2 primeros meses de operatividad de la empresa.
Nomina Gerente	$ 2,836,600.00	Fondo Emprender	Este rubro corresponde a la contratación del Gerente durante los 2 primeros meses de operatividad de la empresa.
Página Web	$ 2,400,000.00	Fondo Emprender	Este rubro corresponde al pago de la página web de la empresa. Este monto será asumido por el Fondo Emprender.
Personal Operativo (Mano de obra directa)	$ 5,154,248.00	Fondo Emprender	Este rubro corresponde a la contratación de mano de obra directa durante los 2 primeros meses de operatividad de la empresa, que corresponde al pago de los operarios.

Publicidad y Mercadeo	$ 2,429,999.00	Fondo Emprender	Este rubro corresponde al pago de publicidad y mercadeo de la empresa. Este monto será asumido por el Fondo Emprender.
Servicios Públicos	$ 1,610,000.00	Fondo Emprender	Este rubro corresponde a los gastos por Servicios públicos durante los 2 primeros meses de funcionamiento de la empresa. Este monto será asumido por el Fondo Emprender.
Total:	**$ 22,367,326.00**		