I. ¿QUIEN ES EL PROTAGONISTA?

1. DESCRIBA EL PERFIL DE SU CLIENTE, JUNTO A SU LOCALIZACIÓN. JUSTIFIQUE LAS RAZONES DE SU ELECCIÓN:

TIPOS DE CLIENTES

Restaurante Pachita, Es un restaurante ubicado a 25 minutos de Buenaventura en lancha, en el Corregimiento de Bazán La Bocana- Pianguita, Municipio de Buenaventura; Se dedicado a la producción y comercialización de comida típica de la región Pacifica colombiana, dichos comidas son preparadas con productos de la región, utilizando las especias nativas de la misma tales como peces nativos, camarón y otros crustáceos como piangua, calamar, langosta; Adicionalmente, condimentamos con albahaca, tomillo, cimarrón, yuca y plátano nativos, se cuenta con servicio a la mesa en un ambiente natural, acogedor y el mar como fondo con su oleaje.

Durante los varios años que llevamos en el mercado hemos identificado y fidelizado un importante grupo de Turistas provenientes de Buenaventura y de varias regiones del país como Cali, Bogotá y el eje Cafetero entre otros, quienes visitan permanentemente la región como nuestro mercado natural, el cual se ve atraído por la gastronomía de la región pacifica, así como por la sazón del Restaurante Pachita; En nuestro restaurante, los clientes pueden realizar reservas de manera telefónica o vía whatsapp y definir los platos de su preferencia.

Restaurante Pachita en estos momentos está generando cuatro empleos, usualmente a madres cabeza de familia y personas jóvenes, los cuales serán formalizados una vez la empresa sea beneficiaria de los recursos del fondo emprender, y se constituya como una Sociedad Anónima Simplificada.

CLIENTE – 1	**PERSONAS NATURALES TURISTAS.**	
PERFIL	**LOCALIZACIÓN**	**JUSTIFICACIÓN**
Restaurante Pachita ha definido sus clientes Personas Naturales de la siguiente manera: a. Tienen preferencia por la comida de mar elaborados con buenas prácticas de manufactura.	**El cliente Persona Natural de Restaurante Pachita, están ubicados a lo largo de la Geografía colombiana; especialmente provenientes de ciudades como Buenaventura, Cali, Medellín, Bogotá y del eje cafetero entre otras; Adicionalmente, se cuenta con turistas procedentes de otros países tales como EEUU y Europa.**	**Exigencias del cliente Potencial Personas Naturales: Exigen alimentarse con recetas a base de pescados y demas mariscos 100% al natural; Exigen evidenciar que se cumplen las buenas prácticas de manufactura en la preparación de las recetas; Exigen la satisfacción de sus paladares con recetas**

b. Tienen preferencia por la variedad de mariscos existentes en la región. c. Comparten tiempo con la familia y amigos en un ambiente natural de playa, brisa y mar. d. Tienen preferencia por la innovación en platos, ingredientes y la presentación del plato. e. Tienen preferencia a pagar un precio accequible por un excelente producto.	**El Restaurante Pachita, se encuentra constituido ante la Cámara de Comercio de Buenaventura como persona natural.**	**variadas e innovadoras; Exigen una buena atención con amabilidad; Exigen recibir el pedido con oportunidad a la mesa, balanceado y en porciones suficientes; Exigen diferentes opciones para realizar las reservas de pedidos, bien sea por teléfono o WhatsApp.** **Condiciones de la compra: Todos nuestros clientes Personas Naturales Turistas realizan las compras de contado; El Restaurante Pachita funciona como unidad productiva en el Corregimiento de Bazán Bocana - Pianguita y hemos logrado posicionarnos en el mercado, asegurando la visita y reventa de nuestros clientes.**

1. ¿CUÁLES SON LAS NECESIDADES QUE USTED ESPERA SATISFACER DE SUS POTENCIALES CLIENTES / CONSUMIDORES?

Existe y se puede evidenciar una tendencia creciente en el consumo de productos elaborados con ingredientes naturales, libre de químicos, producidos respetando las buenas prácticas de manufactura; Lo cual le permite al cliente nutrirse con una alimentación sana; De esta manera, El Restaurante Pachita integra los productos sacados del mar con ingredientes naturales cultivados en la región de la costa pacífica colombiana, las fusiona para entregar al cliente una alimentación, caracterizada por la innovación, el uso de técnicas ancestrales, nuestra elaboración

es libre de colorantes y conservantes artificiales, lo que concede al cliente bienestar, momentos y experiencias inolvidables en la alimentación.

El Restaurante Pachita, para identificar las necesidades de sus clientes personas naturales se realizó una encuesta, dirigida a identificar en los clientes: 1. Almuerza en Restaurantes. 2. Cuantas veces a la semana almuerza en restaurante. 3. Cuando almuerza, cuanto invierte en promedio. 4. Que factores tiene en cuenta a la hora de comprar almuerzo. 5. Cuanto está dispuesto a pagar por un buen almuerzo.

De igual manera se realiza un trabajo con la herramienta tarjeta persona, definido como otro validador de identificación de necesidades insatisfechas. Esta herramienta, contiene las siguientes preguntas.

a. Cómo se llama esta persona

b. Cuál es la frase más común que dice esta persona cuando se enfrenta a la situación problemática

c. Escriba el perfil de esta persona, es decir, qué edad tiene, dónde vive, qué hace para ganarse la vida y cualquier característica que defina quién es esta persona.

d. Cuáles son los objetivos de esta persona, Qué motiva a esta persona, Cuáles son sus necesidades y deseos.

e. Cómo se ve afectado este actor por la situación problemática

f. Qué caracteriza su comportamiento, qué hace, escriba historias sobre el comportamiento de esta persona cuando se ve afectada por la situación problemática que quiere solucionar.

Estas herramientas nos permitieron identificar las siguientes necesidades a satisfacer en éstos clientes así:

Las principales necesidades que tienen por resolver los Clientes Personas Naturales Turistas ubicadas en las diferentes regiones de Colombia son las siguientes:

1.El cliente Persona Natural no encuentra Restaurantes donde pueda alimentarse con recetas a base de pescados y demas mariscos 100% al natural.

2.El Cliente Persona Natural no encuentra restaurantes donde se pueda evidenciar que se cumplen las buenas prácticas de manufactura en la preparación de las recetas.

3.El Cliente Persona Natural no encuentra restaurante con variedad donde puedan satisfacer sus paladares con recetas variadas e innovadoras.

4.El cliente Persona Natural no encuentra restaurantes donde reciba una buena atención con amabilidad.

5. El cliente Persona Natural no encuentra suficiente oferta de restaurantes donde pueda recibir el pedido con oportunidad a la mesa, balanceado y en porciones suficientes.

6.El cliente Persona Natural no encuentra en la zona suficiente oferta de restaurantes donde pueda para realizar las reservas de pedidos, bien sea por teléfono o WhatsApp.

DESCRIPCIÓN DE LOS CLIENTES:

1. **CLIENTE PERSONA NATURAL TURISTAS.**
PERFIL: Restaurante Pachita ha definido sus clientes Personas Naturales de la siguiente manera: a) Tienen preferencia por la comida de mar elaborados con buenas prácticas de manufactura; b) Tienen preferencia por la variedad de mariscos existentes en la región; c) Comparten tiempo con la familia y amigos en un ambiente natural de playa, brisa y mar; d) Tienen preferencia por la innovación en platos, ingredientes y la presentación del plato; e) Tienen preferencia a pagar un precio accequible por un excelente producto.

JUSTIFICACIÓN: EXIGENCIAS DEL CLIENTE: PERSONAS NATURALES: El cliente Persona Natural Turistas del Restaurante Pachita, están ubicados a lo largo de la Geografía colombiana; especialmente provenientes de ciudades como Buenaventura, Cali, Medellín, Bogotá y del eje cafetero entre otras; Adicionalmente, se cuenta con turistas procedentes de otros países tales como EEUU y Europa.
El Restaurante Pachita, se encuentra constituido ante la Cámara de Comercio de Buenaventura como persona natural.

CONDICIONES DE LA COMPRA: Todos nuestros clientes Personas Naturales Turistas realizan las compras de contado; El Restaurante Pachita funciona como unidad productiva en el Corregimiento de Bazán Bocana - Pianguita y hemos logrado posicionarnos en el mercado, asegurando la visita y reventa de nuestros clientes.

ALEGRIAS ESPERADAS POR LOS CLIENTES: A través de la producción y la comercialización de los productos del Restaurante Pachita, nuestros clientes Personas Naturales Turistas**; Generará alegrías en los clientes** ya que éstos encontrarán un Restaurantes donde pueda alimentarse con recetas a base de pescados y demas mariscos 100% al natural; **Generará alegrías en los clientes** ya que encontrarán un

restaurante encuentra restaurantes donde se pueda evidenciar que se cumplen las buenas prácticas de manufactura en la preparación de las recetas; **Generará alegrías en los clientes** ya que encuentran un restaurante con variedad donde puedan satisfacer sus paladares con recetas variadas e innovadoras; **Generará alegrías en los clientes** ya que encontrarán un restaurante donde reciba una buena atención con amabilidad; **Generará alegrías en los clientes** ya que encontrarán una oferta de restaurante donde pueda recibir el pedido con oportunidad a la mesa, balanceado y en porciones suficientes; **Generará alegrías en los clientes** ya que encontrarán una oferta de restaurante en la zona que ofrezca reservas de pedidos, bien sea por teléfono o WhatsApp.

II. ¿EXISTE OPORTUNIDAD EN EL MERCADO?

2. ¿DESCRIBA LA TENDENCIA DE CRECIMIENTO DEL MERCADO EN EL QUE SE ENCUENTRA SU NEGOCIO?

Restaurante Pachita es una empresa que se dedica a la transformación de materias primas y prestación de servicios clasificada según el Código Industrial Internacional Uniforme (CIIU) de la siguiente manera:

SECCIÓN I ALOJAMIENTO Y SERVICIOS DE COMIDA

Esta unidad comprende la provisión de alojamiento por tiempo limitado y la provisión de comidas completas y bebidas listas para el consumo inmediato. La cantidad y el tipo de servicios complementarios provistos en esta sección pueden variar significativamente.

DIVISIÓN 56 ACTIVIDADES DE SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS

Esta división comprende las actividades de servicio de comidas y bebidas, que proveen comidas completas o no, o bebidas listas para su consumo inmediato, ya sea en restaurantes tradicionales, restaurantes de autoservicio o restaurantes de comida para llevar, en lugares permanentes o temporales con o sin espacio para sentarse. Es factor decisivo que las comidas ofrecidas estén listas para su consumo inmediato, no el tipo de establecimiento en que se sirven.

561 actividades de restaurantes, cafeterías y servicio móvil de comidas

La actividad de los establecimientos dedicados a la preparación y el expendio de comidas para el consumo inmediato, tales como: restaurantes, cafeterías, asaderos, merenderos, salones de onces, puestos de refrigerios, el servicio de expendio móvil de comidas (ambulantes), etc.
5611 expendio a la mesa de comidas preparadas.
La preparación y el expendio para consumo inmediato desde vehículos motorizados o no, puestos móviles, entre otros, de comidas preparadas tales como: empanadas, buñuelos, perros calientes, arepas, chorizos, etc.

COMPORTAMIENTO DE LA OPORTUNIDAD DE MERCADO

Tendencias del mercado

Articulación del emprendimiento con los Planes de Desarrollo Nacional, Departamental y Municipal

Con respecto de la articulación del Plan de Desarrollo Departamental Restaurante Pachita se articula con la LÍNEA ESTRATÉGICA TERRITORIAL: DESARROLLO INTEGRAL RURAL PARA LA EQUIDAD, que busca promover la inclusión de pequeños productores, comunidades campesinas y étnicas, comunidades vulnerables y actividades complementarias en las grandes cadenas y clústeres empresariales, a través del trabajo asociativo, la cualificación y la agregación de valor. Lo anterior permite evidenciar la oportunidad de la empresa Restaurante Pachita en el ámbito departamental y el acompañamiento de la institucionalidad para el desarrollo de las empresas rurales.

SUBCAPÍTULO II. LÍNEA DE ACCIÓN 602. COSECHANDO PROGRESO INCLUYENTE Y PARTICIPATIVO busca Incluir a los pobladores rurales en los beneficios de los encadenamientos productivos, clústeres territoriales, con énfasis en la asociatividad y especialización, logrando un desarrollo endógeno sostenible. Restaurante Pachita busca ser una empresa del sector manufacturero representativa en el municipio de Buenaventura y el departamento articulada a la cadena de Restaurantes.

Con respecto al panorama post COVID-19, el Restaurante Pachita se articula con el Plan de Desarrollo Departamental con el CAPITULO III ESTRATEGIA PARA LA RECUPERACIÓN SOCIAL Y ECONÓMICA ARTÍCULO, 101. GENERACIÓN Y SOSTENIMIENTO DE EMPLEOS, Siendo una apuesta productiva enmarcadas en el escenario territorial a 20 años, la agricultura y producción pecuaria diversificada que implemente prácticas adecuadas de riego, manejo de suelos, aporte a la soberanía y seguridad alimentaria y desarrollo local de las comunidades dentro de los cuales se destaca el aporte que realiza la producción de alimentos en el proceso productivo y la importancia económica para la cadena productiva.

Con el Plan de Desarrollo Nacional 2018 -2022: “Pacto por Colombia, Pacto por la Equidad” Restaurante Pachita se articula con la línea estratégica territorial Desarrollo Integral rural para la equidad se articula con 6 de los 17 pactos de dicho Plan, cada uno con sus correspondientes líneas estratégicas:

a) Pacto por la legalidad: seguridad efectiva y justicia transparente para que todos vivamos con libertad y en democracia.

b) Pacto por el emprendimiento, la formalización y la productividad: una economía dinámica, incluyente y sostenible que potencie todos nuestros talentos. Campo con progreso: una alianza para dinamizar el desarrollo y la productividad de la Colombia rural.

c) Pacto por la equidad: política social moderna centrada en la familia, eficiente, de calidad y conectada a mercados. Educación de calidad para un futuro con oportunidades para todos, Salud para todos con calidad y eficiencia, sostenible por todos, Alianza por la seguridad alimentaria y la nutrición: ciudadanos con mentes y cuerpos sanos. Trabajo decente, acceso a mercados e ingresos dignos: acelerando la inclusión productiva.

d) Pacto por la sostenibilidad: producir conservando y conservar produciendo.

e) Pacto por la Ciencia, la Tecnología y la Innovación: un sistema para construir el conocimiento de la Colombia del futuro.

g) Pacto por la transformación digital de Colombia: Gobierno, empresas y hogares conectados con la era del conocimiento.

TENDENCIA DE CRECIMIENTO DEL MERCADO

INTERNACIONAL

Crecimiento

El crecimiento de la industria global de los servicios de alimentos fue del 3.1% en el año 2018, lo cual permitió alcanzar un valor de $ 3,246.8 mil millones.

Previsión de valor de mercado

Se pronostica que para el año 2023, que la industria mundial de servicios de alimentos tendrá un valor de $ 3,817.1 mil millones, un aumento del 17.6% desde 2018.

Volumen de mercado

La industria global de servicios de alimentos creció un 2.1% en 2018 para alcanzar un volumen de 516.8 mil millones de transacciones.

Previsión de volumen de mercado
En 2023, se pronostica que la industria mundial de servicios de alimentos tendrá un volumen de 578.9 mil millones de transacciones, un aumento del 12% desde 2018.

Segmentación de categoría
El restaurante de servicio completo es el segmento más grande de la industria global de servicios de alimentos, y representa el 41.1% del valor total de la industria.

Segmentación de geografía
Asia-Pacífico representa el 40,9% del valor global de la industria de servicios de alimentos.

Rivalidad de mercado
El gran número de empresas con estructuras similares, que ofrecen productos similares a precios similares aumenta el nivel de rivalidad dentro de esta industria.

Fuente: Global - Foodservice - Resumen ejecutivo, diciembre de 201913 de diciembre de 2019 (19:38) | Publicación: MarketLine Global Reports

NACIONAL

El Sector de Servicios, presenta mayor dinamismo en la economía global y se ha definido mundialmente como una fuente importante para la implementación de la competitividad y productividad en los países.

En el informe presentado por Euromonitor internacional, el sector de los restaurantes en Colombia vendió cerca de 35 billones en 2018 y se proyecta que alcance 38 billones en ventas en 2021. El sector gastronómico es uno de los sectores que más aporta a la generación de empleo. Genera un millón y medio de puestos de trabajo de los cuales el 58% son ocupados por mujeres, ocupando el quinto lugar de mayor generación de ingresos para mujeres. El sector gastronómico se ha convertido en una opción para muchas personas salir de la situación de desempleo y vincularse a la vida laboral.

Los restaurantes de servicio completo ven un crecimiento del valor actual del 4% y un aumento del 2% en las transacciones de volumen en 2019, junto con un crecimiento del 2% en el número de puntos de venta, para llegar a COP26.3 billones y 33,411 puntos de venta y los restaurantes independientes de servicio completo dominan debido a sus ofertas únicas, mientras que algunos jugadores encadenados abandonan el mercado. Los restaurantes

independientes de servicio completo de pizza experimentan el mayor crecimiento del valor actual del 10% en 2019, para alcanzar COP2.3 billones.

Crepes & Waffles sigue siendo el jugador líder en el canal fragmentado de restaurantes de servicio completo en 2019, con una cuota de valor del 1% Se espera que los restaurantes de servicio completo vean un CAGR (Tasa de crecimiento anual compuesto) de valor actual del 8% (CAGR de valor constante de 4% 2019) durante el período de pronóstico, para alcanzar COP37.7 billones en 2024, con un 1% de CAGR en términos de números de establecimientos, para alcanzar 35,427 puntos de venta.

TENDENCIAS

Canales Digitales: Con la llegada de la COVID-19 los servicios de restaurante dieron un giro de 90 grados. Se utilizaron herramientas ya existentes y se crearon diferentes mecanismos para despachar pedios a domicilio. Es así como toman importancia las plataformas digitales para las entregas de pedidos a domicilio como Ifood, Rappi, Ubert Eats entre otras. Adicionalmente las redes sociales como Facebook e instragram toman gran importancia para mostrar al cliente la vitrina de productos disponibles y los diferentes canales para hacer los pedidos como páginas de internet, whatsapp, plataformas de domicilios y redes sociales.

Servicio Personalizado: Restaurante Pachita ha incursionado en protocolos de bioseguridad de atención al cliente para ofrecer un mejor servicio, se atiende al cliente desde su ingreso hasta que se retira de las instalaciones, ofrecemos bebida adicional y pasamos por la mesa preguntando si podemos servir en algo más. Somos amables, ordenados y empáticos para complementar el plato con un excelente servicio.

Alimentación Saludable: Hoy la alimentación saludable se ha convertido en una necesidad para los colombianos. Según la revista Dinero se evidencia un incremento del 12% en ventas de productos saludables en Colombia en el último año y según datos del Estudio Mundo Saludable de Nielsen, determina que este grupo de productos representa 7% de la industria de alimentos y bebidas (Dinero, 2020). Paprika, Tradición, Familia y Amigos ha identificado la oportunidad en el mercado, debido a la variedad de productos que ofrece, los cuales se encuentran libres de saborizantes, colorantes o conservantes artificiales.

Desarrollo turismo gastronómico: La cocina colombiana ha sido reconocida internacionalmente como una fusión de prácticas y platos europeas y afroamericanos, con técnicas ancestrales que logran enamorar a turistas regionales y extranjeros. Paprika, Tradición, Familia y Amigos está trabajando con la Dirección de emprendimiento en la Ruta Turística de Palmira lo que es un gran aporte para el turismo de la ciudad y en la cual se pretende resaltar la comida típica colombiana.

Mercado Potencial.