77867 - LAS DELICIAS DE ATA

PROYECTO	
Nombre :	LAS DELICIAS DE ATA
Institucion :	Centro Industrial y de Energías Alternativas (SENA - Guajira)
Subsector :	Expendio a la mesa de comidas preparadas
Ciudad :	Barrancas(La Guajira)
Recursos solicitados al fondo (SMLV):	88
Fecha de Creación :	13/08/2021 11:27:49 a. m.
Sumario :	COMIDAS RAPIDAS CON INGREDIENTES DE ALTA CALIDAD

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 de edades de 13 años a 50 años con capacidad adquisitiva media de adquirir productos	Son personas tanto del género masculino como femenino que presentan gusto por las comidas fuera de su casa y que desean compartir un buen momento con la familia o los amigos, disfrutando de un ambiente agradable y una excelente calidad de los productos, estos consumidores requieren un servicio ágil, por lo cual están dispuestos a pagar una suma considerable de dinero, son clientes exigentes que ponen suficiente atención en la limpieza y diseño del lugar, les gusta lo tranquilo e higiénico. Este tipo de consumidores visitan con cierta frecuencia en el mes diferentes restaurantes que ofrecen comida rápida, en su mayoría presentan consumo de Comidas rápidas cada 8 días y tiene como preferencia las hamburguesas, los perros calientes y pizzas.	Se encuentra en barrancas la guajira y en el corregimiento de carretalito, barrancas la guajira.	esta población le gusta consumir mucho este tipo de comidas rápidas, por eso nos basamos en este rango de edad ya que son muy exigentes en esta calidad de comida rápidas porque son los que mas la consumen.

¿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:

Cliente:

Con el fortalecimiento de la empresa las delicias de ata, Se espera satisfacer a los clientes en las siguientes necesidades:

Utilizar un alto valor nutritivo para el cliente

Tener una excelente atención para la satisfacción del cliente

Elaborar comidas rápidas con ingredientes totalmente saludables

La elaboración del producto de manera rápida y oportuna

brindarle un espacio con todas las condiciones de bioseguridad

II. ¿Existe Oportunidad en el Mercado?

3. Describa la tendencia de crecimiento del mercado en el que se encuentra su negocio

Análisis del sector en Colombia

Durante el 2020 y dada la coyuntura de la pandemia los domicilios crecieron al menos un 30% en Colombia.

El tipo de comida más pedido durante el 2020 fue la comida rápida, seguido de las hamburguesas y la comida típica.

El 2020 fue un año inusual para todos, cambió no solo la cotidianidad de las personas, sino sus gustos y patrones de consumo. Al no poder salir de casa por el distanciamiento social decretado por las autoridades nacionales y locales, recurrieron a las plataformas de delivery para solicitar su comida a domicilio y disfrutar de sus platos favoritos. Según la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico, las aplicaciones que facilitan este servicio crecieron al menos un 30% en 2020. Dado el crecimiento del uso de la plataforma y de las miles de opciones gastronómicas que surgieron.

iFood, la aplicación líder en entrega de pedidos online en América Latina, que contó con más de 40 millones de pedidos al mes; comparte los patrones de consumo para entender qué y cómo comieron los colombianos. .

Banner_frasco-suscripcion-800x250

La compañía encontró que los tipos de platos más pedidos durante el 2020 fueron la comida rápida (chuzos desgranados, perros calientes, picadas, salchipapa) con un 33%, seguido de las hamburguesas con un 16% y la comida típica con un 9%.

Además, con la cuarentena los pedidos en restaurantes de postres se triplicaron, creciendo hasta un 370% en comparación a los dos primeros meses del año. Mientras la comida saludable solo creció un 25% durante la pandemia y la comida rápida un 63%. También, los colombianos prefirieron hacer sus pedidos de la cena más temprano, "notamos un cambio en la concentración de pedidos, que antes de la cuarentena se centraban entre las 7:00 p.m hasta las 9:00 p.m. y durante el aislamiento cambió la tendencia de 6:00 p.m. a 8:00 p.m.", afirma Luisa Tobón, directora de marketing y comunicaciones de iFood.

En todas las ciudades capitales, la comida rápida lideró, por ejemplo en Bogotá representó el 21% del total de pedidos hechos este año, mientras que en Medellín y Cali, el 34% y 30% respectivamente. Caso distinto a Manizales, donde la comida típica tuvo su protagonismo siendo la opción más preferida con un 19%.

No faltaron algunas curiosidades este año, la plataforma comparte que en Santa Marta, una mujer hizo 1.132 pedidos lo que equivale a 3.1 pedidos diarios en 365 días, lo cual significó una inversión de $21.239.040 en comida a domicilio. Su comida favorita fueron las pizzas.

Adicional, el pedido más caro se hizo en Barranquilla por un valor de $2.828.400 que equivalen a la compra de 24 botellas de whisky. Y el pedido con menor tiempo de entrega fue en Bucaramanga, que solo tomó 10 minutos para el domicilio de dos perros calientes con gaseosa.

Los usuarios de iFood, afirmaron que se vieron en la necesidad de buscar ofertas variadas para satisfacer sus necesidades alimenticias, en lugares que les brindara confianza y en el momento indicado, dada la restricción que tenían para movilizarse por las ciudades a la hora de comer.

iFood también lanzó "Mis Comidas 2020", una retrospectiva de consumo para todos sus usuarios que estará disponible en la página de la plataforma. Los usuarios podrán ver el número de cuántos pedidos hicieron en 2020, el tipo de comida que más pidieron, sus restaurantes favoritos y las horas que ahorraron sin estar cocinando.

Análisis del sector en Riohacha

La comida callejera se ha venido masificando. La dinámica de crecimiento de la vida urbana, la accesibilidad, precios cómodos y la preferencia por el "sabor local" hacen de la comida informal una opción cada vez más atractiva para los hogares de ingresos bajos y medios. La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), ha estimado que las familias en América Latina dedican hasta el 30% de sus gastos en comida callejera informal, un porcentaje alto en el negocio de los alimentos. En su caracterización, el Banco Mundial reitera que "comer fuera para muchos significa ir a un puesto de comida callejera"

Este es uno de los segmentos más importantes del mercado de la cadena alimenticia, que en el año 2012 un estudio realizado por McCann Worldgroup en 12 países de América Latina, lo estableció en US $ 127 mil millones por año.

Por las circunstancias asociadas a las disfunciones de las políticas públicas de empleo e ingresos, Colombia está inmersa en esta dinámica, la cual generalmente se amplía a las bebidas alcohólicas en las tiendas populares. En el 2016 el 38% de los colombianos consumió comida callejera. Recientemente, un estudio de Euromonitor International señaló que la producción de chirinche (licor del Caribe colombiano), chicha, guarapo, viche y sabajón (licores del oriente, centro y del Pacífico colombiano) representan un mercado irregular de US$ 72 millones ($ 205.618 millones) al año.

Riohacha, no escapa a esta realidad. Como centro urbano, en sus barrios la venta callejera de comida también se ha convertido en una estrategia de generación de ingresos que tienen muchos hogares. Las ventas callejeras resultan de un proceso económico llamado informalización laboral, que cada trimestre es seguido por el Dane a través de la Gran Encuesta Integrada de Hogares – GEIH y que tiene como referencia en La Guajira a su ciudad capital.

La informalidad laboral en Colombia para el mes de marzo de 2018 fue estimada por el DANE en 48,4%, mientras que en Riohacha, durante ese mismo periodo fue de 64,5%, 16,1 puntos porcentuales por encima del promedio nacional. La masificación de la venta de comida callejera tiene como una de sus fuentes la Tasa Global de Participación de Riohacha (Población Económicamente Activa – PEA como proporción de la Población en Edad de Trabajar – PET) que está en crecimiento a niveles cercanos del 63,7%. Ello permite que exista un importante número de personas buscando empleos, que en Riohacha se sitúa actualmente en 12,7%.

La informalidad refleja las incapacidades de la estructura económica para producir ese empleo formal adicional requerido por la persona que lo busca, situación que la remite a dichas condiciones. En la informalidad, el trabajador para producir el ingreso promedio de subsistencia debe trabajar horas adicionales. En Colombia, las madres solteras y las personas de la tercera edad, se aglutinan allí, incluyendo a los niños trabajadores. Ello evidencia que en la informalidad se generan prácticas discriminatorias que truncan el desarrollo laboral.

En la venta callejera de comida se encuentran un conjunto de trabajadores que además de desempeñarse con baja productividad, no requieren tener un volumen significativo de capital para poder acceder a niveles de ingresos precarios y de subsistencia. A ella se vinculan personas que tienen baja formación educativa y cuyas actividades son ejercidas sin seguridad social, asumiendo los riesgos asociados al sitio donde desarrollan sus labores. Generalmente, en las vías, espacios públicos, tales como parques y andes.

En Colombia se argumenta que existen factores que permiten que el sector informal sea muy alto e incidan en la expansión del negocio de la comida callejera. El elevado costo de hacer o registrar una empresa con todos sus permisos (tramitología); la renta de la tierra (arriendo alto); el bajo acceso al crédito empresarial; el pago de salarios (salario mínimo promedio nacional); las prestaciones sociales; la facilidad de entrar y salir del mercado (invisibilidad) y la cantidad de impuestos que se le deben pagar al Estado y a las entidades territoriales, hacen parte de ese conjunto de factores adversos.

Además de los anteriores, en Riohacha se encuentran factores particulares. El costo de la energía eléctrica, que desestimula la actividad empresarial formal; la solidaridad del vecindario, en donde no se actúa bajo en concepto estricto del cliente, sino para "ayudar" a quien tiene la necesidad de vender la comida y el "fío ahora y pago después", son algunas de las características que dinamizan el comportamiento de la oferta y la demanda.

Debido a que la actividad económica local se encuentra desacelerada por el bajo nivel del gasto del gobierno (alcaldía y gobernación), en la actualidad se vienen cerrando puestos de trabajo formales en el centro de la ciudad. Por ello, los propietarios ajustan sus costos y se llevan los negocios a sus casas, pasando a la informalidad. Así podemos encontrar algunos de estos restaurantes y expendios de comida rápida, que antes tenían un local formal y que hoy hacen parte del paisaje urbano en las terrazas de las casas y las esquinas.

No hay duda que la venta callejera de comida se sostiene como parte de la red de solidaridad y la cercanía del consumidor que prefiere el "sabor del vecindario". En el mediano y largo plazo esta actividad tiene un riesgo, ya que por el volumen, la significación del negocio y sus atractivos en satisfacer las curiosidades del turista, el sector formal y el capital la vienen asimilando utilizando su propia estrategia.

Las plazas de comidas que se están abriendo en la ciudad en diferentes puntos, hacen parte de la estrategia de cómo el capital aglutina organizadamente los espacios que se van descubriendo el sector informal. Ello implica, que estas plazas le competirán a los restaurantes de terrazas y esquinas, que en la ciudad de Riohacha ya son actores en la repartición de los volúmenes de ventas e ingresos que se generan en la torta del negocio de la comida callejera.

Análisis del sector de la comida rápida en Barrancas

Nuestro municipio, Barrancas se ha distinguido tradicionalmente por tener una cultura culinaria muy fuerte. Sus diferentes corregimientos se han caracterizado por tener platos típicos que identifican a cada uno de ellos, estos platos en su gran mayoría son de difícil preparación.

Todas estas variedades de platos se ofrecen en restaurantes de mantel ya que su preparación exige mayor tiempo, y estos establecimientos se han venido montando en diferentes lugares de nuestro municipio y corregimientos con el fin de dar a conocer a diferentes paladares la cocina que caracteriza nuestra región.

Además de los restaurantes tradicionales, otros tipos de restaurantes que han tomado fuerza en nuestra región son los de comida rápida, en donde se ofrecen diferentes modalidades de servicios de alimento de comidas rápidas las cuales se dividen en las siguientes categorías: comidas rápidas para llevar, para consumir en el mismo establecimiento o para servicio a domicilio.

Las comidas rápidas son categorizadas como un sector inmune a las crisis económicas, esto se debe a la preferencia de los consumidores por una combinación de calidad vs precio. La rapidez de la entrega de los pedidos, se convierte en un factor muy atractivo para el agitado estilo de vida que se vive en estos tiempos.

A pesar de que Colombia actualmente esté sufriendo una crisis económica, como reflejo de las crisis internacionales, el sector de las comidas rápidas continúa con unos crecimientos positivos lo cual indica que en Colombia el sector es anti cíclico.

Los expertos consideran que este sector es de los más innovadores y cuenta con un gran potencial de crecimiento. El gran éxito de este sector se basa en la flexibilidad de cada modelo de restaurante y concepto para satisfacer las y preferencias y necesidades de los clientes. Quien liderara este grupo de establecimientos es quien tenga la mayor capacidad de innovación para la oferta gastronómica, con la creación de nuevos productos y conceptos de restaurantes.

Según Revista Portafolio, (2019) en una entrevista realizada a Henrique Gómez, presidente de Acodrés señala que el sector de restaurantes en Colombia viene de dos años de dificultades 2017 y 2018 derivadas de la reforma tributaria 2016. Indiscutiblemente, el aumento del IVA del 16 al 19 por ciento, impactó la estructura de costos del sector de manera importante. Especialmente en lo que tiene que ver con materias primas importadas y con arrendamientos.

En los siguientes datos se observa la tendencia de ventas entre un rango de 4 años de los restaurantes en Colombia.

Participación en ventas anuales del sector restaurantes de las comidas rápidas en Colombia

2015 / 33.8 Billones / 4 %

2016 / 35 Billones / 3 %

2017 / 35.8 Billones / 0.02 %

2018 / 36.9 Billones / 0.03 %

Fuente. Basado en Revista Gerente.Com (2018), Revista Portafolio (2019), y Revista Dinero (2018).

Según estudio presentado por la firma Raddar, citado por Franquicias Colombia (2018), las cadenas de comida rápida en Colombia facturan anualmente cerca de $3,6 billones. En su mayoría, se trata de restaurantes de hamburguesas y pollo.

Este mismo estudio afirma que 40% de los más de $3 billones que recibe el sector lo genera únicamente las cadenas que venden hamburguesas, seguido por las que comercializan pollo (26%) y, en tercer lugar, las pizzas (11%).

Actualmente en nuestro municipio existen más de 15 establecimientos y emprendimientos de comidas rápidas, que ofrecen sus productos bajo diferentes modelos de servicios. El éxito de nuestro emprendimiento es adoptar un modelo de negocio donde podamos fortalecer algunos aspectos con ideas innovadoras que le den valor agregado a los productos que se ofrezcan con una buena llegada al consumidor final.

Para el desarrollo de nuestra idea de negocio tendremos en cuenta varios aspectos del entorno en el cual se quiere montar el negocio. Entre estos aspectos se deben estudiar algunas variables sociales, económicas, de marketing y culturales dentro del mismo contexto. La necesidad de crear soluciones a las preferencias y los cambios de estilos de vida de los habitantes de nuestro municipio en realidad crea una gran oportunidad para la realización del estudio de viabilidad de una idea de negocio para la producción, distribución y comercialización de comidas rápidas.

Análisis del sector en Colombia

Durante el 2020 y dada la coyuntura de la pandemia los domicilios crecieron al menos un 30% en Colombia.

El tipo de comida más pedido durante el 2020 fue la comida rápida, seguido de las hamburguesas y la comida típica.

El 2020 fue un año inusual para todos, cambió no solo la cotidianidad de las personas, sino sus gustos y patrones de consumo. Al no poder salir de casa por el distanciamiento social decretado por las autoridades nacionales y locales, recurrieron a las plataformas de delivery para solicitar su comida a domicilio y disfrutar de sus platos favoritos. Según la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico, las aplicaciones que facilitan este servicio crecieron al menos un 30% en 2020. Dado el crecimiento del uso de la plataforma y de las miles de opciones gastronómicas que surgieron.

iFood, la aplicación líder en entrega de pedidos online en América Latina, que contó con más de 40 millones de pedidos al mes; comparte los patrones de consumo para entender qué y cómo comieron los colombianos. .

Banner_frasco-suscripcion-800x250

La compañía encontró que los tipos de platos más pedidos durante el 2020 fueron la comida rápida (chuzos desgranados, perros calientes, picadas, salchipapa) con un 33%, seguido de las hamburguesas con un 16% y la comida típica con un 9%.

Además, con la cuarentena los pedidos en restaurantes de postres se triplicaron, creciendo hasta un 370% en comparación a los dos primeros meses del año. Mientras la comida saludable solo creció un 25% durante la pandemia y la comida rápida un 63%. También, los colombianos prefirieron hacer sus pedidos de la cena más temprano, "notamos un cambio en la concentración de pedidos, que antes de la cuarentena se centraban entre las 7:00 p.m hasta las 9:00 p.m. y durante el aislamiento cambió la tendencia de 6:00 p.m. a 8:00 p.m.", afirma Luisa Tobón, directora de marketing y comunicaciones de iFood.

En todas las ciudades capitales, la comida rápida lideró, por ejemplo en Bogotá representó el 21% del total de pedidos hechos este año, mientras que en Medellín y Cali, el 34% y 30% respectivamente. Caso distinto a Manizales, donde la comida típica tuvo su protagonismo siendo la opción más preferida con un 19%.

No faltaron algunas curiosidades este año, la plataforma comparte que en Santa Marta, una mujer hizo 1.132 pedidos lo que equivale a 3.1 pedidos diarios en 365 días, lo cual significó una inversión de $21.239.040 en comida a domicilio. Su comida favorita fueron las pizzas.

Adicional, el pedido más caro se hizo en Barranquilla por un valor de $2.828.400 que equivalen a la compra de 24 botellas de whisky. Y el pedido con menor tiempo de entrega fue en Bucaramanga, que solo tomó 10 minutos para el domicilio de dos perros calientes con gaseosa.

Los usuarios de iFood, afirmaron que se vieron en la necesidad de buscar ofertas variadas para satisfacer sus necesidades alimenticias, en lugares que les brindara confianza y en el momento indicado, dada la restricción que tenían para movilizarse por las ciudades a la hora de comer.

iFood también lanzó "Mis Comidas 2020", una retrospectiva de consumo para todos sus usuarios que estará disponible en la página de la plataforma. Los usuarios podrán ver el número de cuántos pedidos hicieron en 2020, el tipo de comida que más pidieron, sus restaurantes favoritos y las horas que ahorraron sin estar cocinando.

Análisis del sector en Riohacha

La comida callejera se ha venido masificando. La dinámica de crecimiento de la vida urbana, la accesibilidad, precios cómodos y la preferencia por el "sabor local" hacen de la comida informal una opción cada vez más atractiva para los hogares de ingresos bajos y medios. La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), ha estimado que las familias en América Latina dedican hasta el 30% de sus gastos en comida callejera informal, un porcentaje alto en el negocio de los alimentos. En su caracterización, el Banco Mundial reitera que "comer fuera para muchos significa ir a un puesto de comida callejera"

Este es uno de los segmentos más importantes del mercado de la cadena alimenticia, que en el año 2012 un estudio realizado por McCann Worldgroup en 12 países de América Latina, lo estableció en US $ 127 mil millones por año.

Por las circunstancias asociadas a las disfunciones de las políticas públicas de empleo e ingresos, Colombia está inmersa en esta dinámica, la cual generalmente se amplía a las bebidas alcohólicas en las tiendas populares. En el 2016 el 38% de los colombianos consumió comida callejera. Recientemente, un estudio de Euromonitor International señaló que la producción de chirinche (licor del Caribe colombiano), chicha, guarapo, viche y sabajón (licores del oriente, centro y del Pacífico colombiano) representan un mercado irregular de US$ 72 millones ($ 205.618 millones) al año.

Riohacha, no escapa a esta realidad. Como centro urbano, en sus barrios la venta callejera de comida también se ha convertido en una estrategia de generación de ingresos que tienen muchos hogares. Las ventas callejeras resultan de un proceso económico llamado informalización laboral, que cada trimestre es seguido por el Dane a través de la Gran Encuesta Integrada de Hogares – GEIH y que tiene como referencia en La Guajira a su ciudad capital.

La informalidad laboral en Colombia para el mes de marzo de 2018 fue estimada por el DANE en 48,4%, mientras que en Riohacha, durante ese mismo periodo fue de 64,5%, 16,1 puntos porcentuales por encima del promedio nacional. La masificación de la venta de comida callejera tiene como una de sus fuentes la Tasa Global de Participación de Riohacha (Población Económicamente Activa – PEA como proporción de la Población en Edad de Trabajar – PET) que está en crecimiento a niveles cercanos del 63,7%. Ello permite que exista un importante número de personas buscando empleos, que en Riohacha se sitúa actualmente en 12,7%.

La informalidad refleja las incapacidades de la estructura económica para producir ese empleo formal adicional requerido por la persona que lo busca, situación que la remite a dichas condiciones. En la informalidad, el trabajador para producir el ingreso promedio de subsistencia debe trabajar horas adicionales. En Colombia, las madres solteras y las personas de la tercera edad, se aglutinan allí, incluyendo a los niños trabajadores. Ello evidencia que en la informalidad se generan prácticas discriminatorias que truncan el desarrollo laboral.

En la venta callejera de comida se encuentran un conjunto de trabajadores que además de desempeñarse con baja productividad, no requieren tener un volumen significativo de capital para poder acceder a niveles de ingresos precarios y de subsistencia. A ella se vinculan personas que tienen baja

formación educativa y cuyas actividades son ejercidas sin seguridad social, asumiendo los riesgos asociados al sitio donde desarrollan sus labores. Generalmente, en las vías, espacios públicos, tales como parques y andes.

En Colombia se argumenta que existen factores que permiten que el sector informal sea muy alto e incidan en la expansión del negocio de la comida callejera. El elevado costo de hacer o registrar una empresa con todos sus permisos (tramitología); la renta de la tierra (arriendo alto); el bajo acceso al crédito empresarial; el pago de salarios (salario mínimo promedio nacional); las prestaciones sociales; la facilidad de entrar y salir del mercado (invisibilidad) y la cantidad de impuestos que se le deben pagar al Estado y a las entidades territoriales, hacen parte de ese conjunto de factores adversos.

Además de los anteriores, en Riohacha se encuentran factores particulares. El costo de la energía eléctrica, que desestimula la actividad empresarial formal; la solidaridad del vecindario, en donde no se actúa bajo en concepto estricto del cliente, sino para "ayudar" a quien tiene la necesidad de vender la comida y el "fío ahora y pago después", son algunas de las características que dinamizan el comportamiento de la oferta y la demanda.

Debido a que la actividad económica local se encuentra desacelerada por el bajo nivel del gasto del gobierno (alcaldía y gobernación), en la actualidad se vienen cerrando puestos de trabajo formales en el centro de la ciudad. Por ello, los propietarios ajustan sus costos y se llevan los negocios a sus casas, pasando a la informalidad. Así podemos encontrar algunos de estos restaurantes y expendios de comida rápida, que antes tenían un local formal y que hoy hacen parte del paisaje urbano en las terrazas de las casas y las esquinas.

No hay duda que la venta callejera de comida se sostiene como parte de la red de solidaridad y la cercanía del consumidor que prefiere el "sabor del vecindario". En el mediano y largo plazo esta actividad tiene un riesgo, ya que por el volumen, la significación del negocio y sus atractivos en satisfacer las curiosidades del turista, el sector formal y el capital la vienen asimilando utilizando su propia estrategia.

Las plazas de comidas que se están abriendo en la ciudad en diferentes puntos, hacen parte de la estrategia de cómo el capital aglutina organizadamente los espacios que se van descubriendo el sector informal. Ello implica, que estas plazas le competirán a los restaurantes de terrazas y esquinas, que en la ciudad de Riohacha ya son actores en la repartición de los volúmenes de ventas e ingresos que se generan en la torta del negocio de la comida callejera.

Análisis del sector de la comida rápida en Barrancas

Nuestro municipio, Barrancas se ha distinguido tradicionalmente por tener una cultura culinaria muy fuerte. Sus diferentes corregimientos se han caracterizado por tener platos típicos que identifican a cada uno de ellos, estos platos en su gran mayoría son de difícil preparación.

Todas estas variedades de platos se ofrecen en restaurantes de mantel ya que su preparación exige mayor tiempo, y estos establecimientos se han venido montando en diferentes lugares de nuestro municipio y corregimientos con el fin de dar a conocer a diferentes paladares la cocina que caracteriza nuestra región.

Además de los restaurantes tradicionales, otros tipos de restaurantes que han tomado fuerza en nuestra región son los de comida rápida, en donde se ofrecen diferentes modalidades de servicios de alimento de comidas rápidas las cuales se dividen en las siguientes categorías: comidas rápidas para llevar, para consumir en el mismo establecimiento o para servicio a domicilio.

Las comidas rápidas son categorizadas como un sector inmune a las crisis económicas, esto se debe a la preferencia de los consumidores por una combinación de calidad vs precio. La rapidez de la entrega de los pedidos, se convierte en un factor muy atractivo para el agitado estilo de vida que se vive en estos tiempos.

A pesar de que Colombia actualmente esté sufriendo una crisis económica, como reflejo de las crisis internacionales, el sector de las comidas rápidas continúa con unos crecimientos positivos lo cual indica que en Colombia el sector es anti cíclico.

Los expertos consideran que este sector es de los más innovadores y cuenta con un gran potencial de crecimiento. El gran éxito de este sector se basa en la flexibilidad de cada modelo de restaurante y concepto para satisfacer las y preferencias y necesidades de los clientes. Quien liderara este grupo de establecimientos es quien tenga la mayor capacidad de innovación para la oferta gastronómica, con la creación de nuevos productos y conceptos de restaurantes.

Según Revista Portafolio, (2019) en una entrevista realizada a Henrique Gómez, presidente de Acodrés señala que el sector de restaurantes en Colombia viene de dos años de dificultades 2017 y 2018 derivadas de la reforma tributaria 2016. Indiscutiblemente, el aumento del IVA del 16 al 19 por ciento, impactó la estructura de costos del sector de manera importante. Especialmente en lo que tiene que ver con materias primas importadas y con arrendamientos.

En los siguientes datos se observa la tendencia de ventas entre un rango de 4 años de los restaurantes en Colombia.

Participación en ventas anuales del sector restaurantes de las comidas rápidas en Colombia

2015 / 33.8 Billones / 4 %

2016 / 35 Billones / 3 %

2017 / 35.8 Billones / 0.02 %

2018 / 36.9 Billones / 0.03 %

Fuente. Basado en Revista Gerente.Com (2018), Revista Portafolio (2019), y Revista Dinero (2018).

Según estudio presentado por la firma Raddar, citado por Franquicias Colombia (2018), las cadenas de comida rápida en Colombia facturan anualmente cerca de $3,6 billones. En su mayoría, se trata de restaurantes de hamburguesas y pollo.

Este mismo estudio afirma que 40% de los más de $3 billones que recibe el sector lo genera únicamente las cadenas que venden hamburguesas, seguido por las que comercializan pollo (26%) y, en tercer lugar, las pizzas (11%).

Actualmente en nuestro municipio existen más de 15 establecimientos y emprendimientos de comidas rápidas, que ofrecen sus productos bajo diferentes modelos de servicios. El éxito de nuestro emprendimiento es adoptar un modelo de negocio donde podamos fortalecer algunos aspectos con ideas innovadoras que le den valor agregado a los productos que se ofrezcan con una buena llegada al consumidor final.

Para el desarrollo de nuestra idea de negocio tendremos en cuenta varios aspectos del entorno en el cual se quiere montar el negocio. Entre estos aspectos se deben estudiar algunas variables sociales, económicas, de marketing y culturales dentro del mismo contexto. La necesidad de crear soluciones a las preferencias y los cambios de estilos de vida de los habitantes de nuestro municipio en realidad crea una gran oportunidad para la realización del estudio de viabilidad de una idea de negocio para la producción, distribución y comercialización de comidas rápidas.

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?
Cero es tres	Barrancas la guajira	Salchipapas, perros calientes, hamburguesas	$7.000 en adelante para las salchipapas los perros se venden desde 5 mil pesos, mientras tanto las hamburguesas van desde los 8 mil a los 20 mil pesos	Comercializaci ón en el local comercial.	Ventajas: tiene un alto presupuestos para materia prima así suplir todos sus pedidos. Desventaja: Carencia de marca, Baja inversión publicitaria. nuestra diferencia con este y los demas emprendimient os de la region es que somos los unicos en preparar productos con una salsa y a base de nopal, un ingrediente natural que ofrece una sensación de saciedad al comer, ya que cuenta con una alta cantidad de fibra soluble, gracias a esto reduce la absorción de grasa a nivel intestinal y así lograr una mejor digestión. El corazón también se ve beneficiado con el consumo de nopal. Ya que su fibra actúa para absorber y excretar colesterol del cuerpo. El nopal cuenta con niacina, aminoácidos y

					fibra, los cuales son agentes que convierten el azúcar en grasa mientras que reducen los niveles de triglicéridos y colesterol malo. el uso de este ingrediente como característica diferenciadora, nos ha permitido crear un posicionamiento de merca en el mercado regional.
CR9 fast food	Barrancas la guajira	Salchipapa, perros calientes, hamburguesas	$6.500 en adelante tienen perros desde 6 mil pesos hamburguesas desde los 7 mil pesos	Comercialización en el local comercial.	Ventaja: cuentan con la maquinaria necesaria y tienen todas las materia primas para realizar todo sus pedidos. Desventaja: muy poca innovación, no cumplen con normas establecidas. nuestra diferencia con este y los demas emprendimientos de la region es que somos los unicos en preparar productos con una salsa y a base de nopal, un ingrediente natural que ofrece una sensación de saciedad al comer, ya que cuenta con una alta cantidad de fibra soluble, gracias a esto reduce la absorción de grasa a nivel intestinal y así lograr una mejor digestión. El corazón también se ve beneficiado con el consumo de nopal. Ya que

					su fibra actúa para absorber y excretar colesterol del cuerpo. El nopal cuenta con niacina, aminoácidos y fibra, los cuales son agentes que convierten el azúcar en grasa mientras que reducen los niveles de triglicéridos y colesterol malo. el uso de este ingrediente como característica diferenciadora, nos ha permitido crear un posicionamiento de merca en el mercado regional.
Plaza de Galvis	Barrancas la guajira	Salchipapa, perros calientes, hamburguesas.	salchippas de 7 en adelante. perros calientes de 5 mil en adelante hamburguesas de 8 mil en adelante	Comercialización en el local comercial.	Ventaja: Fidelidad con los clientes Desventaja: Ausencia de innovación tecnológica , sus comidas cuando son a domicilio llegan muy frías y en malas condiciones. nuestra diferencia con este y los demas emprendimientos de la region es que somos los unicos en preparar productos con una salsa y a base de nopal, un ingrediente natural que ofrece una sensación de saciedad al comer, ya que cuenta con una alta cantidad de fibra soluble, gracias a esto reduce la absorción de grasa a nivel intestinal y así lograr una mejor

					digestión. El corazón también se ve beneficiado con el consumo de nopal. Ya que su fibra actúa para absorber y excretar colesterol del cuerpo. El nopal cuenta con niacina, aminoácidos y fibra, los cuales son agentes que convierten el azúcar en grasa mientras que reducen los niveles de triglicéridos y colesterol malo. el uso de este ingrediente como característica diferenciadora, nos ha permitido crear un posicionamient o de merca en el mercado regional.

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:

Concepto del negocio: Las delicias de ata, ofrece comidas rápidas con buenos ingredientes y gran variedad, de manera rápida y oportuna con excelente atención, presentación, higiene y calidad. Además, con un alto valor nutritivo, en un ambiente cómodo, agradable y seguro. Siempre comprometidos con no causar daño al medioambiente.donde nuestros productos siempre tendra como ingrediente principal el nopal en forma de encurtido para asi darle un toque unico a nuestros platos.

Como propuesta de Valor se brindará a los clientes un producto de óptima calidad, excelente atención para satisfacción del cliente, también una excelente higiene y tener compromiso con cuidar el medio ambiente

Las delicias de ata, pertenece al sector de **la gastronomía** se regirá bajo el Código **CIIU AC 1084**, con descripción **Elaboración de comidas y platos preparados.**

Componente Innovador:

Concepto del negocio:

Incorporar en las comidas rápidas encurtidos-Nopal (tuna España), es una planta cactácea nativa de la Guajira- y por eso queremos utilizarla dando le un buen manejo a la flora de nuestro departamento ya que esta posee muchos beneficios para la salud, ayuda a controlar el colesterol y la diabetes, ayuda a contrarrestar el cáncer, ayuda a reducir la hipertensión arterial y la gastritis.

Darle un toque innovador a través de plantas originarias del departamento de la guajira, presentando un producto rico en propiedades para la salud y supliendo las necesidades de nuestros clientes. Por eso decidimos crear la picada desértica y la pizza guajira donde su ingrediente principal es el nopal en el cual diversos estudios han demostrado los beneficios que tiene la ingesta de esta planta cactácea para la salud.

Producto o servicio:

nuestro emprendimiento es innovador en la ensalada ya que realizamos a base de nopal agregando lechuga que esto hace de esta ensalada alto muy nutritivo para el cuerpo humano donde todos nuestros productos tendra esta ensalada haciendo los productos muy llamativos ya que son planta nativas de la guajira esto nos hace tambien representar nuestra tierra guajira.

Proceso:

Con la compra de maquinaria de alta tecnología , le dejará a DELICIAS DE ATA mejorar sus procesos, logrando producir más productos y de esta forma poder acaparar de forma eficiente y eficaz a nuestros clientes, pues sabemos que los negocios de comida rapida tienen que definirse por la velocidad del servicio.

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

La validacion principal de nuestro emprendimiento esta principalmente relacionada con la aprobacion que dia tras dia tenemos con nuestros clientes, las ventas que hacemos y la base de datos de compradores que tenemos muestran que tenemos un modelo de negocio apetecido por nuestro segmento. Ademas de lo anteriomente dicho, las delicias de ata valido la aceptacion del mercado mediante dos metodos de validacion: encuestas y lienzo canvas

SOCIO CLAVE:

Entes regionales encargados de la parte turística de Riohacha, distribuidores y agricultores de la región.

ACTIVIDADES CLAVE:

Venta de nuestra línea de productos: perros calientes, hamburguesas, picadas y pizzas.

PROPUESTA DE VALOR:

La utilización de salsa e ingredientes a base de nopal, que es especial para la salud.

RELACIÓN CON CLIENTES:

Entrega rápida del producto al cliente

Un trato rápido, eficaz y eficiente.

Servicio pre y post – venta adecuado

SEGMENTACIÓN DE CLIENTES:

Personas de edades de 13 años a 50 años con capacidad adquisitiva media de adquirir productos

RECURSOS CLAVE:

Personal

Técnico de cocina

Mesero

Contador

Infraestructura Local

Cocina

Adecuaciones

Capital Aportación de inversores

Inversión emprendedora

Tecnología

Computador

Caja registradora

Impresora

Caja registradora

Impresora

CANALES:

Instagram

Emaling

Punto de venta

ESTRUCTURA DE COSTOS:

Materia

Prima

Insumos

Publicidad

Impuesto

FUENTE DE INGRESOS:

Pagos en efectivo y electrónicos por producto entregado.

Estudio de mercado - encuestas

Encuesta dirigida a mujeres y hombres, con el fin de determinar la frecuencia y preferencia en consumo de comida rápida, para la incursión de un nuevo restaurante de comidas rápidas en el municipio de Barrancas.

Población: Escogimos como población de estudio **personas de edades de 13 años a 50 años con capacidad adquisitiva media de adquirir productos**

Muestra: Se empleó el muestreo aleatorio simple, en el cual el investigador está en libertad de seleccionar a su entrevistado dentro de la población, según convenga, para cumplir sus objetivos.

Metodología. El estudio de mercado parte de la realización de una encuesta, que de acuerdo a la actividad que se dedica LAS DELICIAS DE ATA, estará dirigida a Mujeres y hombres en un rango de edad entre los personas de edades de 13 años a 50 años con capacidad adquisitiva media de adquirir productos del municipio de Barrancas

Una vez tabulados y analizados los datos que se obtuvieron de la aplicación de los formularios de encuestas, se determinó en primera instancia, las necesidades de la demanda, los servicios adicionales requeridos, la frecuencia en que comen comida rápida las personas, sus gustos, sus preferencias y demás relacionadas con nuestro emprendimiento.

Como apoyo a nuestro estudio utilizamos datos secundarios como: Informes de planeación municipal, información por internet, además de información elaborada por el DANE.

Tamaño de la muestra. Para el cálculo del tamaño de la muestra tomando como nivel de confianza de 99%, un error muestral del 10% y tomaremos una muestra representativa de 146 personas, tamaño de la muestra ideal para el tipo de estudio a realizar.

n = 157 (tamaño de la muestra para realizar la encuesta)

Ficha técnica de la encuesta

Realizada por: Jesús Benítez

Universo: personas de edades de 13 años a 50 años con capacidad adquisitiva media de adquirir productos

Unidad de muestreo: población del municipio de Barrancas (38,232 año 2020)

Fecha: 17 de octubre 2021

Área de cobertura: Municipio de Barrancas

Técnica de recolección de datos: encuesta directa

Tamaño de la muestra: 157

Objetivo de la encuesta: determinar en primera instancia las necesidades de la demanda, los servicios adicionales requeridos, la frecuencia en que consumen comida rápida las personas, sus gustos, sus preferencias relacionadas con las comidas rápidas en el municipio de Barrancas, la guajira.

Pregunta: ¿Te gusta la atención del restaurante las delicias de Ata? **Resultados:** De las 50 encuestas realizadas obtuvimos 90% prefieren nuestros servicios mientras que el otro 10% prefieren a la competencia. **Análisis:** Este resultado indica que hay una alta aceptación por parte de los consumidores.

Pregunta: ¿Te gustaría encontrar otro producto de comidas rápidas en las delicias de Ata**? Resultados:** el 95% de nuestros clientes le gustaría probar otro producto a base de nopal. **Análisis:** se logra percibir que en la actualidad existe una alta frecuencia de aceptación con el nopal.

Pregunta: ¿Crees que nuestro menú es variado? **Resultados:** el 100% de nuestros compradores afirman que nuestro menú es variado **Análisis:** esto quiere decir que nuestros platos cumplen con las necesidades de nuestros clientes.

Pregunta: ¿Consideras que tardan en atenderte? **Resultados:** El 80% de nuestros clientes está satisfecho con el tiempo de espera de su orden. **Análisis:** por medio de esto nos damos cuenta que nuestro clientes se sienten como en casa gracias a nuestra atención.

Pregunta: ¿Recomendarías este restaurante a tus amigos y familiares? **Resultados:** 85% de nuestros clientes dicen que si lo recomendaría Análisis**:** Las diferentes presentaciones varían según la presentación del producto al cliente y al poder adquisitivo en costo del producto.

Pregunta ¿Consideras que cumplen los estándares de higiene? **Resultados:** los encuestados prefieren en un 90% prefieren el producto ya que cumplimos con las normas de sanidad. **Análisis:** podemos deducir que nuestros negocios cumplen con todas las normas de salubridad.

Pregunta: ¿Nuestro ingrediente innovador el encurtido de nopal te gusta? **Resultados:** los encuestados disfrutan del cambio de sabor que los caracteriza ante la competencia **Análisis:** con estos resultados se evidencia una alta necesidad y una demanda existente de incluir el nopal en nuestros productos para cambiar el.

Conclusiones del estudio de mercado:

Las delicias de ATA, tiene un gran potencial de producción y comercialización de comidas rápidas, debido al alto grado de demanda de nuestros productos, además existe un alto porcentaje de satisfacción en los consumidores debido a el sabor que le ofrece el nopal a las comidas y bebidas ofrecidas

Por otra parte, gracias al estudio de mercado realizado pudimos deducir que se pueden llegar muy fáciles a las metas propuestas ya que nuestros productos son de alta calidad y son de muy buen agrado hacia a las personas.

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:

Técnico - productivo:

Las delicias de ata, está ubicada en el corregimiento de carretalito; barrancas la guajira lo cual la convierte a la empresa en una excelente vitrina comercial; cuenta con los siguientes avances técnicos:

Asador 600,000.00

Azotes 400,000.00

Cafetera 300,000

Cámara de seguridad 800,000

Celular Samsung 800,000.00

Computador de mesa 1,700,000

Cuchillos de cocina 140,000.00

Horno microondas 300,000.00

Impresora 338,000.00

Jarras 200,000.00

Manteles 300,000.00

Molino 300,000.00

Picadora 300,000.00

Platos llanos y hondos 600,000.00

Platos para salsas 150,000.00

Porta servilleta 190,000.00

Ex

Tenedores, cucharas, cuchillo 300,000.00

Turbina de agua 220,000.00

Vasos 200,000.00

Tazas tintero 62,000.00

a continuacion expones cada linea de producto de nuestro emprendimiento con su respectiva definicion:

picada desertica: es quisito plato cuya preparación se basa en una elaborada mezcla de papa, carnes y embutidos, por lo general salchichas, freídos a un punto especial y aderezados con una extensa variedad de salsas.

Beneficios de la picada desértica

Es una especie de salchipapa muy saludable al utilizar ingredientes con un alto valor nutritivo, Los componentes de la picada desértica son buenos, tiene propiedades nutritivas adecuadas. La papa que tiene energía y la salchicha con proteínas, pero a la vez tienen grasas. El punto es cómo se prepara y con qué se acompaña nosotros contrarrestaremos eso con nuestra ensalada a base de nopal.

pizza guajira

es una de las comidas más populares del mundo. Aunque hay múltiples variedades, lo habitual es que la pizza se cree a partir de un pan chato, con forma de disco, amasado con agua, sal, levadura y harina.

Beneficios Pizza guajira

Tiene carbohidratos complejos que el organismo absorbe lentamente y hacen que el cuerpo disfrute de una energía constante, como los cereales de la masa. La utilización de alimentos como aceitunas, muy sabrosas en la pizza, hace que también estemos ingiriendo aceites ricos en colesterina y vitaminas A,D, E y K. y al implementarle nuestro encurtido de nopal les da mucho mas valores nutritivos

perro carretalitero

es un alimento en forma de bocadillo que se genera con la combinación de una salchicha hervida o frita, servida en un pan con forma alargada que suele acompañarse con algún aderezo.

Beneficios Perro carretalitero

Desde el punto de vista nutritivo, los perritos calientes son una fuente de proteínas debido al contenido cárnico de las salchichas. El contenido calórico del perro caliente puede variar dependiendo de los acompañamientos nosotros al utilizar encurtido de nopal estos ayudan a prevenir muchas enfermedades como diabetes que afectan muchos a las personas.

hamburguesa napolitana

es un sándwich hecho a base de carne molida o de origen vegetal, aglutinada en forma de filete cocinado a la parrilla o a la plancha, aunque también puede freírse u hornearse

Beneficios Hamburguesa nopalita

La hamburguesa nopalita es una comida y tiene nutrientes, lo que tenemos que ver es qué tipo de hamburguesa comemos, con qué frecuencia y con qué lo acompañamos para no hacer daño realizaremos una salsa a base nopal para acompañar la proteína ya que el nopal tienen fuentes de vitamina como (A, B, B2, C y K).Además, es una fuente de proteínas, genera un aumento de energía con el hierro, glóbulos rojos con B12 y vitamina B-6 para más refuerzo.

Beneficios del nopal

El nopal tiene muchas propiedades nutricionales y se caracteriza por ser rico en calcio, potasio, fosforo, sodio; también contiene diferentes glúcidos o carbohidratos y componentes nitrogenados. El nopal es rico en fibras y algunas vitaminas como la (A, B, B2, C y K), riboflavina, vitamina B6, clorofila y proteínas (Vargas, 2017). Lo anterior muestra lo valioso que es el nopal para mejorar o mantener la salud del ser humano, debido a que es una fuente de nutrientes que apoyan al sistema inmunológico, y que contribuyen a mejorar el funcionamiento del sistema glandular, nervioso, circulatorio, respiratorio y digestivo.

Por lo tanto, se logró establecer en el municipio que los encurtidos ayudan a contrarrestar enfermedades como la diabetes, gastritis, osteoporosis y cáncer, observando que tuvo una buena aceptación en el mercado, ya que es un producto 100% natural.

Por otra parte, la harina de nopal es un alimento “que ayuda a reducir el riesgo de enfermedades cardiovasculares, crónico-degenerativas, diabetes y cáncer debido a sus altos valores de fibra dietética, compuestos fenólicos, flavonoides y ácidos grasos de cadena corta”

Comercial:

La empresa reporta avance comercial en el histórico de ventas de los años 2018, 2019 y 2020

Para el año 2017 las delicias de ata un total en ventas de 52.200.000 COP en sus productos.

Para el año 2018 las delicias de ata un total en ventas de 64.060.000 COP en sus productos.

Para el año 2019 las delicias de ata un total en ventas de 57.186.000 COP en sus productos.

Para el año 2020 las delicicas de ata, a pesar de la pandemina, tuvo unas ventas bastante aceptable: 41 milloes de pesos, gracias a que nuestros clientes hiicieron mucho uso de los domicilios.

Para el año 2021 unas ventas que superaron los 46 millones de pesos COP en sus productos

Legal:

En estos momentos no se tiene documento de existencia y representación legal ante cámara de comercio, ni con otra entidad de orden local, departamental, ni nacional, al momento de ser aprobado se haran las respectivas diligencias para su registro ante los entes respectivos

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
Picada desértica	Salchipapa mixta	Unidad	Exquisito plato cuya preparación se basa en una elaborada mezcla de papa, carnes y embutidos, por lo general salchichas, freídos a un punto especial y aderezados con una extensa variedad de salsas.	Se requiere aceite de alta calidad y que este bien caliente para freír las papas y que los embutidos tengan buena refrigeración.	160 gr papa, chorizo, butifarra, 80 gr carne, 80 gr pollo, salchicha tradicional, 80 gr encurtido nopal ,Grasa total 16.2 gr, grasa saturada 3.14 gr, grasa trans 1gr, colesterol 3mg, sodio 1180 mg, proteínas 12gr	Fuente alimenticia de los embutidos y de proteínas
Pizza guajira	Pizza	Unidad	es una de las comidas más populares del mundo. Aunque hay múltiples variedades, lo habitual es que la pizza se cree a partir de un pan chato, con forma de disco, amasado con agua, sal, levadura y harina.	Es básico que la temperatura del horno sea alta y que la pizza esté dentro de 12 a 16 minutos. Debemos cocinar la masa con el horno ya precalentado a 250 grados C, 12-16 minutos. La temperatura ha de ser alta, y el tiempo corto	220 gr Queso, 120 gr Jamón, 250 gr Pollo, 170 gr Nopal Energía 317.00kcal, proteínas 9.90g, grasa total 8.20g, grasa saturada 1.40g, grasa monoinsaturada 3.10g, grasa poliinsaturada 3.20g, ácidos grasos trans 0.04g, sodio 620.00mg	Fuente alimenticia que traen las harinas y al prepararlas
Perro carretalitero	Perro caliente	Unidad	es un alimento en forma de bocadillo que se genera con la combinación de una salchicha hervida o frita, servida en un pan con forma alargada que suele acompañarse con algún aderezo.	la conservación de los perritos calientes es la propia salchicha. Se debe tener mucha precaución con la conservación de las salchichas de los perritos calientes; nunca se ha de tener	40g Salchicha ranchera, 10g queso mozzarella, 15g papa ripio, 6g lechuga, 10g nopal, salsas, Grasa total 9.5gr, grasa saturada 4gr, grasa trans 1gr, colesterol 3mg, sodio 1180mg, proteínas 12gr	La composición depende de cómo lo quieras el cliente entre más ingredientes quiera va subiendo la fuente alimenticia
Hamburguesa nopalita	hamburguesa	unidad	es un sándwich hecho a base de carne molida o de origen vegetal, aglutinada en forma de filete cocinado a la parrilla o a la plancha, aunque también puede freírse u hornearse	La carne picada debe manipularse con extremo cuidado, debido a que puede tener bacterias que contaminan la carne y provocar intoxicaciones alimentarias	100 gr carne, 30g cebolla caramelizada, 15g tocineta, 10g queso mozzarella, 3g tomate, 10g nopal, salsas , Grasa total 10gr, grasa saturada 3gr , colesterol 3mg , sodio 1300mg , proteínas 15.5 gr	El tamaño dependerá de los ingredientes que pida el cliente y así será los mismo en su valor nutricional

IV. ¿Cómo desarrollo mi solución?

1 - Ingreso y condiciones comerciales

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

LAS DELICAS DE ATA obtendrá sus ingresos por las ventas de sus cuatro líneas de productos a partir de las siguientes estrategias:

Estrategia de distribución:

El canal de distribución a utilizar es el canal directo debido ya que los clientes solicitan y consumen los productos directamente en las instalaciones del restaurante LAS DELICIAS DE ATA, este modelo no maneja intermediarios y trabaja llevando el producto directamente al consumidor.

Estrategia de precios:

El precio de los productos se los obtiene teniendo en cuenta los costos de producción del producto, determinado un margen de utilidad y teniendo en cuenta los precios manejados por la competencia además de tener en cuenta los precios que están dispuestos a pagar los consumidores por los productos ofrecidos en el restaurante LAS DELICIAS DE ATA, el precio definido para cada producto contempla el valor justo para el consumidor en relación con las características básicas y los elementos de producto y servicio diferenciadores de la oferta actual de este tipo de productos.

Estrategia de pagos

Debido a las características del negocio no se manejaran créditos y los pagos de los consumos de productos del restaurante LAS DELICIAS DE ATA se realizaran en dinero en efectivo y con tarjeta débito, crédito, nequi y daviplata.

Estrategia de descuento:

A los precios definidos para los platos de LAS DELICIAS DE ATA, no se les otorgaran descuentos bajo ninguna circunstancia ya que el valor a pagar por los clientes se verá reflejado en los beneficios que el recibe tanto en el producto como en el servicio, este aspecto se evidencia en la investigación del mercado en la cual se identifica el sabor y el servicio como dos de las razones más importante a la hora de decidir el consumo de comidas rápidas.

Estrategia de promoción:

Como promoción de inauguración en el restaurante LAS DELICIAS DE ATA el cliente tendrá la posibilidad de tener un bono de descuento por el 15% en el segundo producto consumo durante este día

Como una forma de promocionar el producto ante el consumidor de LAS DELICIAS DE ATA, se otorgara un descuento para la persona que cumpla años y se encuentre en las instalaciones del restaurante consumiendo los productos, esta persona tendrá derecho a disfrutar de un descuento equivalente al número de años que esté cumpliendo.

Programa para clientes frecuentes, el cual consiste en otorgar puntos por las compras realizadas, estos puntos serán acumulados por los clientes y al cumplir ciertos rangos definidos, el cliente tendrá la oportunidad de reclamar su premio. A continuación se presenta el resumen del plan de puntos para clientes frecuentes, el cual tiene como objetivo aumentar la frecuencia de compra del consumidor final del restaurante LAS DELICIAS DE ATA.

La divulgación del programa de cliente frecuente entre los consumidores del restaurante en lo que respecta a cómo funciona y los premios que puede alcanzar por preferir el restaurante LAS DELICIAS DE ATA, se hará mediante el uso del perfil de instagram del restaurante y mediante la entrega de volantes que contenga toda la información referente al programa de cliente frecuente, esta se entregara cuando el cliente ingrese al restaurante.

Estrategia de comunicación:

La comunicación para el restaurante LAS DELICIAS DE ATA está definida de la siguiente manera: Presentación personal: Los colaboradores de LAS DELICIAS DE ATA portaran su uniforme de trabajo completamente limpio e identificado con el logo de la empresa y cifrados con el nombre del empleado.

Comunicación adecuada hacia el cliente: LAS DELICIAS DE ATA contará con una definición clara sobre la manera como los colaboradores se expresan ante el cliente, el tono de voz que deben utilizar y la postura al momento de atender.

Entrega del producto a la mesa: Se utilizara papel grado alimenticio, porta cubiertos impresos con la marca y el posicionamiento del restaurante.

3. Diseño de porta cubiertos y papel grado alimenticio.

La oferta de producto se presentara de manera clara, precisa y agradable utilizando los colores definidos en la marca de la empresa y acorde con la ambientación definida para el lugar, esta presentara de manera detallada los componentes del producto, sus gramajes en caso de ser necesario y el precio al público de cada producto ofrecido, la carta contendrá las fotografías de algunos de los productos representativos de la oferta de LAS DELICIAS DE ATA, dichas fotografías corresponderán a los producto reales ofrecidos, con el fin de genera en el cliente un mensaje positivo al percibir que el producto entregado coincide con lo ofrecido en la carta de presentación.

Las siguientes son algunas de las características que tendrá la carta:

- Debe impresionar al cliente y entregar una idea del tipo de restaurante.
- Debe ser atractiva y comprensible
- Debe tener simetría y armonía

En cuanto a la comunicación por medios esta será debidamente planeada tanto en los tiempos de entrega al cliente como en el mensaje que trasmitirá para que estos surtan el efecto esperado y no se tengan el riesgo de hacer inversiones financieras representativas que se pueden convertir en gastos innecesarios.

Estrategia de mezcla de mercado:

Dentro del presupuesto para la mezcla de mercadeo se tendrán en cuenta los diferentes rubros que involucran los elementos necesarios para que la empresa cuente con una adecuada trasmision y venta conceptual del negocio a los clientes potenciales.

A continuación se agregan estos rubros:

Anuncio publicitario

Cartas de menú

Diseño de imagen

Evento de lanzamiento

Material promocional

Relaciones públicas

Souvenirs para clientes y proveedores

Material para ventas

Tarjetas de presentación

Material punto de venta

Estrategia de aprovisionamiento

Al tratarse de un negocio que busca ofrecer a su clientela productos frescos y con buen sabor, es necesario desarrollar alianzas estratégicas con asociaciones dedicadas a la producción y comercialización de frutas y verduras para contar con elementos orgánicos y que tengan los tamaños, colores y sabores buscados por LAS DELICIAS DE ATA para ofrecer en el mercado un producto diferente e innovador.

Por otra parte los elementos cárnicos a utilizar deben ser adquiridos con expendedores de carnes de primera calidad, que cuenten con procesos adecuados para la manipulación, conservación, refrigeración y venta de carne de diferentes animales (pollo, res).

A esto se suma que deben ser proveedores que garanticen el abastecimiento en los tiempos requeridos por LAS DELICIAS DE ATA puesto que al tratarse de alimentos perecederos no se pueden almacenar durante mucho tiempo.

Política crediticia con los proveedores

La adquisición de los diferentes insumos que se necesitan para la elaboración de los productos ofrecidos por LAS DELICIAS DE ATA se realizara de estricto contado tanto con los proveedores de los elementos de panadería, cárnicos, de frutas y hortalizas. Esto permitirá desarrollar relaciones duraderas con los proveedores, beneficiarse de descuentos por pronto pago, ofertas por sobre producciones entre otras.

Se busca establecer relaciones donde la figura de la negociación Gana – Gana prevalezca y se pueda generar desarrollo multilateral con nuestros proveedores.

Estrategia de servicio

Desde que el cliente hace su arribo al Restaurante, recibirá un trato preferencial en el cual se incluye el protocolo de bienvenida y la ubicación inmediata en la mesa que esté acorde con el número de personas visitantes, el cliente recibirá del mesero toda la información sobre la oferta de productos, las promociones o el detalle de los ingredientes que componen el plato, de igual manera realizara las recomendaciones o sugerencia que el cliente solicite.

El proceso de servicio del restaurante se desarrollar bajo las siguientes dimensiones:

Cliente: el diseño del servicio prestado estará definido de tal manera que este se encuentre acorde con sus necesidades y expectativas, el compromiso de LAS DELICIAS DE ATA hacia su cliente es brindar una verdadera experiencia de atención y servicio muy superior al de la competencia.

Comodidad: es importante que el cliente cuente con comodidad al momento de utilizar el servicio de tal manera que este pueda sentirse satisfecho en cada momento de verdad, haciendo de estos momentos memorables que permitan incrementar el consumo y el incremento del voz a voz, entre las principales comodidades que tendrá el cliente en LAS DELICIAS DE ATA están: personal de atención amable y debidamente capacitado, que atenderá al cliente con cortesía y eficiencia, sitio de parqueo garantizado, área de servicios completamente limpia y agradable.

El restaurante LAS DELICIAS DE ATA presentara una ambientación atractiva de tal manera que el cliente sienta que la experiencia de consumo en LAS DELICIAS DE ATA vale la pena. El cliente contara con mesas y sillas cómodas para no dificultar el consumo de los alimentos.

El restaurante contara con sillas para los niños pequeños con el fin de brindar comodidad tanto para ellos, como para sus padres.

El volumen de la música o televisión será moderado, y se modificara sólo cuando se establezcan trasmisiones especiales de eventos culturales o deportivos que sean del común interés de los visitantes.

El restaurante se encontrará en buenas condiciones de higiene y y protocolos de bioseguridad, así también como limpieza tanto en el sitio de consumo como en los servicios higiénicos, para lo cual se contara con planes debidamente establecidos que garantices esta condición.

Como parte del servicio, en el restaurante se trabajara para que inmediatamente un cliente abandone la mesa los residuos sean retirados inmediatamente con el fin de que este aspecto no sea desagradable y negativo para las personas que llegan o están consumiendo al lado de la mesa desocupada y que contiene los desechos.

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 de edades de 13 años a 50 años con capacidad adquisitiva media de adquirir productos	El cliente consume nuestros productos dos a tres veces por semana.	Buena presentación, papas crocantes, las carnes y los embutidos en una corcion completa.	local comercial	pago de contado, pago por transferencia o pago por tarjeta por medio del datafono. precios de nuestros productos de $ 7,000.00 en adelante	$ 7,000.00	Se despacha el producto con todas las normas sanidad y una excelente presentación, en caso de domicilio se cumplen con todas las normas de bioseguridad.	Producto en condiciones adecuadas de calidad y sanidad.	30%

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
Picada desértica	Unidad	de contado	experiencia en el mercado y el precio y estudio de la competencia	0

Pizza guajira	Unidad	de contado	experiencia en el mercado y el precio y estudio de la competencia	0
Perro carretalitero	Unidad	de contado	experiencia en el mercado y el precio y estudio de la competencia	0
Hamburguesa nopalita	unidad	de contado	experiencia en el mercado y el precio y estudio de la competencia	0

Ingresos por ventas

Periodo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Picada desértica	$ 34,100,000	$ 44,387,200	$ 50,625,990	$ 58,937,362	$ 58,189,096
Pizza guajira	$ 46,772,000	$ 58,938,880	$ 67,197,080	$ 97,329,951	$ 106,473,969
Perro carretalitero	$ 23,624,000	$ 31,216,640	$ 35,520,565	$ 39,190,645	$ 42,836,143
Hamburguesa nopalita	$ 30,500,000	$ 39,561,600	$ 43,912,960	$ 49,529,347	$ 59,103,348
Total	**$ 134,996,000**	**$ 174,104,320**	**$ 197,256,595**	**$ 244,987,305**	**$ 266,602,556**
Iva	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
Total mas Iva	**$ 134,996,000**	**$ 174,104,320**	**$ 197,256,595**	**$ 244,987,305**	**$ 266,602,556**

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 **LAS DELICIAS DE ATA S.A.S.,** 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. 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 Barrancas

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 Barrancas, 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:

Para efectos tributarios, la sociedad por acciones simplificada – S.A.S. se regirá por las reglas aplicables a las sociedades anónimas; es decir, son contribuyentes declarantes del régimen ordinario del impuesto sobre la renta y sus complementarios. En el impuesto sobre las ventas – IVA serán responsables (sujetos pasivos jurídicos) siempre que realicen el hecho generador consagrado en el artículo 420 del Estatuto Tributario. Son contribuyentes del impuesto de industria y comercio cuando realicen actividades industriales, comerciales o de servicios que no estén excluidas o exentas; igualmente tendrán la calidad de agentes retenedores a título de renta, IVA e ICA, según el caso.

Registro ante la dirección de impuestos y aduanas nacionales (DIAN): Este registro es totalmente gratuito y se puede diligenciar al mismo tiempo que el registro ante la cámara de comercio. Se irá a esta entidad para sacar el R.U.T (Registro único tributario).

Registro ante la alcaldía para impuesto de industria y comercio: Este registro también es totalmente gratuito y al igual que los tramites anteriores se puede tramitar en el mismo mes una vez se obtenga el certificado de cámara de comercio y el R.U.T. que es requisito indispensable para poderse inscribir.

Impuestos y Pagos Obligatorios: Para que LAS DELICIAS DE ATA S.A.S cumpla con las normas legales del estado, debe presentar periódicamente el pago de impuestos y pagos obligatorios como son el impuesto de renta, impuesto al valor agregado e impuesto de industria y comercio.

Normatividad técnica (Permisos, licencias de funcionamiento, registros, reglamentos):

SISTEMA DE GESTIÓN DE LA SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO (SG-SST)

El nuevo Sistema creado mediante Decreto 1443 de 2014, hoy Decreto único 1072 de 2015, antes conocido como Programa de Salud Ocupacional (Resolución 1016 de 1989), busca identificar los peligros, evaluar y valorar los riesgos y establecer los respectivos controles, mediante la mejora continua del Sistema en las empresas y cumplir con la normatividad en materia de riesgos laborales.

¿Pero qué implica acogerse al nuevo sistema?

Consiste en el desarrollo de un proceso lógico y por etapas, basado en la mejora continua, con el objetivo de anticipar, reconocer, evaluar y controlar los riesgos que puedan afectar la seguridad y salud en el trabajo.

Su principal razón "es prevenir las lesiones y enfermedades causadas por las condiciones de trabajo a los cuales están expuestos los empleados, reduciendo al mínimo los accidentes y enfermedades laborales que se puedan presentar".

La implementación del SG-SST debe ser liderada por el empleador con la participación de los trabajadores para lograr la aplicación de las medidas de prevención y control eficaz de los peligros y riesgos en el lugar que laboran.

Pasos que se deben seguir para la implementación del nuevo Sistema SG-SST

Paso 1. Evaluación inicial del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo

Paso 2. Identificación de peligros, evaluación, valoración y gestión de los riesgos

Paso 3. Política y Objetivos de Seguridad y Salud en el Trabajo

Paso 4. Plan de Trabajo Anual del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo y asignación de recursos

Paso 5. Programa de capacitación, entrenamiento, inducción y reinducción en SST

Paso 6. Prevención, preparación y respuesta ante emergencias

Paso 7. Reporte e investigación de incidentes, accidentes de trabajo y enfermedades laborales

Paso 8. Criterios para adquisición de bienes o contratación de servicios con las disposiciones del SG-SST

Paso 9. Medición y evaluación de la gestión en SST

Paso 10. Acciones preventivas o correctivas

Fuente: http://www.mintrabajo.gov.co/

Para efectos del presente decreto, se contempló un rubro en Gastos de Administración para implementación del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo SG-SST, por valor de $ 1.600.000 al año (valor recibido en la cotización para una empresa con las características de nuestro plan de negocio que se encuentra en los anexos).

Capacitación obligatoria. Los responsables de la ejecución de los Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST), deberán realizar el curso de capacitación virtual de cincuenta (50) horas sobre el Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST) que defina el Ministerio del Trabajo en desarrollo de las acciones señaladas en el literal a) del artículo 12 de la Ley 1562 de 2012, y obtener el certificado de aprobación del mismo.

Normatividad (permisos y licencias)

NTS-USNA 001, Preparación de alimentos de acuerdo con el orden de producción.

NTS-USNA 002, Servicio a los clientes con los estándares establecidos.

NTS-USNA 003, Control en el manejo de materia prima e insumos en el área de producción de alimentos conforme a requisitos de calidad.

NTS-USNA 004, Manejo de recursos cumpliendo las variables definidas por la empresa.

NTS-USNA 005, Coordinación de la producción de acuerdo con los procedimientos y estándares establecidos.

NTS-USNA 007, Norma sanitaria de manipulación de alimentos.

NTS-TS 004, Establecimientos Gastronómicos y Bares. Requisitos de Sostenibilidad. (Para el caso de bares y restaurantes turísticos. Véase Resoluciones 0347 y 0348 de 2007).

Debido a la pandemia de la covid-19 que se presentó a nivel mundial desde el año 2020, debidoa esto el gobierno colombiano tomó acciones respecto a este tema, lo cual ha cambiado la forma y las leyes que regulan los establecimientos en Colombia. A continuación se detallan los párrafos más importantes que implican los restaurantes y sectores relacionados para garantizar medidas ante el coronavirus:

MEDIDAS GENERALES DE BIOSEGURIDAD

Las medidas generales de bioseguridad son las indicadas en la Resolución 666 de 2020, *"Por medio de la cual se adopta el protocolo general de bioseguridad para mitigar, controlar y realizar el adecuado manejo de la pandemia del Coronavirus COVID-19"*.

a) En establecimientos abiertos al público se debe garantizar el distanciamiento físico de 2 metros entre los clientes.

b) En caso de prestarse servicios a domicilio o de entrega en el establecimiento, se deben manejar protocolos para el personal domiciliario y permitir su ingreso y recorrido por zonas especiales (pasillos interiores únicamente).

c) La persona que atiende el domicilio debe cumplir con el protocolo establecido para esta actividad, en la Resolución 735 de 2020, disponible en el siguiente enlace:
https://www.minsalud.gov.co/Ministerio/Institucional/Procesos%20y%20
procedimientos/GIPS11.pdf

d) Los administradores de centros comerciales, grandes superficies y plazas de mercado con plazoletas de comida, serán responsables de la ejecución de los procedimientos de limpieza y desinfección frecuente de las áreas y elementos de uso común (baños, mesas, sillas, contenedores y recipientes de basura, etc.).

e) Evitar que se generen situaciones de discriminación hacia casos sospechosos de contagio y adoptar las medidas que permitan minimizar situaciones de pánico.

f) Disponer, en un lugar visible, de un código QR para descargar la aplicación CoronApp y promover su descarga durante el proceso de registro, con el fin de informar sobre la identificación de síntomas y dar recomendaciones.

3.1 Medidas locativas

3.1.1 Adecuación

a) Garantizar en el área de lavado de manos, si cuenta con baños de uso público, la presencia de jabón líquido y toallas desechables y que el distanciamiento físico sea como mínimo de dos (2) metros entre los usuarios.

b) Contar con el almacenamiento y suministro permanente de agua para consumo humano y para las actividades de lavado de manos, limpieza y desinfección de áreas.

c) Los centros comerciales, grandes superficies y supermercados deben contar con dispensadores de alcohol glicerinado mínimo al 60% en las entradas a las instalaciones, para uso de trabajadores, visitantes y clientes.

d) Asegurar, para instalaciones de más de 1000 metros cuadrados, la colocación de dispensadores de alcohol glicerinado mínimo al 60% cada cien (100) metros en las zonas comunes. Igualmente, y si los hubiera, dentro de cualquier local comercial que haya dentro de sus instalaciones.

e) Señalar los puntos de espera para evitar la aproximación entre clientes. Se recomienda hacerlo en el piso, con la distancia mínima requerida de dos (2) metros.

f) Contar con dispensador "público" de elementos de protección personal como tapabocas y guantes, gratuitos o con costo.

g) Prohibir el ingreso de clientes o usuarios al establecimiento sin el uso de tapabocas.

3.1.2 Mantenimiento y desinfección

Las medidas contenidas en esta sección corresponden a aquellas que deben realizar las empresas en sus instalaciones:

a) Realizar e intensificar los procesos de limpieza y desinfección permanente en puntos de venta, puntos de pago, zonas comunes, baños y zonas de alto tráfico, carros y canastillas de mercado, góndolas, pasamanos de escaleras, lugares de alto contacto como botones eléctricos, datáfonos, vitrinas, neveras, bandas registradoras y puntos de pago, entre otros elementos de uso frecuente por los clientes, con desinfectantes que tengan actividad virucida y registrando la hora en el que se realiza el proceso de desinfección.

b) Realizar labores de limpieza y desinfección general de las instalaciones antes del inicio de actividades con desinfectantes que tengan actividad virucida.

c) Asegurar que los protocolos de limpieza y desinfección de las áreas comunes de mayor afluencia de población flotante, usuarios, consumidores y visitantes de los centros comerciales, grandes superficies y supermercados incluyan ascensores, escaleras eléctricas, puntos de información, puertas de acceso, entre otros. Se debe realizar con una periodicidad mínima de 3 horas, con desinfectantes que tengan actividad virucida.

d) Implementar, si se cuenta con locales comerciales dentro de las instalaciones, el protocolo de limpieza y desinfección en todos ellos.

e) Aumentar la frecuencia de recolección de residuos sólidos de establecimientos, áreas comunes y áreas de baños.

f) Realizar protocolo de limpieza y desinfección de manera permanente en zonas de cargue y descargue de alimentos y otras mercancías.

g) Implementar protocolos de limpieza y desinfección permanente en cajeros electrónicos y puntos de pago de parqueaderos sean electrónicos o a través de ventanillas, y a los demás elementos donde haya contacto entre personas. Este procedimiento se debe realizar con desinfectantes que tengan actividad virucida.

h) Limitar el uso del ascensor exclusivamente para las personas con movilidad reducida, adultos mayores, mujeres gestantes y personas con menores de brazos, quienes deberán, de ser posible, utilizarlo de forma individual. Se debe realizar el procedimiento de limpieza y desinfección entre cada uso.

i) Garantizar, el establecimiento de comercio que corresponda, la limpieza y desinfección de manera permanente de los carros de carga para transporte de los productos o insumos, cuando estos sean suministrados por el centro comercial, gran superficie o supermercado.

3.1.3 Herramientas de trabajo y elementos de dotación

a) Suministrar a los empleados ubicados en puestos fijos de trabajo: puntos de pago, panadería, porcionado de carne, entre otros, guantes, tapabocas, gel desinfectante para manos y elementos para la limpieza y desinfección frecuente de utensilios y superficies de contacto en sus sitios de trabajo.

b) De ser necesario el uso de guantes, en los términos del numeral 3.3. de la Resolución 666 de 2020, estos deben mantenerse limpios, sin roturas o imperfectos y ser tratados con el mismo cuidado higiénico requerido para las manos.

c) Asegurar que el personal que manipule alimentos se lave las manos con agua, jabón y toalla de un solo uso, a la entrada y salida de las instalaciones y mínimo cada media hora, pausas activas para desinfección, durante el período de servicio.

d) Asegurar que el personal que atienda el público se lave las manos con agua, jabón y toalla de un solo uso, a la entrada y salida de las instalaciones, mínimo cada media hora, pausas activas para desinfección, y después de cualquier contacto eventual con algún elemento de los clientes.

e) Suministrar al personal de atención al público un kit que contenga agua jabonosa o alcohol glicerinado al 60%, toallas desechables y canecas con tapa para recoger residuos.

f) Todos los trabajadores que se encuentren en las instalaciones deben usar tapabocas de manera permanente durante su jornada.

g) El personal de servicios generales, que adelante labores de limpieza y desinfección, debe usar tapabocas de manera permanente durante su jornada, contar con los elementos de protección personal y el uniforme de dotación y con delantal sobre la ropa de dotación.

3.1.4 Manipulación de insumos y productos

a) El establecimiento deberá dotar de tapabocas y guantes de vinilo, nitrilo y/o látex a los trabajadores para su uso en el proceso y manipulación de los alimentos y durante la atención a los clientes.

b) El establecimiento deberá capacitar en el uso y retiro de los elementos de protección personal de acuerdo con lo establecido en los protocolos del Ministerio de Salud y Protección Social: https://www.minsalud.gov.co/Ministerio/Institucional/Procesos%20y%20procedimientos/GIPS18.pdf

3.2 Capital humano

3.2.1 Interacción dentro de las instalaciones

a) El aforo de las instalaciones de los centros comerciales, grandes superficies y supermercados estará calculado por el área total de la superficie de circulación y áreas comunes. Solo podrá ingresar o estar simultáneamente dentro de las instalaciones una persona por cada diez (10) metros cuadrados de área. Para el control de la capacidad de aforo, se aconseja definir un máximo de puertas de ingreso y de salida. Deben contar con responsables que garanticen, el máximo número de personas simultáneamente permitidas.

b) Para las tiendas y locales comerciales dentro de los centros comerciales, grandes superficies y supermercados, no puede haber más de una (1) persona por cada cinco (5) metros cuadrados.

c) Guardar una distancia de dos (2) metros entre personas, tanto para la entrada a las instalaciones como en las filas de las cajas.

d) El personal que cumpla funciones en área de atención a clientes, por ejemplo: cajera/os, ventanilla de atención, mostrador, etc., deberá utilizar durante su labor tapabocas que cubra boca y nariz y disponer de alcohol glicerinado al 60% para su desinfección permanente y realizar el lavado de manos con agua y jabón de manera frecuente.

e) Prohibir la manipulación de teléfonos celulares durante los periodos de manejo de mercancías y de atención al público.

f) Durante la atención a los clientes, en caso de uso de datáfonos por parte de los clientes, se debe ejecutar un protocolo de desinfección después de cada uso.

3.2.2 Interacción con terceros (proveedores, clientes, aliados, etc.)

a) Para garantizar la seguridad y el orden de los clientes al momento de realizar sus compras, los distintos formatos de comercio adelantarán las siguientes acciones:

i) Garantizar el distanciamiento de 2 metros entre personas en el área de ventas, independiente del área del establecimiento.

ii) Guardar una distancia de 2 metros en los puntos de pago.

iii) Hacer un llamado para que las compras de las familias no sean hechas por personas adultos mayores, menores de edad o niños, con el propósito de proteger a estos segmentos de la población.

b) Dedicar, el comercio organizado de alimentos, una hora y media a partir del horario normal de apertura de los establecimientos, para la atención exclusiva de adultos mayores y mujeres embarazadas.

c) Asegurar un distanciamiento mínimo de 2 metros entre personas, incluyendo en el momento de la entrega de productos. La entrega de estos al cliente debe ser sin contacto, dejando los productos en un lugar predeterminado para que el cliente los recoja.

d) Cuando la capacidad de aforo sea la máxima, los clientes deberán realizar fila de ingreso en las puertas de entrada, con estricta separación de dos (2) metros entre personas, ubicándose en el lugar que haya demarcado en el piso el establecimiento.

e) Utilizar alcohol glicerinado al 60%, antes de la entrega de los productos, después de utilizar dinero en efectivo y después de tener contacto con superficies o paquetes.

f) Promover la consulta de los productos en oferta a través de páginas web o aplicaciones, que logren minimizar los tiempos de búsqueda de los clientes en las instalaciones.

g) Establecer horarios escalonados de apertura y cierre, para disminuir la aglomeración de clientes en las instalaciones y en el sistema de transporte público. Se sugiere un horario de apertura limitado durante el día y la noche.

h) Hacer extensivas las medidas de prevención y protección a aquellas personas que prestan servicios de transporte de personas y mercancías asociadas a la actividad que desarrollan los supermercados y grandes superficies.

3.2.3 En materia de abastecimiento

Solicitar a todos los integrantes de la cadena de abastecimiento: proveedores, productores, distribuidores y comercializadores, acatar este protocolo y los que de acuerdo con su sector le apliquen.

3.3 Plan de comunicaciones

a) Fortalecer las acciones y comunicaciones permanentes dirigidas a empleados y clientes sobre las recomendaciones de las autoridades de salud para el autocuidado personal y colectivo, como:

i) Las personas con síntomas respiratorios así sean leves, deben permanecer en casa.

ii) Ubicación de alcohol glicerinado mínimo al 60% y otros elementos de limpieza para el uso continuo de trabajadores y clientes.

iii) Desarrollo de elementos como pendones, piezas digitales, entre otros, sobre medidas preventivas, en las que se recuerde especialmente el lavado de manos y el cuidado del adulto mayor, entre otros.

iv) Tener en un lugar visible información de los centros de atención médica más cercanos al establecimiento.

v) Tener en un lugar visible las medidas de higiene, y formas de prevención del COVID-19.

3.4 Prevención y manejo de situaciones de riesgo de contagio

3.4.1 Bases de datos

Llevar un registro de entregas de los clientes con dirección y teléfono que sirva como referencia para las autoridades sanitarias, en caso de que algún trabajador salga positivo para COVID-19, de modo que se puedan rastrear los contactos.

3.4.2 Monitoreo del estado de salud del personal, proveedores, clientes y aliados y manejo de situaciones de riesgo.

a) Para el ingreso a los centros comerciales, las grandes superficies y supermercados hacer tomas de temperatura, con el objeto de reservarse el derecho de admisión de aquellos clientes que puedan tener fiebre mayor de 38C°.

b) Realizar la toma de temperatura a los trabajadores, al inicio y final del turno, esta información deberá ser registrada por escrito en un formato que para tal fin implemente el administrador del establecimiento.

c) Adoptar el protocolo para el manejo de situaciones de detección de un caso de COVID-19 en un trabajador o cliente establecido en la Resolución 666 del 2020.

Normatividad laboral:

Se aplicarán la siguiente normatividad empresarial.

Código sustantivo del trabajo

Manual de funciones

Crear empresa en Colombia exige una serie de requisitos de carácter comercial, laboral, tributario y de funcionamiento; en el presente artículo se observan detalladamente los requisitos de tipo laboral que deben cumplirse para crear y mantener una empresa.

Es importante tener en cuenta que los requisitos de laborales aquí presentados, responden a las obligaciones estándar con las que deben cumplir la mayoría de las empresas, sin embargo hay algunos casos específicos en los que estos requisitos tienen modificaciones.

ASPECTOS LABORALES

Tipo de obligación

Entidad donde se tramita

Requisitos

Cuando se debe realizar

Realizar contrato de trabajo

Empresa en que se vincula al trabajador

1. Que la persona tenga la mayoría de edad, o autorización respectiva
2. Presentar los documentos necesarios, como cédula, examen médico, pasado judicial

En el momento que el trabajador es vinculado a la compañía por medio del contrato de trabajo.

Afiliar a los trabajadores a EPS

Ante las entidades promotoras de salud

1. Diligenciar el formulario que permita la afiliación de los trabajadores.
2. Presentar fotocopia de la cédula de los trabajadores y la del representante legal
3. Para que el trabajador vincule a sus beneficiarios debe presentar documentos como registro de matrimonio y cédula del cónyuge si son casados o extra juicio con menos de 30 días si viven en unión libre , registro civil y tarjeta de identidad para los hijos, si son mayores de edad, cedula y certificado de estudio

Después de que se realice la vinculación del trabajador a la empresa y antes que él empiece actividades en la compañía

Afiliar a los trabajadores a la Aseguradora de Riesgos Laborales (ARL)

Ante la entidad de riesgos laborales

1. Llenar la solicitud de vinculación de la empresa por parte del empleador, esta solicitud la otorga gratuitamente la ARL
2. Se debe establecer una tarifa de riesgo la cual es asumida por el empleador
3. Registrar a cada trabajador, diligenciando las vinculaciones a la ARL, se debe presentar fotocopia de la cédula, del contrato de trabajo, y de la afiliación a la EPS

Después de la contratación del trabajador y antes que él empiece labores en la compañía

Proveer de dotación a los trabajadores

Se les debe entregar en la empresa

1. Que el trabajador devengue hasta dos (2) S.M.M.L.V.
2. Que el trabajador lleve mínimo tres meses laborando en la empresa
3. La dotación debe ser acorde a la labor desempeñada por el empleado
4. El empleador debe hacer firmar una constancia de la entrega realizada a cada trabajador

Se debe realizar cada cuatro meses a más tardar el 30 de abril, 30 de agosto y 30 de diciembre

Afiliar a los trabajadores al fondo de pensiones y cesantías

En el fondo de pensiones y cesantías correspondiente

1. El empleador debe llenar un formulario de afiliación.
2. Entregar certificado de cámara y comercio
3. Suministrar a la entidad la fotocopia de la cédula tanto del representante legal, como del trabajador

Después de la respectiva vinculación a la empresa y antes de que el trabajador empiece a laborar

Realizar los aportes a caja de compensación familiar

(Los aportes a SENA e ICBF son obligatorios si la empresa tiene empleados con salarios mayores a 10 S.M.L.M.V)

En la cajas de compensación familiar

1. Afiliar en primera instancia a la empresa, enviando la respectiva solicitud de vinculación.
2. Presentar certificado de existencia expedido por la Cámara de Comercio.

Cuando se vincule el trabajador a la organización

Diseñar un programa de salud ocupacional

En la compañía a partir de la conformación de un comité de salud ocupacional

1. Este documento debe considerar datos concernientes a prevención de accidentes, y evaluación médica de los empleados
2. Debe registrarse el programa ante el ministerio de protección social

Este reglamento se debe realizar cuando una empresa tenga mínimo 25 empleados. Si la empresa tiene menos de 25 empleados se hace comité paritario de seguridad y salud en el trabajo

Redactar un reglamento de higiene

Presentarlo al Ministerio de Protección Social para su aprobación

Presentar la respectiva copia del reglamento al ministerio de protección social, teniendo como plazo los cinco días siguientes a la radicación

A partir del momento que la empresa tenga más de 25 trabajadores

Elaborar el reglamento de trabajo

Presentarlo al Ministerio de Protección Social para su aprobación

Entregar copia del respectivo reglamento al sindicato de la empresa, delegados del personal y comités, y paritarios de higiene y seguridad social

Cuando la empresa tenga más de cinco trabajadores

Normatividad ambiental:

En Colombia luego de la reforma de la constitución colombiana y la creación de la ley de 1993, se crea el ministerio del medio ambiente, se reordena el sector público encargado de la gestión y conservación del medio ambiente y los recursos naturales renovables, se organiza el sistema nacional ambiental.

La constitución nacional colombiana puede considerarse como una constitución verde. Cuenta aproximadamente con 53 artículos que tocan el tema del medio ambiente, dentro de los cuales se hallan; 7, 8, 49, 58, capítulo 3.

Definido como el desarrollo sostenible que conduce al crecimiento económico, a la ele elevación de la calidad de vida y el bienestar social, sin agotar la base de los recursos naturales renovables en que se sustenta, ni deteriorar el medio ambiente o el derecho de las generaciones futuras a utilizarlo para la satisfacción de sus propias necesidades, la constitución nacional en desarrolla de este principio, consagro en su Art. 80. Lo anterior, implica asegurar que la satisfacción de las necesidades actuales se realice de una manera tal que no comprometa la capacidad y el derecho de las futuras generaciones para satisfacer las propias.

Buscando la mayor conservación del medio ambiente se determina para el desarrollo de la empresa desarrollara las siguientes actividades:

1. Preventivas: se efectuará mediante los procesos primordiales en limpieza, desinfección, disposición final de residuos sólidos y líquidos y control de plagas. (Diagnostico – Plan de acción). Además de todo esto, se hace necesario que el área de producción cuente con excelentes condiciones en sus instalaciones para desagües como lo contempla la norma en el Decreto 3075/97 y las contempladas por las direcciones territoriales de salud quienes se encargan de vigilar periódicamente el manejo de residuos. Así mismo se debe contar con un plan de saneamiento escrito a disposición de la autoridad sanitaria competente en programas como:

à Programa de limpieza y desinfección

à Programa de desechos sólidos

à Programa de control de plagas. Finalmente, de una buena limpieza y desinfección depende en un alto porcentaje el éxito o producto final, ya que se disminuye notablemente el riesgo de que sus clientes puedan sufrir una Enfermedad Transmitida por Alimentos (ETA).

2. De Mitigación o Acción: La limpieza y desinfección se tramita a planta física, maquinaria, equipos y utillaje; para lo cual se debe contar con un protocolo de limpieza así:

Tipo de suciedad -

a. Retiro de alimentos o partículas visibles
b. Enjuague para disolver partículas pequeñas
c. Enjuagar agua fría (1 vez)
d. Enjuague con agua caliente (2 vez)
e. Agregar detergente - Utilizar cepillo de cerda dura
f. Aplicar ácidos orgánicos
g. Enjuague para retirar trazas de detergentes y ácidos
h. Aplicar desinfectante para garantizar inocuidad.

3. Correctivas: Se instituirán a partir de sucesos reconocidos desde el adelanto de la actividad no previstos en el Manual de BPM.

Se adecuará el inmueble para la planta, teniendo en cuenta su ubicación establecida de antemano por el POT del municipio.

Los gases emitidos serán por parte del gas utilizado para el funcionamiento de algunas máquinas, de igual forma en la planta se manejarán sistemas de ventilación adecuados para permitir el correcto flujo de aire dentro de las instalaciones; de otro lado también se estará acorde con los parámetros de ruido emitidos por las maquinas utilizadas dentro de la planta las cuales serán mínimos.

Manejo de Residuos Sólidos

La variedad de productos, los métodos de producción, hace que las aguas residuales de la industria láctea tengan características muy variables, ya que según el producto que se elabore afecta considerablemente la carga contaminante.

En el proceso de elaboración y envasado de los dos productos lácteos elaborados por la empresa, los residuos están constituidos por las aguas de lavado, lo cual se asemeja una leche muy diluida, el pH variará entre ácido y alcalino, según las sustancias usadas en la limpieza de la marmita y los demás equipos. Se emplean sustancias tales como la soda cáustica, el cloro etc., para efectuar la limpieza del equipo.

El proceso del manejo de los residuos sólidos tendrá varias etapas, las cuales van desde el retiro de la materia más grande, por lo general sólida, hasta llegar a la disposición final de las aguas ya tratadas; para el manejo de este tipo de residuos se dispondrá de:

Caja de Rejillas: Las cuales tienen como función retirar todas las partículas sólidas como pueden ser bolsas, pelos, papeles, etc.

Trampas de grasa: este es una de las sustancias residuales más complejas de retirar, debido a la variedad en el tamaño de las partículas. Usualmente se usa en sistemas para residuos domésticos, métodos que se valen de la flotación.

Manejo de residuos líquidos:

Para el abastecimiento de agua se dispondrán de sistemas sanitarios adecuados para la recolección y el tratamiento de aguas residuales, aprobadas por la autoridad competente, dentro de los productos que potencialmente podrían incidir o afectar el medio ambiente estarían los productos de aseo y soluciones utilizadas dentro del proceso, las cuales para su uso debe tenerse en cuenta sus fichas técnicas para su respectiva manipulación. Dentro de los residuos líquidos generados por la planta estarían:

• Aguas de enfriamiento y condensación, la mayoría son aguas limpias, cuyo contamínate es en la mayoría de los casos la temperatura. Aguas de proceso contaminadas por la leche o por algunos de sus componentes.

Residuos producto del lavado, perdidas, purificación.

Se contaminan además por las soluciones alcalinas, ácidas y o desinfectantes empleadas.

Residuos sanitarios.

Registro de marca – Propiedad intelectual:

Inicialmente no se tendrá en cuenta el registro de marca.

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

Las condiciones requeridas más importantes para la operación de LAS DELICIAS DE ATA S.A.S son las condiciones ambientales en el lugar de trabajo que tienen que ver con el diseño de aspectos como la temperatura, la iluminación o el ruido.

En ese sentido LAS DELICIAS DE ATA S.A.S implementará las siguientes acciones para un adecuado sitio de trabajo:

Para mejorar las condiciones de iluminación:

Iluminación suficiente a los trabajadores de forma que puedan trabajar en todo momento de manera eficiente y confortable. Evitar los cambios bruscos de luminosidad entre distintas dependencias.

Combinar el uso de luz natural con la luz artificial. Por otro lado, la luz que entra por las ventanas ha de poder filtrarse a través de difusores como persianas, cortinas, etc.

Realizar un mantenimiento periódico de lámparas y luminarias para asegurarse de que están en perfecto estado.

Proporcionar iluminación localizada de apoyo en tareas que requieran mayor precisión (por ejemplo para leer documentación).

En cuanto a las condiciones de temperatura:

Sistema de acondicionamiento térmico eficiente (calor-frío). Es importante que la temperatura pueda regularse en función de las zonas.

Evitar las corrientes de aire en pasillos y zonas comunes.

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**

Sí, es necesario contar con un lugar físico que cumpla las condiciones técnicas para desarrollar el proyecto. como espacio, servicios públicos, agua, temperatura, Vías de acceso pavimentada. Entre otros

14.2. Identifique los requerimientos de inversión

1. Infraestructura - Adecuaciones

Descripción	Requisitos Técnicos	Fuente de Financiación	Cantidad	Valor Unitario
adecuaciones	adecuación de cocina y local , divisiones , cielo Razo	Fondo Emprender	1	$ 6,992,344.00
Total:				**$ 6,992,344.00**

2. Maquinaria y Equipo

Descripción	Requisitos Técnicos	Fuente de Financiación	Cantidad	Valor Unitario
Vitrina de auto servicio	Material de aluminio , luces led	Fondo Emprender	1	$ 1,450,000.00
Carro de comidas rápidas	Que tenga asador , 3 puestos para freír , 1 baño de maría.	Fondo Emprender	1	$ 2,500,000.00
Mesa de acero	Para el emplatado de las comidas	Fondo Emprender	1	$ 410,000.00
Horno de pizza	para hornear todo los platos que se requieran	Fondo Emprender	1	$ 1,150,000.00
Congelador	Para mantener congeladas las cosas que la requieran	Fondo Emprender	1	$ 1,870,000.00
Sandwichera	Sandwichera Superficie Plana	Fondo Emprender	1	$ 220,000.00
Nevera 270 litros	Para refrigerar alimentos	Fondo Emprender	1	$ 1,200,000.00
Licuadora	Motor profesional de 1.000 watts de potencia. Cuchillas a lo largo del vaso que trituran cualquier tipo de alimento en segundos. Vaso de Tritán de 72 onzas (2,15 Lt). Tapa de seguridad con pico vertedero. Libre de BPA. Tapa, vaso y cuchillas desarmab	Fondo Emprender	1	$ 400,000.00
Molino eléctrico	Discos de corte fino , de corte mediano , accesorios para kibbe , limpieza fácil cuchillas de acero inoxidable placa platinada.	Fondo Emprender	1	$ 270,000.00
Total:				**$ 9,470,000.00**

3. Equipo de Comunicación y Computación

Descripción	Requisitos Técnicos	Fuente de Financiación	Cantidad	Valor Unitario
Caja registradora	Caja Registradora Casio Sr-s720 Conexión Bluetooth Negra	Fondo Emprender	1	$ 700,000.00
televisor	televisor smart tv lg , full hd , 43 pulgadas	Fondo Emprender	1	$ 1,200,000.00
parlante	parlante unitec, con microfono	Fondo Emprender	1	$ 120,000.00
Total:				**$ 2,020,000.00**

4. Muebles y Enseres y Otros

Descripción	Requisitos Técnicos	Fuente de Financiación	Cantidad	Valor Unitario

Mesas	mesas plasticas	Fondo Emprender	10	$ 80,000.00
Mesa de Acero Inoxidable	Mesa de acero inoxidable con entrepaño de 2 metros por 1 metro	Fondo Emprender	2	$ 800,000.00
Sillas	sillas plasticas	Fondo Emprender	40	$ 34,900.00
Ventiladores	3 ventiladores de techo y 2 ventilador abanico	Fondo Emprender	5	$ 216,000.00
Extractor de cocina	Extractor De Olores, Aire Para Cocina Baño 6 PuLG Exito Corp	Fondo Emprender	3	$ 40,000.00
aire acondicionado	aire acondicionado 12000btu , 220v	Fondo Emprender	1	$ 1,200,000.00
Total:				**$ 6,196,000.00**

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)

las instalaciones de neustro emprendimiento se mensionan a continuacion:

una altura de 2,80 cm

una anchura de la zona de trabajo de metros

una zona de comedor de 4 metros cuadrados

dos baños (damas y caballeros) de 2,1y 2,3 metros cada uno

areas con excelente iluminacion en zonas de trabajo y manipulacion de al rededor de 350 LUX

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

Las delicias de ata No requiere importar ningún insumo, herramienta o elemento del sistema productivo, ya que todo se consigue en Colombia.

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

Para la puesta en marcha de la delicias de ata , no sera necesario importar ningún activo de otros paises

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?

En caso de presentarse un incremento o imprevisto por tasa de cambio, reformas tributarias, este se cubrirá con recursos propios del emprendedor

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

1. Hamburguesa nopalita - unidad

Hamburguesa napolitana

Actividad	Tiempo de Ejecución (minutos)	encargado
Se elige el pan a preparar	0,01	técnico de cocina 1
Se cocina la carne	0,04	técnico de cocina 1
Se agregan los ingredientes	0,02	técnico de cocina 2
Se empaca el plato adecuado	0,01	técnico de cocina 2

Ingresa a calentarse	0,02	técnico de cocina 2
Se entrega al cliente	0,05	Mesero
Facturación y cobro	0,02	gerente
Subtotal tiempo servicio	**0,17**	

2. Perro carretalitero - Unidad

perro carretalitero

Actividad	**Tiempo de Ejecución (minutos)**	**encargado**
Se elige el pan a preparar	0,01	técnico de cocina 1
Se cocina la carne	0,08	técnico de cocina 1
Se agregan los ingredientes	0,03	técnico de cocina 2
Se empaca el plato adecuado	0,01	técnico de cocina 2
Ingresa a calentarse	0,02	técnico de cocina 2
Se entrega al cliente	0,05	Mesero
Facturación y cobro	0,02	gerente
Subtotal tiempo servicio	**0,22**	

3. Picada desértica - Unidad

picada desertica

Actividad	**Tiempo de Ejecución (minutos)**	**encargado**
Se elige el pan a preparar	0,01	técnico de cocina 1
Se cocina la carne	0,08	técnico de cocina 1
Se agregan los ingredientes	0,03	técnico de cocina 2
Se empaca el plato adecuado	0,01	técnico de cocina 2
Ingresa a calentarse	0,02	técnico de cocina 2
Se entrega al cliente	0,05	Mesero
Facturación y cobro	0,02	gerente
Subtotal tiempo servicio	0,22	

4. Pizza guajira - Unidad

perro carretalitero

Actividad	**Tiempo de Ejecución (minutos)**	**encargado**
amasar la harina	0,03	técnico de cocina 1
se agregan los ingredientes	0,03	técnico de cocina 1
se mete la pizza al horno	0,16	técnico de cocina 2
se divide la pizza en porciones	0,01	técnico de cocina 2

se entrega al cliente	0,05	mes
Facturación y cobro	0,02	gerente
Subtotal tiempo servicio	**0,22**	

6 - Productividad y equipo de trabajo

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

Capacidad instalada

Para el cálculo de la capacidad instalada se procede bajo los siguientes parámetros:

Tiempo Normal de Operación (T.N.O)

T N O por turno = (60 min/hora) * 8 horas/día.

T N O por turno = 480 min /día

Determinado el tiempo real de operación se estiman los tiempos improductivos (TI) del operario, que se detallan a continuación:

Tiempo de receso: 30 min /día

Tiempo por necesidades fisiológicas e imprevistos: 20 min /día

Total de tiempo improductivo: 50 min /día

Ahora, se calcula el tiempo productivo por operario (TPO), restando al T.N.O. el tiempo improductivo:

T N O por turno = (60 min/hora) * 8 horas/día.

T N O por turno = 480 min /día

TPO = TNO – TI

TPO = 480 min /día - 50 min /día

TPO = 430 min /día

TPO = 7.16 horas día de tiempo productivo.

A continuación se relaciona el tiempo productivo por operario con el tiempo de producción (TP) de los productos ofrecidos por LAS DELICIAS DE ATA S.A.S) para calcular la capacidad instalada mediante la siguiente formula:

Capacidad instalada = TPO/ TP

Capacidad instalada Día

Hallamos la capacidad instalada

Capacidad instalada = TPO/ TP

Capacidad instalada = 7.16 horas

	AÑO 1	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
Capacidad instalada /horas/hombre	6.720	6.720	6.720	6.720	6.720
Capacidad utilizada	2.470	3.188	3.522	3.966	4.083
% utilización capacidad instalada en h/h	36.8%	47.4%	52.4%	59%	60.8%

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
JESUS ERIBERTO BENITEZ PEREZ	estudiante del programa de ingenieria mecanica en el proceso de graduacion en la universidad de la guajira, con varios cursos de cocina y experiencia en la gastronomia por mas de seis años, así como conocedor de las bondades del nopal y su relacion en la combinación con las comidas	Gerente

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
Gerente	$ 1,200,000.00	$ 700,136.00	$ 1,900,136.00	Mes	12
técnico en cocina 1	$ 1,000,000.00	$ 606,426.00	$ 1,606,426.00	Mes	9
técnico en cocina 2	$ 1,000,000.00	$ 606,426.00	$ 1,606,426.00	Mes	9
mesero	$ 1,000,000.00	$ 606,426.00	$ 1,606,426.00	Mes	9
contador	$ 500,000.00	$ 00.00	$ 500,000.00	Mes	12

Descripción	Remuneración Primer Año	Valor Solicitado Fondo	Aportes Emprendedores	Ingresos por Ventas
Gerente	$ 22,801,632.00	$ 7,600,544.00	$ 00.00	$ 00.00
técnico en cocina 1	$ 14,457,834.00	$ 6,425,704.00	$ 00.00	$ 00.00
técnico en cocina 2	$ 14,457,834.00	$ 6,425,704.00	$ 00.00	$ 00.00
mesero	$ 14,457,834.00	$ 6,425,704.00	$ 00.00	$ 00.00
contador	$ 6,000,000.00	$ 2,000,000.00	$ 00.00	$ 00.00
Total Solicitado:		**$ 28,877,656.00**	**$ 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): posicionamiento empresarial
Propósito: introducción y penetración del mercado.

Actividad	Recurso Requerido	Mes de Ejecución	Costo	Responsable (nombre del cargo lider del proceso)
Creación Imagen corporativa	papelería, avisos y logo. señalización empresarial	3	$ 3,000,000.00	gerente
implementación merchandising	manillas. Lapicero, agendas y llaveros	3	$ 2,000,000.00	gerente
pauta radial	pauta publicitaria 20 seg/ 3 veces dias	3	$ 1,000,000.00	gerente
promocion visual de	folletos media carta papel y afiches	3	$ 1,400,000.00	gerente
video promocional de las delicias de ata	recurso grafico digital	3	$ 800,000.00	gerente
Costo Total:			**$ 8,200,000.00**	

Estrategia de Comunicación (nombre): implementacion redes sociales
Propósito: desarrollar canal de comunicación virtual de las delicias de ata

Actividad	Recurso Requerido	Mes de Ejecución	Costo	Responsable (nombre del cargo lider del proceso)
evento lanzamiento	recursos impresos, recursos digitales, publicidad virtual	4	$ 1,000,000.00	gerente
Costo Total:			**$ 1,000,000.00**	

Estrategia de Distribución (nombre): implementación estrategias de distribución
Propósito: fortalecimiento de los canales de distribución para las delicias de ata

Actividad	Recurso Requerido	Mes de Ejecución	Costo	Responsable (nombre del cargo lider del proceso)
posicionamiento canal de distribución directa street	posicionamiento directo a través de actividades en las	3	$ 1,800,000.00	gerente

marketing	calles en las cuales se utiliza a los ciudadanos, se necesitan camisetas, pasacalles, disfraces, etc.			
Costo Total:			**$ 1,800,000.00**	

Período de arranque e improductivo

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

Actividad 1: Firma acta de inicio entre Enterritorio, entre el emprendedor, la interventoría y la gestora operativa del Sena

Mes de ejecución: 01

Fuente de Financiación: Emprendedor

Actividad 2: Aprobación del lugar de operaciones de las Las delicias de ata está ubicada en el corregimiento de carretalito, barrancas la guajira; dirección carrera 5 entre calle 4 # 4-90

Mes de ejecución: 02

Fuente de Financiación: Fondo Emprender

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

El periodo improductivo de las delicias de ata son 2 meses. El cual se dividirá en 2 meses para legalización y adecuaciones, y a los 3 meses ya podemos abrir nuestras puertas al público para que puedan venir en familia a nuestro negocio y obtener nuestros productos.

VI. ¿Qué Riesgos Enfrento?

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

Una empresa es una entidad vulnerable que se ve afectada por fuerzas externas, ya sean financieras, políticas, tecnológicas, socioculturales o medioambientales.

Todos estos factores influyen en el proceso de compra, desde la negociación de precios hasta la gestión comercial y de proveedores.

Con la experiencia de LAS DELICIAS DE ATA lo largo de su vida comercial, hemos determinado estos factores como los que más nos han afectado y los que creemos que a lo largo del tiempo tienen más posibilidades de ser críticos para nosotros. A continuación se agregan las descripciones de cada factor donde se podrá ver por qué son temas de interés a tener en cuenta en nuestro emprendimiento.

El entorno financiero: El entorno financiero, que incluye el rendimiento económico, tiene una repercusión importante en la forma en que los compradores realizan sus operaciones de adquisición, este factor puede afectar nuestro emprendimiento de manera concreta, debido a que vivimos en una sociedad que funciona totalmente mediante un sistema económico en constante movimiento. Un hecho concreto lo encontramos cuando existe una recesión económica personas compran menos o solo invierten en productos necesarios, esto afecta directamente las intenciones de crecimiento de LAS DELICIAS DE ATA, ya que podría afectar las ventas en determinado momento.

Cambio político: Un cambio en el gobierno, las normativas o la política internacional puede afectar de manera importante nuestro emprendimiento, ya que sus decisiones por lo general afectan la vida social de las personas, así también como las de las empresas. Un cambio en las leyes comerciales, por ejemplo, podría afectar de manera directa nuestra empresa.

En el ámbito nacional, los cambios en el gobierno y las normativas pueden implicar reformas reglamentarias y cambios en la representación y los paquetes de apoyo empresarial. Esto podría afectar nuestro emprendimiento, sabiendo que estructuramos nuestra cadena de suministro, la cual cumple las normativas en materia de empleo, impuestos, salud y seguridad, ética y control de calidad.

Avances tecnológicos: El panorama tecnológico evoluciona constantemente, por lo que los clientes esperan que las empresas funcionen más rápido, estén más conectadas y les ofrezcan los últimos avances.

Por esta razón LAS DELICIAS DE ATA debe ir un paso por delante de los cambios en el entorno tecnológico y cómo afectan a su negocio. Desde los productos y servicios que ofrecemos, hasta el sistema de colaboración de compradores con proveedores, en nuestro emprendimiento sabemos la importancia de cómo y cuánto afecta la tecnología las decisiones de compra y de las personas.

Cambio sociocultural: en LAS DELICIAS DE ATA sabemos que no se pueden ignorar los factores socioculturales de nuestro emprendimiento. Nuestro departamento encargado de las relaciones de venta y marketing tienen conocimiento y estrategias para contrarrestar los comportamiento y cambios sociales que ocurren en nuestro entorno, puesto que sabemos que estos factores por lo general afectan las decisiones de compra de nuestro segmento de mercado. En nuestra empresa estamos en constante investigación y planeación de métodos y estrategias que a corto, medio y largo plazo nos ayuden a mitigar en lo posible los efectos de estos factores.

También nos vemos expuestos a otros factores que para nosotros son más importantes, puesto que afectan de manera más directa y constante nuestro emprendimiento:

Los Proveedores: juegan un papel crucial en la empresa en nuestra empresa puesto que proveen materias primas, que usamos para nuestra actividad comercial. Nuestros proveedores juegan un papel importante en la determinación de los costos de producción de nuestros productos, por eso para nosotros es muy importante contar con proveedores confiables y responsables.

Los competidores: para nosotros, dentro de nuestro emprendimiento, la competencia es un factor externo, obviamente, puesto que afecta las decisiones de compra de los potenciales clientes, pero LAS DELICIAS DE ATA, toma acciones que permiten tomar esta coyuntura a nuestro favor, puesto que nos ayudan a las a medir la intensidad de capacidad de diferenciación y adaptación. La competencia también pone retos a las organizaciones.

Los clientes: podría decirse que son el objeto de la competitividad. Contribuyen a controlar los precios por la vía de la demanda, sobre todo cuando hay mercados competitivos. Los clientes, como actores centrales de la actividad económica, hacen parte del entorno empresarial en el sentido de que dadas sus características de educación, género, ingreso facilitan o no el proceso de inserción de las organizaciones en los mercados.

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

Factores externos: Puestos de comidas informales

Plan de acción para mitigar: 1. Fortalecer las relaciones cliente empresa con el fin de lograr una fidelización genuina, y fomentando alianzas estratégicas que fortalezcan el crecimiento del sector**. 2.** Hacer nuestros productos de excelente calidad, que sea apetecido por el cliente

Factores externos: Posibles brotes de enfermedades

Plan de acción para mitigar:1**.** Cumplimiento de los protocolos de trazabilidad contemplados en la Resolución 20186 de 2016. **2.** Cumplimiento del Decreto 749 del 28 de mayo de 2020 con la normatividad vigente ante la pandemia COVID 19 o 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

Variables Técnicas

Riesgo: Iluminación inadecuada **Plan de mitigación**: **1.** Adecuar la intensidad de la iluminación a las exigencias visuales de las tareas **2.** Eliminar deslumbramientos

Riesgo: Temperatura, ventilación y humedad **Plan de mitigación**: Regulación de las temperaturas según las exigencias.

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 establecidas para 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

Riesgo: Sequias **Plan de mitigación**: Utilización de un tanque elevado para mitigar las deficiencias de agua, en caso muy extremo contratar carro tanques de agua para continuar la producción

Variables Comerciales

Riesgo: Competencia desleal por otros productoresPlan de mitigación: Estrategias, actividades, plan de medios, promoción constante, estrategias de comunicación

Riesgo: Disminución del valor del producto en mercado mayorista por sobre oferta

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. Uso de casco e indumentaria adecuada. **5.** Mantenimiento del parque automotor. **6.** Capacitaciones sobre seguridad vial. **7.** Distribución clara de tareas y competencias

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

LAS DELICIAS DE ATA como iniciativa empresarial se enfrenta a dos factores externos que pueden llegar afectar nuestra ejecución y proyección empresarial, estos factores son: el estado económico del mercado y la competencia.

El plan de acción para mitigar este riesgo está conformado por las siguientes estrategias:

Variable comercial.

Riesgo: Estabilidad del Mercado.

Plan de mitigación: El mercado es volátil y puede provocar que las inversiones hechas no contengan los beneficios esperados y se genere una falla en la agilidad organizacional. Si no tenemos una organización suficientemente flexible para adaptarse a las nuevas necesidades de nuestro entorno se pueden perder oportunidades importantes, por lo que contar con marcos de referencia ya aplicados en nuestros procesos de manera simple nos puede incrementar las ventajas competitivas.

Riesgo: Falta de innovación de nuevos productos, servicios y operaciones.

Plan de mitigación: Este factor es el principal motor de **LAS DELICIAS DE ATA** para la gestión de riesgos positivos, donde un adecuado control de proyectos y gobierno de los mismos nos dará la ventaja necesaria para ampliar los horizontes del de nuestra empresa.

Variable Talento Humano.

Riesgo: Inversión en procesos, capacitación y herramientas.

Plan de mitigación: Se requieren los elementos clave que permitan acortar crear una organización más compacta, fuerte y con mayor capacidad de resiliencia.

Además **LAS DELICIAS DE ATA** prevé acciones específicas que ayudan a combatir los riesgos y reaccionar a ellos, tales como:

1. Identificar mercados potenciales de alto crecimiento para expandir nuestras operaciones.

2. Establecer una estrategia de negocio alineada a las necesidades del mercado.

3. Establecer formalmente un sistema de Gestión de Riesgos que gobierne los riesgos de nuestra empresa, operativos de las áreas, así como de proyectos con los canales adecuados en conjunto con una gestión estratégica de objetivos.

4. Atacar directamente las inversiones de en el sector de restaurantes para corregir las prácticas de nuestra empresa que resultan poco óptimas o fallidas.

5. Evaluar las relaciones de **LAS DELICIAS DE ATA** con nuestros proveedores y socios para fomentar la innovación y seguridad.

VII. Resumen Ejecutivo

Emprendedor(es):

Nombre	Email	Rol
JESUS ERIBERTO BENITEZ PEREZ	jebenitez@uniguajira.edu.co	Emprendedor

Concepto del Negocio:

Concepto del negocio: Las delicias de ata, ofrece comidas rápidas con buenos ingredientes y gran variedad, de manera rápida y oportuna con excelente atención, presentación, higiene y calidad. Además, con un alto valor nutritivo, en un ambiente cómodo, agradable y seguro. Siempre comprometidos con no causar daño al medioambiente.donde nuestros productos siempre tendra como ingrediente principal el nopal en forma de encurtido para asi darle un toque unico a nuestros platos.

Como propuesta de Valor se brindará a los clientes un producto de óptima calidad, excelente atención para satisfacción del cliente, también una excelente higiene y tener compromiso con cuidar el medio ambiente

Las delicias de ata, pertenece al sector de **la gastronomía** se regirá bajo el Código **CIIU AC 1084**, con descripción **Elaboración de comidas y platos preparados.**

Incorporar en las comidas rápidas encurtidos-Nopal (tuna España), es una planta cactácea nativa de la Guajira- y por eso queremos utilizarla dando le un buen manejo a la flora de nuestro departamento ya que esta posee muchos beneficios para la salud, ayuda a controlar el colesterol y la diabetes, ayuda a contrarrestar el cáncer, ayuda a reducir la hipertensión arterial y la gastritis.

Darle un toque innovador a través de plantas originarias del departamento de la guajira, presentando un producto rico en propiedades para la salud y supliendo las necesidades de nuestros clientes. Por eso decidimos crear la picada desértica y la pizza guajira donde su ingrediente principal es el nopal en

el cual diversos estudios han demostrado los beneficios que tiene la ingesta de esta planta cactácea para la salud.

tambien como innovador tendremos una bebida hecha a base de nopal esta bebida es hidratante y energizante que ayuda a disminuir enfermedades como la diabetes y esto nos hara llegar a muchas mas personas que no puede ingerrir nuestro alimentos po cosas de salud gracias al nopal podremos llegar a ellos con nuestra bebida.

nuestro emprendimiento es innovador en la ensalada ya que realizamos a base de nopal agregando lechuga que esto hace de esta ensalada alto muy nutritivo para el cuerpo humano donde todos nuestros productos tendra esta ensalada haciendo los productos muy llamativos ya que son planta nativas de la guajira esto nos hace tambien representar nuestra tierra guajira.

tambien tendremos una bebida a base de nopal donde se le podra agregar cualquier fruta citrica que quiera el cliente cabe recordar esta bebida es muy buena para salud y podria tomarse con cualquiera de nuestros platos que ofrecemos.

Con la compra de maquinaria de alta tecnología , le dejará a DELICIAS DE ATA mejorar sus procesos, logrando producir más productos y de esta forma poder acaparar de forma eficiente y eficaz a nuestros clientes, pues sabemos que los negocios de comida rapida tienen que definirse por la velocidad del servicio.

Con la compra de maquinaria de alta tecnología , le dejará a DELICIAS DE ATA mejorar sus procesos, logrando producir más productos y de esta forma poder acaparar de forma eficiente y eficaz a nuestros clientes, pues sabemos que los negocios de comida rapida tienen que definirse por la velocidad del servicio.

a continuacion expones cada linea de producto de nuestro emprendimiento con su respectiva definicion:

picada desertica: quisito plato cuya preparación se basa en una elaborada mezcla de papa, carnes y embutidos, por lo general salchichas, freídos a un punto especial y aderezados con una extensa variedad de salsas.

Beneficios de la picada desértica

Es una especie de salchipapa muy saludable al utilizar ingredientes con un alto valor nutritivo, Los componentes de la picada desértica son buenos, tiene propiedades nutritivas adecuadas. La papa que tiene energía y la salchicha con proteínas, pero a la vez tienen grasas. El punto es cómo se prepara y con qué se acompaña nosotros contrarrestaremos eso con nuestra ensalada a base de nopal.

pizza guajira

es una de las comidas más populares del mundo. Aunque hay múltiples variedades, lo habitual es que la pizza se cree a partir de un pan chato, con forma de disco, amasado con agua, sal, levadura y harina.

Beneficios Pizza guajira

Tiene carbohidratos complejos que el organismo absorbe lentamente y hacen que el cuerpo disfrute de una energía constante, como los cereales de la masa. La utilización de alimentos como aceitunas, muy sabrosas en la pizza, hace que también estemos ingiriendo aceites ricos en colesterina y vitaminas A,D, E y K. y al implementarle nuestro encurtido de nopal les da mucho mas valores nutritivos

perro carretalitero

es un alimento en forma de bocadillo que se genera con la combinación de una salchicha hervida o frita, servida en un pan con forma alargada que suele acompañarse con algún aderezo.

Beneficios Perro carretalitero

Desde el punto de vista nutritivo, los perritos calientes son una fuente de proteínas debido al contenido cárnico de las salchichas. El contenido calórico del perro caliente puede variar dependiendo de los acompañamientos nosotros al utilizar encurtido de nopal estos ayudan a prevenir muchas enfermedades como diabetes que afectan muchos a las personas.

hamburguesa napolitana

es un sándwich hecho a base de carne molida o de origen vegetal, aglutinada en forma de filete cocinado a la parrilla o a la plancha, aunque también puede freírse u hornearse

Beneficios Hamburguesa nopalita

La hamburguesa nopalita es una comida y tiene nutrientes, lo que tenemos que ver es qué tipo de hamburguesa comemos, con qué frecuencia y con qué lo acompañamos para no hacer daño realizaremos una salsa a base nopal para acompañar la proteína ya que el nopal tienen fuentes de vitamina como (A, B, B2, C y K).Además, es una fuente de proteínas, genera un aumento de energía con el hierro, glóbulos rojos con B12 y vitamina B-6 para más refuerzo.

Beneficios del nopal

El nopal tiene muchas propiedades nutricionales y se caracteriza por ser rico en calcio, potasio, fosforo, sodio; también contiene diferentes glúcidos o carbohidratos y componentes nitrogenados. El nopal es rico en fibras y algunas vitaminas como la (A, B, B2, C y K), riboflavina, vitamina B6, clorofila y proteínas (Vargas, 2017). Lo anterior muestra lo valioso que es el nopal para mejorar o mantener la salud del ser humano, debido a que es una fuente de nutrientes que apoyan al sistema inmunológico, y que contribuyen a mejorar el funcionamiento del sistema glandular, nervioso, circulatorio, respiratorio y digestivo.

Por lo tanto, se logró establecer en el municipio que los encurtidos ayudan a contrarrestar enfermedades como la diabetes, gastritis, osteoporosis y cáncer, observando que tuvo una buena aceptación en el mercado, ya que es un producto 100% natural.

Por otra parte, la harina de nopal es un alimento “que ayuda a reducir el riesgo de enfermedades cardiovasculares, crónico-degenerativas, diabetes y cáncer debido a sus altos valores de fibra dietética, compuestos fenólicos, flavonoides y ácidos grasos de cadena corta”

comportamiento comercial

La empresa reporta avance comercial en el histórico de ventas de los años 2018, 2019 y 2020

Para el año 2017 las delicias de ata un total en ventas de 52.200.000 COP en sus productos.

Para el año 2018 las delicias de ata un total en ventas de 64.060.000 COP en sus productos.

Para el año 2019 las delicias de ata un total en ventas de 57.186.000 COP en sus productos.

actualmente tenemos en este año 2021 unas ventas que superan los 77 millones de pesos

finanzas

PROYECCIONES DE VENTAS

AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
121.641.000	160.444.220	182.786.774	221.513.828	235.217.652

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Capacidad instalada /horas/hombre	6.720	6.720	6.720	6.720	6.720
Capacidad utilizada	2.470	3.188	3.522	3.966	4.083
% utilización capacidad instalada en h/h	36.8%	47.4%	52.4%	59%	60.8%

margen por por productos

picada desertica: 57,9% 56.4% 59.1% 62.6% 63%

pizza guajira: 59.1 % 58% 59.7% 62% 62,2%

perro carretalitero: 51.3% 49.7% 52.5% 56.1% 56.5%

hamburguesa napolitana: 56.4% 54.7% 57.8% 61.7% 62.2%

tasa interna de retorno 12,86 %
valor actual neto 10,106,104
periodo de recuperacion de la inversion 3

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:

Hamburguesa nopalita - unidad

Materia Prima	Unidad	Cantidad	Presentacion	Margen de Desperdicio (%)
Materia Prima				
carne	gramos	30	presa	0
cebolla camelizada	gramos	3	verdura	0
nopal	gramos	5	verdura	0
pan de hamburguesa	gramos	20	bolsa	0
queso mozarella	gramos	5	paquete	0
salsa	gramos	2	frasco	0
tocineta	gramos	6	lamina	0
tomate	gramos	2	verdura	0

Perro carretalitero - Unidad

Materia Prima	Unidad	Cantidad	Presentacion	Margen de Desperdicio (%)
Materia Prima				
lechuga	gramos	2	verdura	0
nopal	gramos	7	verdura	0
pan de perro	gramos	30	paquete	0
papa ripio	gramos	3	verdura	0
queso mozarella	gramos	8	paquete	0
salchicha ranchera	unidad	2	bolsa	0
salsa	gramos	2	frasco	0

Picada desértica - Unidad

Materia Prima	Unidad	Cantidad	Presentacion	Margen de Desperdicio (%)
Materia Prima				
butifarra	gramos	10	paquete	0
chorizo	gramos	10	paquete	0
lechuga	gramos	2	verdura	0
nopal	gramos	5	verdura	0
papa	gramos	80	verdura	0
papa ripio	gramos	5	verdura	0
pollo	gramos	30	presa	0
queso	gramos	17	rayado	0
salchicha tradicional	gramos	20	presa	0
salsa	gramos	4	frasco	0

Pizza guajira - Unidad

Materia Prima	Unidad	Cantidad	Presentacion	Margen de Desperdicio (%)
Materia Prima				
harina	gramos	300	bolsa	0
jamon	gramos	300	lamina	0
nopal	gramos	20	verdura	0
pollo	gramos	80	presa	0
queso mozarella	gramos	80	lamina	0
salsa	gramos	8	frasco	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**
Materia Prima	$ 17,949,538.00	$ 22,646,764.00	$ 23,507,601.00	$ 33,316,577.00	$ 36,009,880.00
Totales	**$ 17,949,538.00**	**$ 22,646,764.00**	**$ 23,507,601.00**	**$ 33,316,577.00**	**$ 36,009,880.00**

Proyección de Compras (Unidades)					
Tipo de Insumo	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**
Materia Prima					
butifarra	$ 31,000.00	$ 38,800.00	$ 42,550.00	$ 47,630.00	$ 45,220.00
carne	$ 91,500.00	$ 114,120.00	$ 121,800.00	$ 132,090.00	$ 151,560.00
cebolla camelizada	$ 9,150.00	$ 11,412.00	$ 12,180.00	$ 13,209.00	$ 15,156.00
chorizo	$ 31,000.00	$ 38,800.00	$ 42,550.00	$ 47,630.00	$ 45,220.00
harina	$ 637,800.00	$ 772,800.00	$ 847,200.00	$ 1,179,900.00	$ 1,241,100.00
jamon	$ 637,800.00	$ 772,800.00	$ 847,200.00	$ 1,179,900.00	$ 1,241,100.00
lechuga	$ 12,106.00	$ 15,264.00	$ 16,720.00	$ 18,236.00	$ 18,198.00
nopal	$ 93,941.00	$ 116,204.00	$ 126,790.00	$ 154,975.00	$ 162,649.00
pan de hamburguesa	$ 61,000.00	$ 76,080.00	$ 81,200.00	$ 88,060.00	$ 101,040.00
pan de perro	$ 88,590.00	$ 112,560.00	$ 123,150.00	$ 130,650.00	$ 137,310.00
papa	$ 248,000.00	$ 310,400.00	$ 340,400.00	$ 381,040.00	$ 361,760.00
papa ripio	$ 24,359.00	$ 30,656.00	$ 33,590.00	$ 36,880.00	$ 36,341.00
pollo	$ 263,080.00	$ 322,480.00	$ 353,570.00	$ 457,530.00	$ 466,620.00
queso	$ 52,700.00	$ 65,960.00	$ 72,335.00	$ 80,971.00	$ 76,874.00
queso mozarella	$ 208,954.00	$ 255,116.00	$ 279,060.00	$ 371,495.00	$ 392,836.00
salchicha ranchera	$ 5,906.00	$ 7,504.00	$ 8,210.00	$ 8,710.00	$ 9,154.00
salchicha tradicional	$ 62,000.00	$ 77,600.00	$ 85,100.00	$ 95,260.00	$ 90,440.00
salsa	$ 41,414.00	$ 51,240.00	$ 55,942.00	$ 68,032.00	$ 70,442.00
tocineta	$ 18,300.00	$ 22,824.00	$ 24,360.00	$ 26,418.00	$ 30,312.00
tomate	$ 6,100.00	$ 7,608.00	$ 8,120.00	$ 8,806.00	$ 10,104.00

Proyección de Compras (Pesos)					
Tipos de Insumo	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**
Materia Prima					
butifarra	$ 155,000.00	$ 194,000.00	$ 212,750.00	$ 285,780.00	$ 271,320.00
carne	$ 1,647,000.00	$ 2,168,280.00	$ 231,420.00	$ 2,641,800.00	$ 3,182,760.00
cebolla camelizada	$ 9,150.00	$ 11,412.00	$ 12,180.00	$ 13,209.00	$ 15,156.00
chorizo	$ 155,000.00	$ 194,000.00	$ 212,750.00	$ 285,780.00	$ 271,320.00
harina	$ 1,275,600.00	$ 1,545,600.00	$ 1,694,400.00	$ 2,359,800.00	$ 2,482,200.00
jamon	$ 3,826,800.00	$ 4,636,800.00	$ 5,083,200.00	$ 8,259,300.00	$ 8,687,700.00
lechuga	$ 212,590.00	$ 283,024.00	$ 318,580.00	$ 367,168.00	$ 372,784.00
nopal	$ 706,028.00	$ 872,952.00	$ 1,060,885.00	$ 1,330,530.00	$ 1,408,021.00
pan de hamburguesa	$ 488,000.00	$ 608,640.00	$ 730,800.00	$ 792,540.00	$ 909,360.00
pan de perro	$ 354,360.00	$ 450,240.00	$ 492,600.00	$ 653,250.00	$ 686,550.00
papa	$ 744,000.00	$ 931,200.00	$ 1,021,200.00	$ 1,143,120.00	$ 1,447,040.00
papa ripio	$ 97,436.00	$ 122,624.00	$ 134,360.00	$ 160,585.00	$ 181,705.00
pollo	$ 2,104,640.00	$ 2,579,840.00	$ 3,182,130.00	$ 4,117,770.00	$ 4,199,580.00
queso	$ 685,100.00	$ 857,480.00	$ 1,012,690.00	$ 1,133,594.00	$ 1,153,110.00
queso mozarella	$ 1,841,712.00	$ 2,247,008.00	$ 2,737,460.00	$ 3,658,095.00	$ 4,197,444.00
salchicha ranchera	$ 2,539,580.00	$ 3,361,792.00	$ 3,817,650.00	$ 4,215,640.00	$ 4,604,462.00
salchicha tradicional	$ 496,000.00	$ 620,800.00	$ 680,800.00	$ 857,340.00	$ 813,960.00
salsa	$ 459,042.00	$ 588,280.00	$ 644,386.00	$ 794,708.00	$ 842,496.00
tocineta	$ 146,400.00	$ 365,184.00	$ 219,240.00	$ 237,762.00	$ 272,808.00
tomate	$ 6,100.00	$ 7,608.00	$ 8,120.00	$ 8,806.00	$ 10,104.00
Total	**$ 17,949,538.00**	**$ 22,646,764.00**	**$ 23,507,601.00**	**$ 33,316,577.00**	**$ 36,009,880.00**
IVA	**$ 00.00**	**$ 00.00**	**$ 00.00**	**$ 00.00**	**$ 00.00**
Total mas IVA	**$ 17,949,538.00**	**$ 22,646,764.00**	**$ 23,507,601.00**	**$ 33,316,577.00**	**$ 36,009,880.00**

Costos Administrativos

Gastos de Puesta en Marcha:

Descripción	Valor
Escrituras y Gastos Notariales	100,000.00

gastos de constitucion	200,000.00
Permisos y Licencias	00.00
Registro Mercantil	500,000.00
Registros, Marcas y Patentes	00.00
Total:	**$ 800,000.00**

Gastos Anuales de Administracion:

Descripción	Valor
Cargos por servicios bancarios	200,000.00
Pagos por arrendamientos	14,400,000.00
Publicidad	11,000,000.00
Reparaciones y mantenimiento	00.00
Seguros	1,648,000.00
Servicios Públicos	6,000,000.00
Sistema de Gestión de Salud y Seguridad en el trabajo	1,700,000.00
Suministros de Oficina	2,400,000.00
Suscripciones y Afiliaciones	00.00
Teléfono, Internet, Correo	1,680,000.00
Total:	**$ 39,028,000.00**

Ingresos

Fuentes de Financiación:

Recursos solicitados al fondo emprender en (smlv) 88

Aporte de los Emprendedores

Nombre	Valor	Detalle
Bien		
asador	$ 600,000.00	asador al carbón
azates	$ 400,000.00	50 azafates
cafetera	$ 300,000.00	cafetera eléctrica para tinto
camara de seguridad	$ 800,000.00	4 camaras de seguridad y kit de instalacion
celular samsung	$ 800,000.00	samsung a21s almacenamiento 128gb
computador de mesa	$ 1,700,000.00	memoria ram 4gb monitor samsung cpu de alto rendimiento
cuchillos de cocina	$ 140,000.00	2 set de cuchillos para chef
horno microondas	$ 300,000.00	horno microondas para calentar alimentos
impresora	$ 338,000.00	impresora hp 3635
jarras	$ 200,000.00	20 jarras de vidrio
manteles	$ 300,000.00	10 manteles para las mesas
molino	$ 300,000.00	molino de carne eléctrico
picadora	$ 300,000.00	picadora de alimentos
platos llanos y hondos	$ 600,000.00	50 platos llanos en vidrio 50 platos hondos en vidrio
platos para salsas	$ 150,000.00	50 platos para salsas
porta servilleta	$ 190,000.00	10 porta servilleta
tenedores, cucharas , cuchillo	$ 300,000.00	50 tenedores 50 cucharas 50 cuchillos
turbina de agua	$ 220,000.00	turbina de agua 1/2 hp presion max:40mt
vasos	$ 200,000.00	100 vasos de vidrios
Dinero		
registro de la empresa	$ 800,000.00	registro de cámara de comercio registro mercantil permisos necesarios
tazas tintera	$ 62,000.00	10 tazas tintera taylor market
Total:	**$ 9,000,000.00**	

Recursos de Capital

	Cuantía	Plazo	Forma de Pago	Interes (Nominal/Anual)	Destinación
Crédito					
	$ 6,992,344.00	60	contado	10	adecuaciones
	$ 9,470,000.00	60	contado	10	maquinaria y equipo
	$ 2,020,000.00	60	contado	10	equipos de computo
	$ 6,196,000.00	60	contado	10	muebles y enseres

	$ 28,877,656.00	60	contado	10	nomina
	$ 11,000,000.00	60	contado	10	publicidad
	$ 460,000.00	60	contado	10	internet
	$ 1,684,000.00	60	contado	10	seguro de la empresa
	$ 2,000,000.00	60	contado	10	servicios publicos
	$ 1,700,000.00	60	contado	10	sistema de seguridad en el trabajo
	$ 9,600,000.00	60	contado	10	arriendo
Total:	**$ 80,000,000.00**				

Proyeccion de Ingresos por Ventas

Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Picada desértica	$ 34,100,000.00	$ 44,387,200.00	$ 50,625,990.00	$ 58,937,362.00	$ 58,189,096.00
Pizza guajira	$ 46,772,000.00	$ 58,938,880.00	$ 67,197,080.00	$ 97,329,951.00	$ 106,473,969.00
Perro carretalitero	$ 23,624,000.00	$ 31,216,640.00	$ 35,520,565.00	$ 39,190,645.00	$ 42,836,143.00
Hamburguesa nopalita	$ 30,500,000.00	$ 39,561,600.00	$ 43,912,960.00	$ 49,529,347.00	$ 59,103,348.00
Total	**$ 134,996,000.00**	**$ 174,104,320.00**	**$ 197,256,595.00**	**$ 244,987,305.00**	**$ 266,602,556.00**
Iva	**$ 00.00**	**$ 00.00**	**$ 00.00**	**$ 00.00**	**$ 00.00**
Total con Iva	**$ 134,996,000.00**	**$ 174,104,320.00**	**$ 197,256,595.00**	**$ 244,987,305.00**	**$ 266,602,556.00**

Egresos

Índice de Actualización monetaria 1.04

Inversiones Fijas y Diferidas

Concepto	Valor	Mes	Fuente de financiación
Maquinaria y Equipo	$ 9470000,00	0	Fondo Emprender
Equipo de Comunicación y Computación	$ 2020000,00	0	Fondo Emprender
Muebles y Enseres y Otros	$ 6196000,00	0	Fondo Emprender
Infraestructura - Adecuaciones	$ 6992344,00	0	Fondo Emprender
Total:	**$ 24,678,344.00**		

Costos de Puesta en Marcha

Descripcion	Valor
Escrituras y Gastos Notariales	$ 100,000.00
gastos de constitucion	$ 200,000.00
Permisos y Licencias	$ 00.00
Registro Mercantil	$ 500,000.00
Registros, Marcas y Patentes	$ 00.00
Total	$ 800,000.00

Costos Anualizados Administrativos

Descripcion	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cargos por servicios bancarios	$ 200,000.00	$ 208,000.00	$ 216,320.00	$ 224,972.80	$ 233,971.71
Pagos por arrendamientos	$ 14,400,000.00	$ 14,976,000.00	$ 15,575,040.00	$ 16,198,041.60	$ 16,845,963.26
Publicidad	$ 11,000,000.00	$ 11,440,000.00	$ 11,897,600.00	$ 12,373,504.00	$ 12,868,444.16
Reparaciones y mantenimiento	$ 00.00	$ 00.00	$ 00.00	$ 00.00	$ 00.00
Seguros	$ 1,648,000.00	$ 1,713,920.00	$ 1,782,476.80	$ 1,853,775.87	$ 1,927,926.91
Servicios Públicos	$ 6,000,000.00	$ 6,240,000.00	$ 6,489,600.00	$ 6,749,184.00	$ 7,019,151.36
Sistema de Gestión de Salud y Seguridad en el trabajo	$ 1,700,000.00	$ 1,768,000.00	$ 1,838,720.00	$ 1,912,268.80	$ 1,988,759.55
Suministros de Oficina	$ 2,400,000.00	$ 2,496,000.00	$ 2,595,840.00	$ 2,699,673.60	$ 2,807,660.54
Suscripciones y Afiliaciones	$ 00.00	$ 00.00	$ 00.00	$ 00.00	$ 00.00
Teléfono, Internet, Correo	$ 1,680,000.00	$ 1,747,200.00	$ 1,817,088.00	$ 1,889,771.52	$ 1,965,362.38
Total	$ 39,028,000.00	$ 40,589,120.00	$ 42,212,684.80	$ 43,901,192.19	$ 45,657,239.88

Gastos de Personal

Cargo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
contador	$ 6,000,000.00	$ 6,240,000.00	$ 6,489,600.00	$ 6,749,184.00	$ 7,019,151.36
Gerente	$ 14,400,000.00	$ 14,976,000.00	$ 15,575,040.00	$ 16,198,041.60	$ 16,845,963.26

mesero	$ 12,000,000.00	$ 12,480,000.00	$ 12,979,200.00	$ 13,498,368.00	$ 14,038,302.72
técnico en cocina 1	$ 12,000,000.00	$ 12,480,000.00	$ 12,979,200.00	$ 13,498,368.00	$ 14,038,302.72
técnico en cocina 2	$ 12,000,000.00	$ 12,480,000.00	$ 12,979,200.00	$ 13,498,368.00	$ 14,038,302.72
Total	$ 56,400,000.00	$ 58,656,000.00	$ 61,002,240.00	$ 63,442,329.60	$ 65,980,022.78

Capital de Trabajo

Componente	Valor	Fuente de financiación	Observación
arriendo del local	$ 9,600,000.00	Fondo Emprender	pago del arriendo del local comercial
evento de lanzamiento	$ 1,000,000.00	Fondo Emprender	evento de lanzamiento de la empresa
gasto de constitucion de la empresa	$ 800,000.00	Aporte Emprendedores	gasto para constituir la empresa
honorarios contador	$ 2,000,000.00	Fondo Emprender	pago del contador
maquinaria y equipo	$ 9,470,000.00	Fondo Emprender	compra de maquinaria y equipo
nomina empleados	$ 26,877,656.00	Aporte Emprendedores	pago de nomina de la empresa delicias de ata
Publicidad	$ 10,000,000.00	Fondo Emprender	compra de publicidad para las estrategias de posicionamiento de la empresa
Total:	**$ 59,747,656.00**		