

PLAN DE NEGOCIO TURISMO EMPRENDE 2023**INFORMACIÓN DEL PROYECTO**

Plan de negocio	ASADERO EL CANTY		
Fecha	18/06/2023	Categoría	Creación
Municipio	Manaure	Línea	Gastronomía típica Rural
Corregimiento	N/A	Actividad económica	CIIU 5611 EXTENDIDO A LA MESA DE COMIDA PREPARADA

INFORMACIÓN DEL EMPRENDEDOR LÍDER

Nombres y apellidos	YARELIS MAIBETH FREYLE MARIN		
Nº de cédula	40.950.822	Fecha de nacimiento	31/05/1982
Correo electrónico	mashalef.net@gmail.com	Teléfono de residencia	N/A
Celular 1	3212801831	Celular 2	N/A
Municipio de residencia	Manaure	Corregimiento de residencia	N/A

I. QUIEN ES EL PROTAGONISTA

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

Nombre Cliente	Perfil	Localización:	Justificación:
Turistas Nacionales	Son personas que visitan al departamento de la Guajira en busca de conocer y vivir de una experiencia gastronómica de los platos típicos de la cultura wayuu. Son personas que viajan en grupo familiar, que hacen tours, dentro de sus gustos esta por lo menos una vez al año, por lo general son empleados y cuentan con poder adquisitivo.	Están ubicados en las ciudades de Colombia como. Medellín, Bogotá, Cali, Bucaramanga, Barranquilla, Valledupar entre otras.	Se escoge este cliente porque dentro de nuestra participación de ventas representan un número significativo del 50% ya que son los que mayormente visitan al departamento de La Guajira y además les gusta en el momento realizar actividades de conocer la cultura wayuu y de vivir una experiencia gastronómica típica cultural e inolvidable.
Turistas internacionales	Son clientes con un alto nivel de poder adquisitivo que por lo general escogen destinos exclusivos en lugares selectos que se llenan del amor y diversión en las playas paradisíacas como lo es el departamento de la Guajira en busca de disfrutar de la gastronomía exótica típica cultural.	Están ubicados en diferentes países como EEUU, Canadá, Mexico, Argentina, España, Holanda, Francia, Alemania.	Se escogen estos clientes porque ya vienen organizados por medio de operadores turísticos, son los que duran más días conociendo el departamento de La Guajira aportan un 50% a la economía porque les gusta hacer muchos recorridos a paisajes naturales, realizan actividades con experiencias gastronómicas típica cultural.

Visitantes nativos y locales	Son los clientes que visitan de otros municipios vecinos y los locales son habitantes Manaureños con deseos de disfrutar un descanso y de una excelente gastronomía autóctona, son personas con poder adquisitivo.	Están ubicados en La Guajira, Maicao, Riohacha, Barrancas, Fonseca, Villanueva, Sanjuan.	Se escogen estos clientes porque nos visitan por la cercanía de disfrutar de la buena gastronomía típica tradicional propios de la cultura, muchos son empleados y algunos no tienen el tiempo de preparar sus alimentos en casa como sucede con los nativos.
------------------------------	--	--	---

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

Nombre Cliente	Necesidades	Servicios a ofrecer para satisfacer las necesidades del cliente
Turistas Nacionales	La necesidad de disfrutar de una experiencia gastronómica que brinda los establecimientos de comida en el municipio de Manaure demostrado en sus succulentos platos típico cultural y poder adquirir un conocimiento a partir de unas vivencias que los nutrirán de saberes de las costumbres ancestrales tradicionales.	Servicio de alimentación con ambiente cultural propias de la cultura, Ofrecemos gastronomía típica de la región Guajira como lo es el chivo asado, Friche, salpicón, arepas de queso y esto acompañado de nuestra deliciosa chicha de Maíz Guajira. Teniendo una buena atención y calidad en nuestro producto para que cuando regresen de visita a nuestro Municipio Vuelvan a nuestro negocio, tener el gran gusto de atenderlos.
Turistas Internacionales	Disfrutar de la buena comida típica cultural y explorar los destinos turísticos del departamento de la guajira y posteriormente nuestro municipio manaure, visitar lugares atractivos, consumir productos y servicios de hoteles y restaurantes, elegir tours entre otros.	Servicio de alimentación con ambiente cultural propias de la cultura, Teniendo una buena atención y calidad en nuestro producto para que cuando vuelva a visitar nuestro Municipio Vuelvan, para tener el gran gusto de atenderlos.
Visitantes locales y manaureños	Facilidad de adquirir los alimentos a domicilios por la disponibilidad del tiempo mientras se recrean	Servicio de alimentos en el establecimiento gastronómico y cultural, servicio a domicilio por medio de llamadas y mensajes de WhatsApp

II. OPORTUNIDAD MERCADO

3. Describa la tendencia de crecimiento del mercado en el que se encuentra su negocio *(Es esta sección debe detallar la fuente de la información donde identificó la tendencia de crecimiento de este mercado, resultados en términos cualitativos y cuantitativos de la misma) Basada en fuentes oficiales de información*

A Nivel Nacional

La tendencia de la gastronomía típica de la guajira se ha extendido en toda la región caribe colombiana, ya que estos deliciosos platos guajiros lo podemos encontrar fácilmente en restaurantes en Valledupar, barranquilla, santa marta y Cartagena.

Aunque el turismo no representa ni un 5% del PIB nacional, sí ha mostrado un importante avance en los últimos años.

Según datos del Centro de Información Turística de Colombia, con base en el Dane, la cuenta de hoteles y restaurantes ha tenido un crecimiento de 24% en los últimos seis años, 6,9% por encima del promedio nacional, según los datos a cierre de 2017.

Sin embargo, el incremento en su participación no ha sido tan significativo, pues en 2012 fue de 2,75% y al cierre del año pasado el aporte fue de 2,91%.

No obstante, Paula Cortés, presidenta de la Asociación de Agencias de Viajes y Turismo (Anato), explicó que el aporte de dicha industria es mucho mayor. “Cabe destacar que si se toman en cuenta los costos indirectos del turismo, los cuales agrupan el total de la cadena, como transporte, comercio, etcétera, este porcentaje de participación es mayor y alcanzó el 3,7% en el año 2017, de acuerdo con datos de la World Travel & Tourism Council (WTTC)”, explicó la directiva.

Incluso, destacó que el turismo en Colombia ha mostrado una tendencia positiva, que inició en los últimos cuatro años.

“Factores decisivos como el repunte de la economía y otros procesos políticos que favorecieron la imagen del país como destino turístico, le han permitido tales resultados, pues según datos del Dane, en el 2017 este sector presentó un crecimiento del 1,6% respecto al año 2016, logrando una participación del 2,9% en el PIB nacional”, ratificó la directiva.

Muestra de ese buen rendimiento son los datos, por ejemplo, de la llegada de turistas extranjeros que en el año anterior que fue de 6,5 millones de personas, lo que significó un aumento del 28% respecto al 2016. Y la cifra luce mucho más alta si se compara con el incremento que tuvo este indicador en el promedio mundial, que fue de 7%.

“Entre los factores que han influido en el logro de estos buenos resultados podemos destacar las nuevas condiciones de seguridad del país, derivadas del proceso de paz con las Farc, así como los avances en infraestructura y la solidez económica, que han mejorado la confianza internacional y reducido el índice de Riesgo País”, dijo la ministra de Comercio, Industria y Turismo, María Lorena Gutiérrez en días pasados.

Por eso es que a nivel internacional el país está comenzando a ser más atractivo. Por ejemplo, esta semana durante una de las ferias más importantes de turismo, la IBT

Berlín, la Organización Green Destinations reconoció a la Laguna de Tota en Boyacá como Destino sostenible en la categoría 'Lo mejor del planeta' de la región de Las Américas.

Por eso es que Felipe Jaramillo, presidente de ProColombia aseguró que “además de ser un reconocimiento para el departamento, es un llamado especial para que todas las regiones del país postulen iniciativas parecidas que deriven en la atracción de más turistas. El potencial es enorme. Solo en el último año, la Unión Europea aumentó la llegada de viajeros en un 11,8% con respecto al 2016, siendo los productos de naturaleza los más apetecidos por esta región”, explicó el directivo.

LOS RETOS

De acuerdo con Paula Cortés, uno de los retos que tiene la industria turística para los próximos años es mantenerse en una tendencia positiva.

“Alcanzar tal dinámica de crecimiento se logró gracias a factores sociales, políticos y económicos que favorecieron la imagen de Colombia en el escenario internacional, convirtiéndola tanto en un país atractivo para conocer, por parte de visitantes extranjeros, como un país apto y seguro para ser recorrido por los propios colombianos”, comentó la representante de Anato.

De igual manera, Cortés señaló que el otro desafío se centra en incrementar la participación de 2,9% en el turismo y llevarla a niveles comparables con otros países de la región y el mundo. “Eso se debe alcanzar optimizando la infraestructura del sector, capacitando el personal para que logre estándares de servicio internacional y por supuesto, garantizando la seguridad de quienes nos visitan, todo en aras de alcanzar altos niveles de productividad que permitan incrementar la participación del sector en el PIB nacional”, concluyó.

ENTRADA DE DIVISAS EN LA INDUSTRIA AUMENTARON 5,4%

En 2017, el ingreso de divisas al país por concepto de turismo creció 5,4% frente al 2016, según datos del Banco de la República. De acuerdo con la cuenta de viajes y transporte de pasajeros, Colombia logró el año pasado ingresos por US\$5.787 millones - la más alta en la historia del país-, mientras que en el 2016 alcanzó los US\$5.490 millones, cifra entregada por el Banco de la República, después de que realizó ajustes al monto provisional (US\$5.688 millones).

El ingreso de divisas por turismo en el 2017 anotó un incremento del 68% frente a las que generaba el sector en Colombia en 2010 (US\$3.440 millones) y representa el 78% del total de las exportaciones de servicios. “Estas cifras ratifican que el turismo es un motor de desarrollo para el país. Somos una nación cada más atractiva para los visitantes extranjeros. Ahora debemos continuar consolidando nuestra oferta turística y haciendo esta industria cada vez más sostenible”, dijo la ministra de Comercio, Industria y Turismo, María Lorena Gutiérrez.

Según el Mincit, Colombia queda enrutada para lograr la meta establecida por el Gobierno para este año: la generación de US\$6.000 millones en divisas por concepto de turismo. fuente: Camara de Comercio Bogotá.

A Nivel Regional y local

En la actualidad en el Municipio de Manaure ha abierto varios puntos de comida típica de la región, eso quiere decir que es de gustar a nuestros visitantes la comida típica

de La Guajira.

El turismo es considerado como un fenómeno socioeconómico en el mundo. Este sector ha tenido un amplio crecimiento en las últimas décadas convirtiéndose en una importante fuente de ingresos en muchos países y en un indicador del nivel de vida de la sociedad. Los ingresos por turismo (excluido el transporte) suponen un tercio del valor de los intercambios Mundiales, lo que en cifras representa el 8% del total mundial de exportaciones de bienes y más del 35% del total mundial de exportaciones de servicios. Esto pone de manifiesto la importancia económica del sector a nivel mundial. En el mundo el turismo aporta 9% al PIB mundial, genera 1 de cada 11 empleos, produce 1,5 billones de dólares de exportaciones, mueve el 6% del comercio internacional y el 30% de las exportaciones de servicios. Para el año 2030 se espera que se movilicen 1.800 millones de turistas. De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo, aun cuando no se esperan grandes cambios en la estructura del turismo mundial, el número de llegadas internacionales se va a incrementar hasta alcanzar en el año 2020 una cifra cercana a 1.500 millones de turistas, de los cuales 1.200 serán de llegadas intrarregionales, mientras que los 300 millones restantes corresponderán a llegadas de larga distancia. Esto se obtendrá con una tasa de crecimiento promedio anual del turismo de 4,1% y 6,7% de crecimiento anual de los ingresos. En el caso de Colombia, se recibieron en el año 2018 un total de 4.388.815 visitantes extranjeros, lo que significó un aumento del 10,4 % respecto al año anterior. Por nacionalidades, Estados Unidos aportó un total de 574.559 visitantes, seguido de Argentina, con 186.482; Brasil (181.033); México (167.209) y Ecuador (149.027). La tasa de crecimiento del número de visitantes extranjeros que llegaron a Colombia se mantiene en una media del 8,4 % desde 2011. De acuerdo con cifras del Centro de Información Turísticas de Colombia CITUR-MINCIT, La Guajira se posesiona como uno de los principales destinos preferido por los viajeros internacionales pasando de recibir 8.310 visitantes extranjeros en el 2013 a 66.485 en el 2018. Gráfico: Visitantes extranjeros no residentes en La Guajira. Según la información del CITUR en el año 2018, La Guajira se ubicaba entre los departamentos con mayor crecimiento de visitantes no residentes (119%), entre los que se encuentran Nariño con 189,4% (428.332) y norte de Santander con 69,2% (78.987). Un gran número de viajeros extranjeros que llegan al destino de manera autónoma, lo hacen para alojarse principalmente en el corregimiento de Palomino ya reconocido por sus playas y en especial por las actividades recreativas que vinculan el río y el mar. Palomino cuenta con un promedio de 1.000 camas disponibles por día y en temporada alcanza ocupaciones del 60%. Los viajeros extranjeros que llegan a Riohacha y visitan el norte de la Guajira y que vienen con viajes principalmente organizados a través de operadores turísticos alcanzan los 18.252 viajeros según registros de ingreso a PNN en el departamento de la Guajira, teniendo un incremento del 14% con respecto al año 2017. La situación con los pasajeros aéreos nacionales en vuelos regulares inicio desde el 2015 un descenso de los visitantes mediante este medio de transporte, alcanzando cifras negativas como la reportada en el 2017 de -31% frente al 2016. Esta situación puede ser explicada por tener en ese momento una sola aerolínea y por el alto costo de los pasajes que obligaba a que muchos ingresaran al territorio vía terrestre, aterrizando en Valledupar o Santa Marta. En el año 2018 la situación cambia a favor, recibándose 82.225 pasajeros, 8% más que el 2017. La cifra de pasajeros movilizados en enero de 2019 fue de 22.382 creciendo un 46,30% en comparación al mismo mes de 2018 que fue de 15.299 y a corte de mayo se han movilizado 38.699 pasajeros. Este comportamiento es el resultado de la ampliación en la oferta de aerolíneas. Gráfico:

Pasajeros aéreos nacionales que visitan La Guajira. Fuente: CITUR-MINCIT Al mirar el componente de prestadores de servicios turísticos activos (RNT) Fuente: Cámara de Comercio de la Guajira.

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

Nombre Competidor	Localización	Py Servicios (Atributos)	Precios	Logística de Distribución	Otro, ¿Cuál? Debilidades y fortalezas
Asados Padido	Centro urbano Carrera 7 Barrio el Carmen	chivo friches de chivo Arroz de camarón Combinados	15000 12000 15000 18000	Consumo en local	Nivel de amenaza medio, por los años de experiencia ofrece los alimentos de buen sabor. No cuenta con espacio cultura, no ofrece pedagogía sobre las costumbres e ingredientes del pueblo, no ofrece pescados asados, no cuenta con domiciliario.
PARRILLADA EKA	Calle 3 carrera 6 Barrio la union	Ofertas variadas en asados Chivo asado cerdo asado carne de res asada pollo asado.	15000	consumo en local	Nivel de amenaza alto debido a que es un establecimiento ubicado en el mercado público, no cuenta con espacio cultural, no cuenta ofrece servicio

					personalizado en pedagogía sobre las costumbres e ingredientes del pueblo.
Asado Karen	Centro urbano	Ofertas en variedad de asados de ovejo	15000	Consumo en el local	Nivel de amenaza medio por su buen sabor, no cuenta con un espacio cultural, muestras artesanales, no ofrece pescados asados, no ofrece servicios personalizados en pedagogía sobre las costumbres e ingredientes del pueblo, no cuenta con domiciliario.
	Carrera 2 n	Friche de chivo	12000		
	Barrio los altos de salina	arepas de queso	1500		
		chichas de maíz.	1000		

III. CUAL ES MI SOLUCION

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

Nota: La alternativa o solución debe ser descrita dando respuesta a los siguientes interrogantes: ¿qué se ofrece (concepto del negocio) y qué lo hace diferente (componente innovador)?

Concepto del negocio:

¿Que Ofrecemos?

ASADERO EL CANTY, es un emprendimiento de cocina típica y tradicional con temáticas culturales Wayuu y ambiente familiar, que ofrece sus servicios de restaurantes en asados.

Un encuentro con exquisitez lo espera a usted en este prestigioso Asadero que tiene encantadora oferta al paladar, la mejor comida Típica del Departamento de La Guajira, como lo es:

➤ EL FRICHI

- CHIVO ASADO
- SALPICON
- AREPAS DE QUESO

Todo esto acompañado de las deliciosas chichas de Maíz.

Este negocio se creó en Compañía de mi madre teniendo el toque de sentirte en un ambiente familiar el cual se vio como una buena fuente de ingreso para la familia porque quienes trabajamos hay somos familiares (Tías), el negocio se encuentra ubicado en la carrera 4 calle 8 esquina el cual es una zona de mucha afluencia de turistas, lo que quiere decir que es un punto con ubicación estratégica para comercializar nuestros productos, mis mayores clientes potenciales son los turistas locales y nacionales, e internacionales que le gusta la gastronomía de nuestra Región, es favorable para nosotros y por eso nos buscamos la ampliación de nuestro negocio por la demanda que abarca y registrarlo legalmente ya que no está legalmente constituido aun, ven y disfruta con tu familia en el **ASADERO EL CANTY**. A través de este vemos la oportunidad de ofrecer un servicio de calidad que pueda satisfacer las necesidades de nuestros clientes, de igual forma una oportunidad de negocio que genere para los emprendedores unos ingresos suficientes para mejorar nuestra calidad de vida.



5.1 Componente Innovador: Componente Innovador o Factor Diferencial:

Respecto al negocio, producto o servicio, proceso

Para nosotros es un reto diario innovar, pero lo hacemos con gusto para el disfrute de todo aquel que nos visite y se lleve un recuerdo de que visito **ASADEROS EL CANTY**, por eso queremos innovar con un rincón Guajiro el cual tendremos a la venta artesanías wayuu como lo es la mochila wayuu, llaveros carteritas cosidas a mano, pulseras y otras cosas para que no sea solo venir y disfrutar de la Gastronomía de nuestra región si no llevarse un recuerdo de que visitaron el lugar.

6. ¿Cómo validó la aceptación en el mercado de su proyecto (metodología y resultados)? *(Esta sección debe estar sustentada y soportada con las herramientas de ideación y validación temprana (Lean canvas, tarjeta persona, Jobs to be done, entre otras).*

Nota: Dentro de los resultados, destaque la identificación de las motivaciones que tienen los clientes para adquirir su producto.

Metodología.

Para realizar la validación de aceptación de mercados se llevó a cabo una entrevista con los turistas, a público local mediante la aplicación de un cuestionario estructurado con 10 preguntas.

Resultados esperados.

-Identificar las necesidades del mercado y el promedio del consumo de asados en los restaurantes y ventas de comidas preparadas en el municipio de Manaure, el 100% de las personas encuestadas comen asados, este resultado confirma que las parrilladas siguen siendo un alimento básico en la región y que hace parte de la cultura y se consume en varias presentaciones y diferentes tipos de carnes, como plato principal de los almuerzos y cenas de los potenciales clientes.

-El sabor es el principal motivador y considerado como el mayor atributo en la decisión de compra de asados

-La frecuencia de compra de los asados es tres veces más por semanas lo que refuerza la importancia de estos alimentos a la parrilla.

-El almuerzo y la cena son los momentos de mayor consumo en el día, aunque las personas la pueden consumir en cualquiera hora del día.

Además, hicimos validación de la idea de negocio a través de la herramienta leans canvas:

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

Nota: En caso de haber realizado ventas, relacione las cantidades e ingresos generados. Si cuenta actualmente con un producto mínimo viable o infraestructura, realice una descripción de los mismos.

Técnico - productivo:

Además de las experiencias de las formaciones con el centro de aprendizaje SENA, La experiencia que hemos tenido en el mercado ha sido de 6 años elaborando platos típicos de la región, con los ingredientes y buen sabor tradicional ancestral wayuu con excelente servicio y atención al cliente. El mes que aumentan las ventas son; Enero, febrero, junio, noviembre y diciembre, hemos identificado los días que

más se venden son de martes a Domingo, los días especiales como lo es el día de la mujer, día del trabajador, el día de las madres, el día del padre, celebración de amor y amistad y fiestas patronales del municipio. El domicilio ha sido nuestra estrategia de ventas.

Comercial

Nuestro emprendimiento ha tenido unas ventas de:
320 comidas al mes por un valor de \$4,204.000 pesos lo que quiere decir que vendemos 80 platos a la semana por un valor de \$1.051.000 pesos semanales

Legal

Consultas

Por el momento estamos operando de manera informal pero con el apoyo de turismo emprende estaremos regidos como todos los negocios en Colombia debe estar registrado en la Cámara de Comercio local y obtener un Registro Único Tributario (RUT) ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN).

Se debe obtener una licencia de funcionamiento expedida por la alcaldía de la ciudad donde se encuentra el establecimiento. También **es necesario obtener una licencia de salud emitida por la Secretaría de Salud**, un permiso ambiental otorgado por la Corporación Autónoma Regional (CAR) y una certificación de cumplimiento de normas técnicas emitida por el cuerpo de bomberos. Se tiene conocimiento de los Requisitos de la legislación del negocio, de su proceso, el tiempo y los costos que se generan con la formalización total de la empresa.

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

NOTA: LA INFORMACIÓN CONSIGNADA EN LA FICHA TÉCNICA DEPENDERÁ DEL TIPO DE BIEN O SERVICIO A OFRECER, Y EL EMPRENDEDOR PODRÁ AMPLIAR ESTA INFORMACIÓN A SU CONSIDERACIÓN.

Producto específico: (Denominación común del bien o servicio)	CARNE DE CHIVO ASADO	FRICHI	SALPICON
Nombre comercial: (Denominación comercial que se propone)	Chivo (ovejo asado)	FRICHI	SALPICON

Unidad de medida: (Unidad de medida a través de la cual se comercializará el bien o servicio a ofrecer, Ejemplo: Kilogramo, toneladas, paquete de 12 unidades, horas de consultoría, etc.)	gramos	gramos	gramos
Descripción general: (Descripción de las características técnicas del bien o servicio)	CHIVO(OVEJO) asado con arepas, es una deliciosa y jugosa carne clasificada del animal mas tierno con un perfil saludable, tiene una preparación 100% al carbón elaborado en un fogón con parrilla, se prepara diariamente, se sirven en platos, para los domicilios se empaacan en Icopor.	frichi con arepas, es una deliciosa y jugosa carne clasificada del animal más tierno con un perfil saludable, tiene una preparación 100% al carbón, se prepara diariamente, se sirve en platos, para los domicilios se empaacan en icopor.	Sakpicon de pescado (Cazon o Chucho) con arepas, es un delicioso alimento rico en proteínas y alto valor biológico, clasificado con un perfil saludable, fácilmente digerible, tiene una preparación 100% al carbón, se prepara diariamente, se sirve en platos, para los domicilios se empaacan en icopor.
Condiciones especiales: (Describe las advertencias o condiciones especiales de almacenamiento o uso del producto / servicio)	No dejar en lugares húmedo Se debe consumir en el momento Almacenar en lugar fresco	No dejar en lugares húmedos Se debe consumir en el momento Almacenar en lugar fresco	No dejar en lugares húmedos Se debe consumir en el momento Almacenar en lugar fresco
Composición: (Descripción de la composición del producto)	Aporta nutrientes muy importantes; minerales y vitaminas proteínas, hierro, fosforo, potasio, calcio, b1, niacina b3, piroxena b6,b12 y vitaminas liposolubles.	Aporta nutrientes muy importantes; minerales y vitaminas proteínas, hierro, fosforo, potasio, calcio, tiamina b1, niacina b3, piroxena b6,b12 y vitaminas liposolubles.	Aporta alto contenido en vitaminas liposolubles, contiene, fosforo, potasio, calcio, sodio, magnesio, hierro, yodo, omega 3, bajo en calorías.

Otros, ¿Cuál? : (Campo de texto no obligatorio, de longitud máxima 250 caracteres, tipo de dato alfanumérico y permite el ingreso de caracteres especiales.)	No aplica	No aplica	No aplica
---	-----------	-----------	-----------

IV. DESARROLLO DE LA SOLUCION

INGRESOS Y CONDICIONES COMERCIALES

9. ¿Cómo obtendrá ingresos? ¿Describa la estrategia de generación de ingresos para su proyecto? – (Esta sección deberá incluir las estrategias de mercadeo y ventas, considerando los canales de comercialización).

Se obtendrán los ingresos de las ventas producción y comercialización de los productos, los canales serán distribuidos de forma directa e indirecta en diferentes presentaciones de buena calidad, tamaño, precios, utilizando las redes sociales, Instagram, WhatsApp, Facebook, Personas que aman los asados, interesadas de conocer la cultura y las historias de la Guajira y de vivir una experiencia gastronómica única propias de la cultura de sus platos típicos. Los medios de pago pueden ser en efectivo, transferencias, a través de nequi, daviplata, Crear un sistema de pedidos y ventas por whatsapp para los domicilios aportando la facilidad de este, Las emisoras radiales locales que tiene buena audiencia también nos ayuda a crear una estrategia de publicidad y promoción a través de ella.

NORMATIVIDAD Y CONDICIONES TECNICAS:

10. 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):

Registro en cámara de comercio para la constitución como persona natural

Registro único tributario RUT.

Normativa Técnica (Permisos, licencias de funcionamiento, registros, reglamentos)

Decreto 1879 de 2008

- BPM Certificado de Manipulación de alimentos
- Plan de saneamiento- permiso sanitario
- Certificado de seguridad humana y protección contra incendios
- Permiso de planificación
- Plan de saneamiento básico
- Registro nacional de turismo

Normatividad tributaria:

- Impuesto al consumo: dirección de la dirección de impuestos y aduanas nacionales DIAN indica que los negocios que se dedican a expendio de comidas y bebidas, no tendrán que pagar el impuesto al consumo
- Dicho beneficio no es automático, por ello los empresarios del sector que quieran acceder a él y estén en RST deberán actualizar el registro único tributario RUT en la página web de la entidad.
- ICA impuesto de industria y comercio.

Normatividad laboral:

Las condiciones para laborar en **ASADERO EL CANTY** deben estar capacitados en formación, afiliados a prestaciones sociales. 1507 de 1998

Normatividad ambiental:

El manejo de residuos es necesario ya que se producen desechos y se debe cumplir con el mínimo exigido por la ley que es tener una clasificación adecuada y disposición de residuos que se generan en el proceso productivo en el establecimiento, para esto se debe comprar los recipientes con la nomenclatura internacional y capacitar a los ayudantes de cocina sobre manejo integral de residuos sólidos. Durante el proceso de preparación de los alimentos genera emisiones de humo al ambiente por lo cual es necesario para el funcionamiento del negocio realizar la instalación de un extractor la cual está contemplada en la inversión. Desde el punto de vista no representa un riesgo para la comunidad, los recursos naturales, los ayudantes, ni la sostenibilidad ambiental.

REQUERIMIENTOS

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

SI, porque para darnos a conocer y ser un punto estratégico en el Municipio de Manaure debemos tener un establecimiento donde nos puedan visitar y degustar nuestra gastronomía típica, El punto de venta físico es el único medio que permite a las marcas dar a probar, sentir y disfrutar el producto, y el mejor canal para demostrar sus propiedades y beneficios. Para conseguir esta experiencia de compra única es necesario, sin duda, reforzar el retail físico, ya que es la mejor plataforma para transmitir de forma sensorial los valores de la gastronomía, así como los beneficios de los productos que comercializa.

11.1 Identifique los requerimientos de inversión:

REMITASE AL FORMATO FINANCIERO PARA CREACIÓN DE EMPRESAS TURISMO EMPRENDE EN EXCEL (Especifique los requerimientos solicitados a turismo emprende y su aporte de contrapartida)

PRODUCCIÓN

12. Detalle y justifique las remodelaciones requeridas para el local de su empresa

Las remodelaciones que requiere el local son de mantenimiento, infraestructura para embellecer el local. Las áreas para intervenir son:
Una **CHIMENEA** para el disfrute de los asados y no cuento con esto.
Una enramada pequeña donde se colocará la chimenea y cubrirnos de las inclemencias del sol y prestar un buen servicio.

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

Actividad del proceso	Tiempo estado de realización (minutos/horas)	Cargos que participan en la actividad
CHIVO ASADO: * Abrir el chivo *salarlo *ponerlo a asolear *asarlo	Abrir: 15 minutos Salarlo: 2 minutos Asolearlo: 20 minutos Asando: 15 minutos	*El que lo abre y lo sala (auxiliar de cocina) *Quien lo asa (auxiliar del chef)
FRICHI: *Cortar el chivo en pequeñas porciones *lavar después de cortado *echarle la sal *colocarlo a cocinar *echarle la manteca para consistencia Listo para servir	Cortar el chivo: 25 minutos Lavado: 2 minutos Echarle sal: 2 minutos Cocinar: 30 minutos Echarle la manteca antes de que este el frichi: a los 20 minutos de cosión	* quien lo hace el frichi es la encargada de todo el proceso (auxiliar de cocina)

SALPICON: *Cocinar * Desmechar * salarlo *escurrir el agua lo más que se pueda * echarle limón y vinagre *licuar las verduras *sofreír con manteca las verduras, magüi, condimento de color *revolver y probarle que este a su punto el limón y la sal. Listo para servir	Cocinar: 20 minutos Desmechar: 15 minutos Salarlo: 2 minutos Escurrir: 15 minutos Limón y vinagre: 5 minutos Licuar las verduras: 5 minutos Sofreír: 15 minutos	* La persona encargada de realizar el proceso es (chef)
AREPAS DE QUESO: *cortar el queso en cuadros * echarle agua para suavizar y retirarle la sal *echarle la harina *masar bien para que quede suave la masa *hacer el molde de las arepas *engrasar *asar	Cortar: 15 minutos Echarlo en agua: debe durar 2 horas Echarle la harina: 2 minutos Masar: 20 minutos Hacer las arepas: 30 minutos Engrasar: 2 minutos (esto se realiza a medida que se vaya cocinando)	* persona encargada de cortar y echarle el agua (auxiliar de cocina) *Quien realiza las arepas (auxiliar de cocina) * quien las asa(auxiliar de cocina)

<p>CHICHA DE MAÍZ:</p> <ul style="list-style-type: none"> *Se remoja el maíz * se muele * se lava varias veces para sacar los residuos * se cocina *se retira y se deja enfriar * se le echa agua suficiente para volverlo chucha *se deja de un día para otro para que agarré sabor * se lavan los recipientes donde se van a embazar muy bien con agua y cloro * se envasan * se colocan a enfriar <p>Listo para la venta</p>	<p>Mojar el maíz: 30 minutos</p> <p>Moler: 30 minutos</p> <p>Lavado: 20 minutos</p> <p>Cocinar: 45 minutos</p> <p>Enfriar: 3 horas</p> <p>Echada del agua: 5 minutos</p> <p>Lavado de recipiente: 1 hora</p> <p>Envasado: 2 horas</p> <p>Enfriar: 2 horas en adelante</p>	<ul style="list-style-type: none"> * persona encargada de realizar la mazamorra (auxiliar de cocina) * persona encargada de volverlo chicha y envasar (chef)
Total		

14. Equipo de trabajo

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

Nombre del Emprendedor

YARELIS MAIBETH FREYLE MARIN

Perfil	TECNICO EN CONTADURIA PUBLICA SISTEMATIZADA
Rol	ADMINISTRADORA

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

Nombre del Cargo:	Administradora	Manipuladora de alimentos	Auxiliar de cocina
Funciones Principales:	Encargada de llevar el control de las ventas la planificación, la organización, manejar las redes sociales, ser un enlace con los clientes, para un buen servicio al cliente. Gestionar el control de pedidos. Dar la bienvenida a los clientes .	Ayudar a la preparación de los platos, limpiar ordenar la cocina, organizar los alimentos.	Ayudar a la manipuladora de alimentos en las funciones de la cocina, organizar, y en la organización de todo tener la cocina limpia además estar pendiente de despachar y empacar alimentos.
Perfil Requerido			
Tipo de Contratación (jornal, prestación de servicio, nómina)	Prestación de servicio	Obra labor	Pago diario
Valor Remuneración *Unitario:	1.160.000 pesos	1.160.000 pesos	30.000 pesos
Otros Gastos (Prestaciones / Auxilio Transporte):	No aplica	No aplica	No aplica
Valor total con Prestaciones:	1.160.000 pesos	1160.000 pesos	30.000 pesos

V. FUTURO DEL NEGOCIO

ESTRATEGIAS

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

Estrategia de promoción (nombre): Actividades de promoción				
Propósito: Dar a conocer la apertura de la empresa				
Actividad:	Recursos Requeridos:	Mes de Ejecución:	Costo:	Responsable (Nombre del cargo líder del proceso):
Promoción de ventas: la estrategia que realizamos es con las redes sociales el cual las personas que nos visitan tienen un descuento del 5% de lo consumido si no etiquetan en sus redes sociales.	Recurso humano Aumento de producción	Julio-agosto	\$250.000 pesos	YARELIS FREYLE
Promoción: lleva combo mixto con arepas de queso por \$18.000	Recurso humano aumento de producción	Julio-agosto	\$200.000 pesos	YARELIS FREYLE
Promoción: super combo lleva 10 arepas de queso te damos gratis 1 litro de chicha de maíz	Recurso humano Aumento de producción	Julio-agosto	\$30.000 pesos	YARELIS FREYLE
Promoción: día miércoles de rebaja por \$ 12.000 pesos en todos los asados	Recurso humano Aumento de producción	Julio-agosto	\$100.000 pesos	YARELIS FREYLE

Costo Total			\$580.000	

Estrategia de Comunicación (nombre): Plan medios Redes sociales, hosting y dominio

Propósito: Realizar un plan de medios de comunicación para dar a conocer a la empresa

Actividad:	Recursos Requeridos:	Mes de Ejecución:	Costo:	Responsable (Nombre del cargo líder del proceso):
Desarrollar piezas graficas necesarias para la correcta difusión del producto, con una imagen renovada y vistosa que resalten las características propias del plato típico cultural y tradicional.	<ul style="list-style-type: none"> - Diseño de logo - Aviso en papel vinilo - Tarjeta de presentación 	1 MES	\$80.000 pesos	MULTISERVICIO MASHALEF
Crear una campaña digital la cual permita ingresar a la web y generar posicionamiento virtual con el fin de captar clientes de forma diferente e innovadoras	<ul style="list-style-type: none"> - Plataformas digitales - Instagram - Facebook - WhatsApp 	1 MES	\$150.000 pesos	MULTISERVICIO MASHALEF

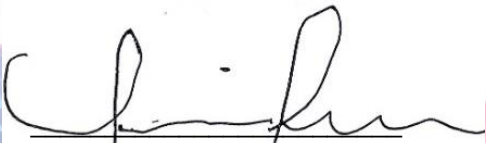
Información emisora local.	- Campaña radial	1 MES	\$50.000 pesos	EMISORA LOCAL IGUARAYA STEREO
Campañas masivas para repartir volantes ----- ----informativos	Recurso humano	1 MES	\$ 30.000	YARELIS FREYLE
Costo Total			\$310.000 pesos	

PERIODO IMPRODUCTIVO

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

Nota: Este tiempo corresponde al período estimado entre la fecha del ajuste del plan operativo y la puesta en marcha del negocio

ASADERO EL CANTY, tendría un periodo de 3 meses para llevar a cabo el proceso de legalización y locación del negocio para funcionar y poder ofrecer a nuestros turistas la gastronomía que desean degustar.


Firma Emprendedor Líder
C.C. 40.950.822 de Manaure La Guajira