

MARIDAJES REGIONALES MI TIERRA
OPCION DE GRADO 1 CREACION DE EMPRESA

PAULA JOHANNA OBREGOZO ESPINEL

CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACION SUPERIOR

ADMINISTRACION TURISTICA Y HOTELERA

FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

BOGOTÁ D.C COLOMBIA

2018

MARIDAJES REGIONALES MI TIERRA
OPCION DE GRADO 1 CREACION DE EMPRESA

PAULA JOHANNA OBREGOZO ESPINEL

TUTORA

CAROLINA OTALORA GUERRERO

CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACION SUPERIOR

ADMINISTRACION TURISTICA Y HOTELERA

FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

BOGOTÁ D.C COLOMBIA

2018

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCION.....	8
CAPITULO 1 PENTAGONO DE PERFILACION DE CLIENTES.....	9
1. Identificación de la idea de negocio.....	9
1.1. Descripción del negocio.....	9
1.2. Problema a desarrollar.....	10
1.3. Oportunidad del negocio.....	10
1.4. Clase de producto.....	11
1.5. Sector económico al que pertenece.....	11
1.6. Antecedentes de la Idea de Negocio.....	12
1.7. Objetivo general.....	13
1.7.1. Objetivos específicos.....	13
Pentágono de perfilación de clientes.....	14
1.1. Hipostasis.....	15
1.1.1. Stakeholder.....	15
1.1.2. Identificación de Necesidades del Stakeholder.....	15
1.1.3. Identificación de beneficios y expectativas de Resultados.....	16
1.1.4. Identificación de soluciones actuales.....	16
1.1.5. Análisis de inconformidades, frustraciones y limitaciones.....	16
1.1.6. Mercado.....	17

CAPITULO 2 INVESTIGACION DE MERCADOS.....	18
2. La entrevista.....	18
2.1. Proceso de recolección de la información.....	18
2.2. Hallazgos de la información recolectada.....	18
Formato de la entrevista.....	19
Resultados de la información.....	22
2.3. Análisis de la información.....	22
2.4. Resultados de la información.....	23
CAPITULIO 3 INVESTIGACION DE MERCADOS.....	24
3. Producto Mínimo Viable.....	24
3.1. Descripción detallada del producto o servicio.....	24
3.1.1. Maridaje antioqueño.....	24
3.1.2. Maridaje nariñense.....	24
3.1.3. Maridaje tolimense.....	25
3.1.4. Maridaje boyacense.....	26
3.1.5. Maridaje boyacense segunda opción.....	27
3.1.6. Maridaje costeño.....	27
3.2. Ficha técnica del producto.....	28
3.3. Portafolio de servicios.....	29
CAPITULO 4 MATRIZ ESTRATEGICA.....	42
4.1. Matriz estratégica.....	42
4.2. Identidad Estratégica.....	42
4.3. Futuro Preferido.....	42

4.4. Objetivo General.....	43
4.4.1. Objetivos Específicos.....	43
4.5. Valores.....	44
4.6. Análisis de Pestel.....	45
4.7. Análisis de porter.....	46
CONCLUSIONES.....	47

INDICE DE TABLAS

Tabla No. 1 Ficha técnica la entrevista

Tabla No. 2 Resultados

Tabla No. 3 Análisis de la información

Tabla No. 4 Ficha técnica maridaje antioqueño

Tabla No. 5 Ficha técnica maridaje nariñense

Tabla No. 6 Ficha técnica Maridaje tolimense

Tabla No. 7 Ficha técnica maridaje boyacense

Tabla No. 8 Ficha técnica maridaje boyacense segunda opción

Tabla No. 9 Ficha técnica maridaje boyacense llanero/costeño

Tabla No. 10 Ficha técnica de la arepa paisa.

Tabla No. 11 Ficha técnica del chorizo paisa.

Tabla No. 12 Ficha técnica de la arepa de huevo.

INDICE DE FIGURAS

Figura No.1 Maridaje antioqueño

Figura No.2 Maridaje nariñense

Figura No.3 Maridaje tolimense

Figura No.4 Maridaje boyacense

Figura No.5 Maridaje boyacense segunda opción

Figura No.6 Maridaje llanero / costeño

Gráfico No. 1 Pentágono de perfilación de clientes

INTRODUCCION

Maridajes Regionales es un proyecto que pretende en el marco de entrega de alimentos nocturnos ofrecer a sus clientes una propuesta de producto y servicio que construya una experiencia gastronómica única, que genere sensaciones nuevas para los que hasta ahora conocen los productos que aquí se ofrecen y además permita recordar a los mismos sus experiencias gastronómicas anteriores o de origen.

Para lo anterior se realiza un estudio de empresa a un sector específico, mas precisamente a casas de eventos en diferentes sectores de la ciudad de Bogotá para validar que tan viable puede ser la propuesta de negocio teniendo gran aceptación dentro de las empresas encuestadas.

De acuerdo con dicho estudio se realiza un ejercicio de rescate de la cultura material colombiana, expresada en su gastronomía, por medio de la investigación de sus licores regionales y su comida típica regional, para luego realizar una propuesta técnica de maridaje, entendiendo esta como la combinación armónica entre una comida y una bebida, que permita al cliente conocer más acerca de la gastronomía colombiana y acercarse a las prácticas tradicionales y ancestrales de los pueblos de las diferentes regiones de Colombia expresada en sus licores y bocados.

CAPITULO 1 PENTAGONO DE PERFILACION DE CLIENTES

1. Identificación de la idea de negocio

1.1. Descripción del negocio

La propuesta de maridaje que aquí se realiza en su mayoría se denomina maridaje por contraste, es decir por notas del paladar disimiles u opuestas que están presentes en los productos que se ofrecen o en las materias primas que se emplean para elaborarlos, lo cual permite realizar al comensal una degustación de los productos sin sentir hastío o sensaciones de sabor en la boca muy redundantes. Ofrecemos por ejemplo en sus maridajes contrastes de notas dulce/salado, acaramelado/especiado, amaderado/salado entre otros.

La construcción y denominación de los maridajes se realiza a partir del origen que tienen los productos que se ofrecen, de esta manera las regiones mismas nos arrojan opciones de mezclas o combinaciones entre las comidas y licores que se elaboran permitiendo la consolidación de maridajes regionales entre un licor y una comida típica con el nombre de la región en cuestión.

Todo lo anterior lo conjuga en un producto llamado Maridaje regional, concepto central del proyecto, que se materializa en un ensamble conformado por una botella de licor regional colombiano (Aguardiente o Ron Añejo) y un acompañamiento de comida típica regional colombiana, catalogado en la categoría de entrada, acompañamiento o bocado, debido a las cantidades ofrecidas para maridar el licor.

1.2. Problema a desarrollar

De acuerdo con el diagnóstico realizado a 15 casas de eventos en donde se indaga acerca de la manera en que ellos brindan el servicio de alimentación, en la mayor parte de los casos indican que ellos mismos preparan la comida de los eventos aunque muchas veces deben recurrir a empresas externas para poder dar abasto con los pedidos completos.

Maridajes regionales quiere introducirse en el mercado de eventos, donde de acuerdo con la propuesta se ofrezcan licores nacionales con acompañamientos regionales para que el cliente que consume, conozca más de nuestras regiones y su variedad que puede obtener al consumir el licor con un bocadillo que puede ser una arepa, empanada o chorizo.

1.3. Oportunidad del negocio

En la última década la oferta gastronómica en Bogotá ha sufrido una transformación significativa en cuanto a su especialización, diversificación y competitividad se refiere. La oferta es un mercado complejo lleno de propuestas innovadoras y cada vez más completas que satisfacen necesidades de clientes con mayor conocimiento y por ende más capacidad para exigir sobre la calidad de los productos y servicios que adquiere. Se han fijado entonces los esfuerzos de los diferentes ofertantes de comida y licores no solo en ofrecer una gama más sofisticada de posibilidades para el cliente, sino que también en las experiencias que tienen los clientes con respecto a las compañías y las marcas.

1.4. Clase de producto que genera la idea de negocio

La clase de producto que genera esta idea de negocio es un servicio ya que se ofrecen bebidas y alimentos para satisfacer la necesidad de los clientes que lo adquieren, en este caso va dirigido a las Casas de Eventos que están ubicadas en la ciudad de Bogotá .

1.5. Sector económico al que pertenece

La actividad económica a la que pertenece nuestro negocio es el sector terciario pues es un negocio que ofrece un producto que es un licor regional acompañado de una comida típica ya sea una arepa, un chorizo, una picada en una proporción no tan grande que sea asequible al cliente sin que tenga que pensar solo en el licor, sino que tenga una alternativa diferente dentro de los diferentes eventos que se prestan en las casas de eventos.

1.6. Antecedentes y algo de historia

En la antigua Roma existieron los thermopoliums algo así como un snack-bar así como las tabernas para público en General, donde servían un menú básico con vino para los huéspedes. En este país se adoraba a varios dioses, entre los que se encontraban Gasteria (que significa gastronomía) Oinos, Dios del vino. A los hongos los llamaban “carne de los dioses”. Era toda una ceremonia cuando se tenía algún invitado a comer, pues se desnudaban y comían con una bata blanca, supuestamente para que les cupiera más. Al regreso victorioso de julio cesar desde oriente, por primera vez, se dio a comer a 260000 mil personas en varias jornadas en las cuales se sirvieron 22000 mil mesas. Como vemos desde la antigüedad han existido un sin número de establecimientos que ofrecían alimentos

y bebidas para los viajeros, pero sí queremos hablar de los antecedentes del restaurante propiamente dicho, tenemos que mencionar el primer restaurante del mundo: el champú d' Oiseau un cuyo dueño era el francés Monsieur Boulanger. En 1785, Monsieur Boulanger Carpentier abrió el primer establecimiento restaurantero en la calle de Poulies en París, donde sólo se admitía a gente que fuese a comer. En tal institución servían en mesas de mármol, aves muy condimentadas, huevos y consomés. Boulanger hizo pintar en la puerta: “Venid ad me ommis qui stomacho laboratis, ego restaurabo vos”, que significa Venid a mí los que sufrís del estómago, que yo os restauraré. A partir de 1800 comenzó a ser popular el comer fuera de casa, por comodidad y porque estaba la moda establecida por el hotelero César Ritz. Tuvo éxito gracias a la observación de los detalles, halagos y gusto por satisfacer a sus clientes; dejándolos su gran escuela de ofrecer y fomentar siempre una especialización del servicio.

En la última década la oferta gastronómica en Bogotá ha sufrido una transformación significativa en cuanto a su especialización, diversificación y competitividad se refiere. La capital, un mercado complejo lleno de propuestas innovadoras y cada vez más completas que satisfacen necesidades de clientes con mayor conocimiento y por ende más capacidad para exigir sobre la calidad de los productos y servicios que adquiere. Se han fijado entonces los esfuerzos de los diferentes ofertantes de comida y licores no solo en ofrecer una gama más sofisticada de posibilidades para el cliente, sino que también en las experiencias que tienen los clientes con respecto a las compañías y las marcas.

1.7. Objetivo general

Promover el consumo de maridajes regionales, por medio de casas de eventos resaltando el valor gastronómico que posee nuestra comida y licores colombianos.

1.7.1. Objetivos específicos

- Ofrecer la mejor atención a nuestros clientes de forma atenta y confiable.
- Crear programas de oferta donde podamos involucrar a nuestros clientes cautivos.
- Presentar información: ofrecer y sugerir los diferentes maridajes que se encuentran en nuestro catálogo de productos, teniendo en cuenta los gustos que tiene el cliente y lo que desea.
- Identificar y estandarizar los procesos necesarios para la producción y comercialización eficaz y eficiente de los productos

2. Pentágono de perfilación de clientes

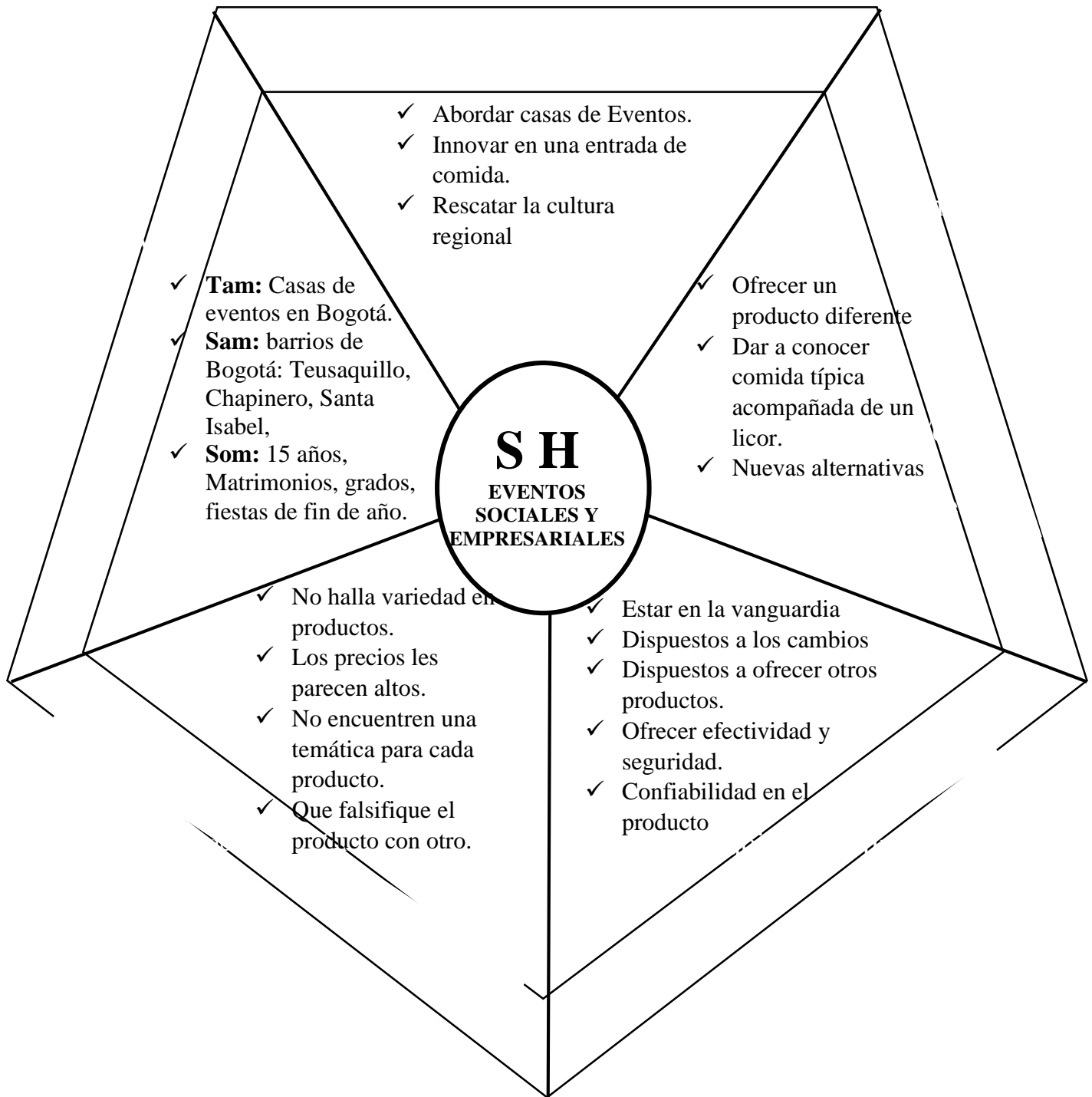


Gráfico No.1 Pentágono de perfilación de clientes

Fuente: Elaboración propia (2018)

1.1. Hipótesis

Se cree que a quienes va dirigido el producto necesita algo para dar al comienzo de la reunión, recibir a los invitados con algo regional, que conozcan la combinación de comida típica y licor regional que en ocasiones no saben si existe y brindar una alternativa diferente a casas de eventos que se encuentran ubicadas en diferentes puntos de la ciudad de Bogotá.

1.1.1. Stake holder

Segmento al que está dirigido el proyecto es a eventos como Matrimonios, 15 años, grados, fiestas de fin de año que realicen las empresas.

1.1.2. Identificación de la necesidad

Creemos que la necesidad identificar la oportunidad de abordar a las casas de eventos quienes requieren de un servicio como el que pretendemos brindar, al no dar abasto en muchas ocasiones con los pedidos de alimentación e innovar con una entrada como la de Maridajes Regionales y al mismo tiempo se busca rescatar la cultura regional colombiana expresada en su gastronomía por medio de la investigación de licores y comida típica de cada región y así llegar a la presente propuesta.

1.1.3. Identificación de beneficios y expectativas

Creemos que los beneficios que podemos brindar con nuestro producto será en buscar que los clientes tengan una alternativa diferente al momento de consumir el trago que lo puede acompañar con algo más que identifique sabores nuevos con una comida ligera pero que al momento de combinarla con el aguardiente sienta que lo puede trasportar a un lugar de Colombia y también que no solo al momento de pedir un licor y luego en pensar en que comer este le proporcionara un producto único en la carta que le da al cliente de escoger los dos productos al mismo tiempo.

1.1.4. Identificación de soluciones actuales

Creemos que las soluciones actuales que hoy en día existen muchas oportunidades de mercado puesto que se busca una forma fácil y asequible a los diferentes productos de acuerdo a la necesidad. Como negocio se busca estar a la vanguardia y ser reconocidos por el buen servicio, efectividad, confiabilidad y que el producto que este consumiendo sea lo que el cliente y sus comensales esperan.

1.1.5. Análisis de inconformidades, frustraciones y limitaciones

Creemos que la gente se encuentra inconforme al no encontrar llamativa la idea de negocio, que el precio que se coloque en el portafolio les parezca muy costoso o que los productos se encuentre agotados, que el producto que adquieran lo falsifiquen o hagan una imitación y otra que podemos observar a los clientes les gusta las temáticas y les gustaría

que se representara la región de cada producto en cada reunión y que al momento de adquirir el producto no encuentren esta alternativa.

1.1.6. Mercado

Creemos que el segmento de mercado será la población residentes y visitantes en la ciudad de Bogotá, que frecuenten las casas de eventos ubicadas dentro de la ciudad que sean partícipes de eventos sociales como matrimonios, 15 años, grados, fiestas de fin de años y eventos empresariales; no se busca abordar un sector específico dentro de la ciudad puesto que la propuesta busca integrarse en lo absoluto, por lo cual debemos generar un gran impacto para reconocimiento y así mismo una buena cantidad de contratos.

La localización de la planta de producción de los ensamblajes que ofrece, así como sus oficinas administrativas se encontraran tentativamente en el barrio Modelia, por su centralidad en cuanto a los movimientos que se deben hacer para entregar los pedidos en las diferentes zonas de la ciudad.

CAPITULO 2 INVESTIGACION DE MERCADOS

2. LA ENTREVISTA

2.1. Proceso de recolección de la información

Se realiza la recolección de datos aplicando 15 encuestas con 10 preguntas de las cuales las preguntas número 3,4,5,6,7,9 y 10 son pregunta cerradas de opción múltiple y las preguntas número 1,2, 7 y 8 son preguntas cerradas con respuesta de SI o NO.

Las encuestas se realizan vía telefónica utilizando el formato, se buscan a las empresas vía WEB, al principio las personas son un poco reacias en cuanto a las encuestas siempre pregunta para que se va hacer, porque se realiza y con qué fin, se les da una breve explicación para qué es la encuesta y se les explica que es para realizar un trabajo de opción de grado de creación de empresa y segundo se describe el producto al que está dirigida la encuesta. Al momento de realizar se encuentra actitud positiva hacia la idea de negocio y la ven llamativa para implementar dentro de sus eventos.

2.2. Hallazgos de la información recolectada

- Se encuentra que en las casas de eventos en su mayoría preparan los alimentos que van a brindar dentro de sus eventos, además que frecuentemente deben hacer uso de proveedores externos para complementar sus pedidos.
- El consumo de licor nacional es frecuente lo cual da un plus a nuestra propuesta ya que lo que se busca en parte es fortalecer el mercado nacional.

- La comida nacional ofrecida en los eventos es baja en comparación con las respuestas obtenidas para la comida internacional pues solo en ocasiones se presenta el consumo de comida nacional.
- La opción de ofrecer comidas regionales en combinación con licor nacional en sus variedades tiene una gran aceptación puesto que 10 de las empresas están de acuerdo en incluirlas dentro de sus eventos como entrada.
- La propuesta de Maridajes Regionales se encuentra altamente atractiva puesto que en 9 casas de eventos encuestadas nos dan gran aceptación y en 4 de ellas encuentran la propuesta como innovadora.
- Es una propuesta viable.

FORMATO DE LA ENTREVISTA

FICHA TÉCNICA

FECHA: _____ LUGAR: _____

ESTRATO: _____ SEXO _____ EDAD: _____ OCUPACIÓN: _____

Esta encuesta consta de 10 preguntas las cuales son de naturaleza cuantitativa y cualitativa que contiene preguntas de selección múltiple divididas en A, B, C y D, además de abiertas; con un tiempo estimado de respuesta de 5 minutos.

OBJETIVO: ofrecer a las casas de eventos la combinación entre un licor nacional y un acompañante en comida nacional llamado Maridajes regionales

Tabla No. 1 *Ficha técnica la entrevista*

1. ¿Preparan ustedes los alimentos que van a entregar a la hora de prestar el servicio en eventos?
 - a. Si ____
 - b. No ____

2. ¿Hacen uso de los recursos de un proveedor que les respalde con los servicios de alimentación cuando ustedes no dan abasto con la preparación?
 - a. Si ____
 - b. No ____

3. ¿Con qué frecuencia teniendo en cuenta la cantidad de eventos por mes, piden el servicio de alimentación a una empresa externa?
 - a. Algunas Veces
 - b. Frecuentemente
 - c. Siempre
 - d. Nunca

4. ¿Cómo califica el consumo de licor nacional en sus eventos?
 - a. Bajo
 - b. Ocasional
 - c. Frecuente
 - d. No consume

5. ¿Qué tipo de comida se ofrece en sus eventos?
 - a. Nacional
 - b. Internacional
 - c. Ensaladas
 - d. Comidas rápidas

6. ¿Cómo es el consumo de comida típica colombiana dentro de sus eventos?

- a. Bajo
 - b. Ocasional
 - c. Frecuentemente
 - d. No consume
7. ¿Cómo le parece incluir en sus eventos una entrada que sea una combinación entre licor nacional (aguardiente o ron añejo) y comida típica regional (empanada, arepa con chorizo, picada)
- a. De acuerdo
 - b. En desacuerdo
8. ¿Recomendaría el producto de Maridajes Regionales a quienes contraten sus eventos?
- a. Si_____
 - b. No_____
9. ¿Cómo encuentra la propuesta del producto ofrecido?
- a. Innovadora
 - b. Atractiva
 - c. Repetitiva
 - d. Nada llamativa
10. ¿Qué tan viable sería que se incluyeran los servicios de Maridajes Regionales dentro de sus eventos?
- a. Muy viable
 - b. Viable
 - c. Poco viable
 - d. Nada viable

Resultados de la entrevista

OPCIÓN DE RESPUESTA	PREGUNTAS									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
a			2	2	5	2			4	2
b			9	1	6	8			9	10
c			3	13	2	4			2	2
d			1	0	2	1			0	1
Si	14	14					10	10		
No	1	1					5	5		
TOTAL	15	15	15	16	15	15	15	15	15	15

Tabla No. 2 Resultados de la entrevista

2.3. Análisis de la información

NECESIDAD	BENEFICIOS	LIMITACIONES FRUSTACIONES	SOLUCIONES ACTUALES
Cumplir con las expectativas del producto.	Propuesta llamativa. Dar a conocer la comida típica.	Algunas de las empresas les parece algo repetitivo y puede que ya se esté trabajando en los mismos por parte de otra empresa.	Facilitar y hacer más ágil el trabajo de las casas de eventos
Dar a conocer el producto	Les gusta la combinación	Precios altos.	Uso de medios de comunicación
Falta de publicidad	Probar algo diferente al licor que está acostumbrado y conocer más de algunas regiones del país.	Que no les guste combinar comida con licor y que no les guste la comida típica.	Dar degustación. Dar seguridad y efectividad.

Tabla No. 3 Análisis de la información

2.4. Resultados de la información

Al terminar de realizar el análisis de las encuestas encontramos que es una idea viable que no genera indiferencia al la idea de negocio si les gusta si les parece llamativa para implementarla ya que el producto a consumir no se encuentra casi a no ser que uno viaje a la ciudad o se encuentre en licorerías reconocidas y en cuanto a la comida muchos conocen los productos que se ofrecen con el licor y que les parece muy rico. Entonces para concluir al analizar las preguntas y su tabulación se puede decir que tiene una buena aceptación y tendría una buena acogida y que la propuesta si gusta.

CAPITULO 3 PRODUCTO MINIMO VIABLE

3.1. Descripción detallada del producto o servicio

3.1.1 Maridaje antioqueño

- **Aguardiente antioqueño:** Elaborado con alcoholes extra puros, esencias naturales de anís, azúcar refinada de alta pureza, y un agua de la mejor calidad, tratada por filtros de carbón, todos estos insumos mezclados conjugan el sabor inigualable del Aguardiente Antioqueño, el cual presenta notas dulces, picantes y alcohólicas ligeramente suaves, que lo hacen poseedor de un delicioso y placentero sabor característico.
- **Arepa paisa:** Es de a maíz trillado, agua y sal a gusto
- **Chorizo:** El chorizo antioqueño es como todos los demás, un embutido de carne de cerdo picada y sazonada muy rica en calorías de grasa, al chorizo antioqueño, región por región, se le colocan más cominos o menos cominos, más o menos cantidad de tocino, más o menos cebolla junca, más pierna pulpa o menos pierna pulpa, además de las porciones de ajo, ajíes, cilantro, orégano, sal y pimienta.

3.1.2. Maridaje nariñense

- **Aguardiente Nariño:** licor anisado, elaborado con alcoholes extra finos, obtenido de fermentación de mieles vírgenes y destilación controlada de alta tecnología.
- **Ilapingachos:** Básicamente son tortillas asadas, hechas de papas o yucas cocidas, aplastadas. Los Ilapingachos pueden ser servidos con chorizo, huevo frito, carne asada, lechuga, cebollas, arroz y aguacate. En Ipiales, al sur de

Colombia, se sirve con fritada (carne de cerdo frita) y se acompaña de lechuga y ají.

3.1.3. Maridaje tolimense

- **Aguardiente tapa roja:** el aguardiente tapa roja tradicional está elaborado con el alcohol extrafino obtenido de fermentación de mieles vírgenes y destilación controlada de alta tecnología, su sabor, suavemente ardiente, es resultado de una balanceada formulación y de los saborizantes empleados. Estos últimos son extractos naturales, cuyas materias primas provienen de plantas cultivadas en el lejano oriente (como la badiana china). El AGUARDIENTE TAPA ROJA produce en la boca una sensación dulce y amable, pero al pasarlo se percibe el ardiente paladar anisado que lleva a desear tomarse otro trago.
- **Empanadas de lechona:** La empanada es el símbolo máximo de la comida descomplicada para “picar”, engañar al hambre entre comidas o disfrutar en medio del trabajo, pero para nosotros es una forma de experimentación gastronómica. Empanadas el antojo es un Producto típico Colombiano, elaborado a partir de nuestra auténtica lechona Tolimense y recubierta de una fina capa de Harina de Maíz. Producto pensado especialmente para saciar sutilmente los antojos de Lechona de nuestros clientes. Es el producto ideal para sus reuniones sociales, eventos familiares y empresariales. Garantizamos el auténtico sabor que nos caracteriza. Elaboración artesanal con los mejores ingredientes:
- Harina de Maíz, Agua Caliente, Sal, Un plato de lechona, condimentos y especias ideal para acompañar con Ají casero, Guacamole y Limón.

3.1.4. Maridaje boyacense

- **Aguardiente boyacense:** Aguardiente Líder tradicional o Sin Azúcar reconocido en 2013 con Oro en Monde Selection de Bélgica, un licor anisado con 35 % de alcohol en volumen.
- **Picada de longaniza:** Papa Criolla, 2 tazas de papas criollas pequeñas agua, aceite vegetal, sal
- Cocinar las papas en agua con sal, hasta el primer hervor. Colar y secar. En un recipiente hondo calentar suficiente aceite y freír las papas hasta que estén doradas. Retirar y condimentar con sal.
- Morcilla y Longaniza
- 1 paquete de morcillas pequeñas
- 1 paquete de longaniza
- Calentar la parrilla o un sartén y llevar por 20 a 25 minutos dándoles vuelta para evitar que se quemen, hasta dorar
- Servir acompañado de ají casero.

Por otro lado hay personas que no toman, no ha probado licor, no usan aplicaciones para pedir comida a domicilio entonces esta clase de pregunta no son de mucho agrado o no entienden la idea de negocio, al momento de tabularla y contar cada respuesta se halla que la idea no es nada des- interesante para la gente y se encontró que es llamativa y que si la comprarían y también se encontró que si utilizan aplicaciones de celular para comprar y no salir repuestas positivas al momento de decir y que al responder fue diferente la respuesta.

3.1.5. Maridaje boyacense segunda opción.

- **Ron boyacense:** Color: caoba oscura. Nariz: muy cítrica, a cáscara de naranja. Nota de tabaco con toques de guayaba seca. Paladar: con buena astringencia, notas de cedro y caja de puro. Final: algo dulce con notas de maracuyá y tabaco. Algo corto. Conclusión: sorprende que la industria de licores de Boyacá venga mejorando y haciendo un ron cada vez más elegante.
- **Genovas boyacenses:** en este caso, los intestinos gruesos se rellenan de carne de cerdo molida y tocino molido, mezclados con sal, yerbabuena, perejil, pimienta y cominos. Estos se anudan y forman bolas del tamaño de un limón, pero no muy apretadas para evitar que revienten. Luego, se cocinan en agua-leche a fuego medio, se dejan enfriar y se secan al sol. Para ahumarlas, suelen colgarse sobre un fogón en un lugar fresco y al aire libre. La Génova boyacense son algunas de las más conocidas.

3.1.6. Maridaje llanero/costeño

- **Aguardiente llanero:** caracterizado por el aroma a anís y una suavidad exclusiva al paladar, que proporciona deleite único, la fuerza del licor y la delicadeza de nuestro proceso que conservan el sabor del llano.
- **Arepa de huevo:** La arepa de huevo (llamada coloquialmente arepa'e huevo) es una arepa típica de la Costa Atlántica Colombiana, la cual se compone de arepa de maíz y huevo en el interior. Su preparación consiste en freír la masa anticipadamente, luego se vierte un huevo crudo y se regresa a freír.

3.3. FICHA TECNICA DEL PRODUCTO

FICHA TECNICA	MARIDAJE ANTIOQUEÑO
DESCRIPCION DEL PRODUCTO	Es la combinación perfecta entre uno de los destilados más representativos de Antioquia con un acompañamiento que a través de generaciones se ha destacado como uno de los elementos típicos de la gastronomía colombiana. Su combinación armónica se complementa entre los sabores dulces anisados del aguardiente con contrastes salados, picantes y especiados propios de la arepa y el chorizo colombiano.
PREPARACION	Por ser productos semielaborados el proceso de elaboración es muy rápido. Tanto la arepa paisa como el chorizo antioqueño van asados. Luego se hace la incorporación a la bolsa de producto semielaborados y salsas incorporación de productos terminados, desechables y verificación totalidad de producto en la lista de ensamble.
CARACTERISTICAS ORGANOLECTICAS	<p>AGUARDIENTE ANTIOQUEÑO: Licor anisado, elaborado con alcoholes extra puros, esencias naturales de anís, agua y azúcar refinada.</p> <p>Olor: notas dulces de caña, notas anisadas, notas altas de alcohol.</p> <p>Sabor: anisados dulces y picantes, sensaciones técnicas de cosquilleo alto y nota de alcohol alto.</p> <p>AREPA ANTIOQUEÑA DE MAIZ: Las arepas deben presentar su consistencia y textura propia del producto, debe estar libre de materiales extraños, olores fuertes y textura defectuosa.</p> <p>Color: Blanco</p> <p>Olor: Característica de la arepa</p> <p>Sabor: Característico</p> <p>Textura: semidura, rugosa.</p> <p>CHORIZO ANTIOQUEÑO: producto cárnico crudo a base de carnes, embutido en tripa natural.</p> <p>Apariencia: solido</p> <p>Olor: característico</p> <p>Color: rojo oscuro con tonos blanquecinos</p> <p>Sabor: característico</p> <p>Textura: consistente sin llegar a estar apelmazado</p>
PRESENTACION DEL PRODUCTO	<ul style="list-style-type: none"> ● Botella de aguardiente Antioqueño de 750ml ● Arepa Antioqueña 10 unidades mini ● Chorizo Antioqueño 10 unidades mini ● Un paquete de copas desechables de una onza que contiene 50 und. ● Servilletas 20 unidades.

Tabla No. 4 *Ficha técnica maridaje antioqueño*

FICHA TECNICA	MARIDAJE NARIÑENSE
DESCRIPCION DEL PRODUCTO	Es la combinación entre el aguardiente elaborado en la región del Galeras, con dos de los bocados típicos de la región Sur de Colombia. Aquí se encuentran un destilado con bajo contenido de azúcar con una preparación freída u horneada de cerdo que complementa el sabor poco invasivo del licor y las texturas suaves del llapingacho con queso cremoso.
PREPARACION	incorporación a la bolsa de producto semielaborados y salsas incorporación de productos terminados, desechables y verificación totalidad de producto en la lista de ensamble
CARACTERISTICAS ORGANOLECTICAS	<p>•AGUARDIENTE NARIÑO: licor anisado, elaborado con alcoholes extra finos, obtenido de fermentación de mieles vírgenes y destilación controlada de alta tecnología.</p> <p>Olor: notas anisadas, notas altas de alcohol, notas aromáticas similares a la badiana china.</p> <p>Sabor: sensación en boca dulce, con persistencia alta en boca y final fuerte de alcohol.</p> <p>LLAPINGACHOS: Básicamente son tortillas asadas, hechas de papas o yucas cocidas, aplastadas. Los llapingachos pueden ser servidos con chorizo, huevo frito, carne asada, lechuga, cebollas, arroz y aguacate. En Ipiales, al sur de Colombia, se sirve con fritada (carne de cerdo frita) y se acompaña de lechuga y ají.</p> <p>Sabor: característico del producto</p> <p>Textura: blanda</p> <p>Color: característico del producto, dependiendo de su fuente de elaboración.</p> <p>AJI CRIOLLO: Su aspecto, generalmente es de colores naranja, amarillo, rojo o morado, dependiendo del tipo de ají que se busca. Tiene un fuerte sabor picante al comerlo. El "Ají amarillo" del Perú es de color verde y se vuelve color naranja cuando madura. Se expende, también, en forma de ají en polvo, seco.</p> <p>Color: naranja, amarillo, rojo o morado, dependiendo del tipo de ají</p> <p>Sabor: fuerte sabor picante.</p>
PRESENTACION DEL PRODUCTO	<ul style="list-style-type: none"> ● Botella de aguardiente Nariñense de 750ml ● Llapingachos de papa y queso: 15 unidades mini ● Ají criollo ● Un paquete de copas desechables de una onza que contiene 50 und. ● Servilletas 20 unidades.

Tabla No. 5 Ficha técnica maridaje nariñense

FICHA TECNICA	MARIDAJE TOLIMENSE
DESCRIPCION DEL PRODUCTO	Es la combinación perfecta entre uno de los destilados más representativos de Tolima con un acompañamiento que a través de generaciones se ha destacado como uno de los elementos típicos de la gastronomía colombiana. Su combinación armónica se complementa entre los sabores dulces anisados de la badiana china presentes en el aguardiente con contrastes salados, picantes y especiados de la empanada de lechona, con limón.
PREPARACION	La empanada de lechona viene como producto semielaborado, la transformación del producto se da en un fritura que se hace del mismo en un aceite y temperatura adecuada. Incorporación a la bolsa de producto semielaborados y salsas incorporación de productos terminados, desechables y verificación totalidad de producto en la lista de ensamble.
CARACTERISTICAS ORGANOLECTICAS	<p>AGUARDIENTE TAPA ROJA: licor anisado, elaborado con alcoholes extra finos, obtenido de fermentación de mieles vírgenes y destilación controlada de alta tecnología.</p> <p>Olor: notas anisadas, notas altas de alcohol, notas aromáticas similares a la badiana china.</p> <p>Sabor: sensación en boca dulce, con persistencia alta en boca y final fuerte de alcohol.</p> <p>EMPANADA DE LECHONA: Deliciosa lechona y con una delgada cubierta de maíz, elaboramos nuestras exquisitas empanadas, el pasabocas ideal para saciar sutilmente el antojo de lechona de los asistentes a sus reuniones y/o eventos sociales y de oficina. Lo único que no garantizamos es que se quieran comer solo una.</p> <p>Olor: característico del producto</p> <p>Sabor: sabor a carne y grasa de cerdo. Característico del producto.</p> <p>Textura: crujiente.</p> <p>Color: amarillo</p>
PRESENTACION DEL PRODUCTO	<ul style="list-style-type: none"> ● Botella de aguardiente Tapa Roja de 750ml ● Empanadas de lechona 10 unidades ● Ají criollo ● Un paquete de copas desechables de una onza que contiene 50 und. ● Servilletas 20 unidades.

Tabla No. 6 *Ficha técnica Maridaje tolimense*

FICHA TECNICA	MARIDAJE BOYACENSE
DESCRIPCION DEL PRODUCTO	Maridaje Boyacense es la combinación entre Aguardiente Líder tradicional o Sin Azúcar reconocido en 2013 con Oro en Monde Selection de Bélgica, un licor anisado con 35 % de alcohol en volumen, y una picada tradicional compuesta por longaniza y papa criolla. La mezcla entre salado y especiado de la longaniza de cerdo y las notas dulces anisadas del licor.
PREPARACION	Seguido a la preparación incorporación a la bolsa de producto semielaborados y salsas incorporación de productos terminados, desechables y verificación totalidad de producto en la lista de ensamble.
CARACTERISTICAS ORGANOLECTICAS	AGUARDIENTE LIDER (BOYACENSE): licor de color incoloro, elaborado por la empresa de Boyacá el líder. Olor: característico. Color: incoloro de etiqueta azul. Sabor: característico. PICADA: Apariencia: Crocante y embutido Olor: característico Color: variedad de colores • AJI CRIOLLO: Su aspecto, generalmente es de colores naranja, amarillo, rojo o morado, dependiendo del tipo de ají que se busca. Tiene un fuerte sabor picante al comerlo. El "Ají amarillo" del Perú es de color verde y se vuelve color naranja cuando madura. Se expende, también, en forma de ají en polvo, seco.
PRESENTACION DEL PRODUCTO	<ul style="list-style-type: none"> ● Botella de aguardiente líder tradicional de 750ml ● Picada longaniza y papa – dos picadas cada una para 4 personas. ● Ají criollo ● Un paquete de copas desechables de una onza que contiene 50 und. ● Servilletas 20 unidades.

Tabla No. 7 Ficha técnica maridaje boyacense

FICHA TECNICA	MARIDAJE BOYACENSE
DESCRIPCION DEL PRODUCTO	Maridaje Boyacense es la combinación entre Ron Boyacá añejo 3 años elaborado desde 1930, con un embutido típico de la región cundiboyacense, elaborado a partir de carne de cerdo y especias. La Génova boyacense un embutido de cerdo de consumo en frío que se complementa con los sabores amaderados, dulces y acaramelados del Ron añejo para dar un final en boca amable, limpio y de baja persistencia alcohólica.

PREPARACION	Seguido a la preparación incorporación a la bolsa de producto semielaborados y salsas incorporación de productos terminados, desechables y verificación totalidad de producto en la lista de ensamble.
CARACTERISTICAS ORGANOLECTICAS	<p>RON BOYACA: ron de calidad excelente elaborado por la empresa de Boyacá, esta botella tiene un añejo de 3 años. Olor: característico de excelente calidad. Color: fase visual: amarillo quemado. Sabor: buena armonía y persistencia suave y redondo con un ligero dulce.</p> <p>GENOVA BOYACENSE: es un producto cárnico, escaldado, que se caracteriza por su embutido en tripa natural de cerdo en forma de bolitas de 2 a 3 cm de longitud Apariencia: semiblanda Olor: característico Color: amarillo</p>
PRESENTACION DEL PRODUCTO	<ul style="list-style-type: none"> ● Botella de Ron Boyacá añejo 3 años de 750ml ● Génova Boyacense 10 unidades ● Ají criollo y limón ● Un paquete de copas desechables de una onza que contiene 50 und. ● Servilletas 20 unidades.

Tabla No. 8 *Ficha técnica maridaje boyacense segunda opción*

FICHA TECNICA	MARIDAJE LLANERO/COSTEÑO
DESCRIPCION DEL PRODUCTO	Maridaje llanero/ costeño integra los sabores de la Orinoquia colombiana con la costa caribe. Aguardiente llanero por tradición es el licor con más bondades en cuanto a su sabor y frescura se refiere. Elaborado con aguas de alta pureza, genera a sus consumidores una experiencia inigualable. Sus sabores se complementan con una arepa de maíz rellena de huevo y carne mechada típica de la región del caribe colombiano.
PREPARACION	Seguido a la preparación incorporación a la bolsa de producto semielaborados y salsas incorporación de productos terminados, desechables y verificación totalidad de producto en la lista de ensamble.
CARACTERISTICAS ORGANOLECTICAS	<p>AGUARDIENTE LLANERO: aromas y sabores que se conjugan con el tiempo generando un bouquet inconfundible. Olor: vainilla, caramelo ahumado floral dulce tabaco madera frutal pistacho almendra. Color: fase visual: caoba de excelente brillo dorado. Sabor: ahumado madera floral vainilla frutal dulce tabaco esteres astringente tostado.</p>

	<p>AREPA DE HUEVO: Es una arepa típica de la Costa atlántica Colombiana, la cual se compone de arepa de maíz y huevo en el interior de ésta. Su preparación consiste en freír la masa anticipadamente, luego se vierte un huevo crudo y se regresa a freír. Color: Amarillo Olor: Característico Sabor: Característico</p> <p>AJI CRIOLLO: Su aspecto, generalmente es de colores naranja, amarillo, rojo o morado, dependiendo del tipo de ají que se busca. Tiene un fuerte sabor picante al comerlo. El "Ají amarillo" del Perú es de color verde y se vuelve color naranja cuando madura. Se expende, también, en forma de ají en polvo, seco.</p>
PRESENTACION DEL PRODUCTO	<ul style="list-style-type: none"> ● Botella de Aguardiente Llanero de 750ml ● Arepa de Huevo 10 unidades ● Ají criollo ● Un paquete de copas desechables de una onza que contiene 50 und. ● Servilletas 20 unidades.


Tabla No. 9 *Ficha técnica maridaje boyacense llanero/costeño*

	<p>FICHA TÉCNICA PRODUCTO SEMI ELABORADO</p>	<p>CODIGO: AB00</p>
NOMBRE DEL PRODUCTO	Arepa paisa	
NOMBRE COMERCIAL DEL PRODUCTO	Arepa paisa Memo F.A	

COMPOSICION DEL PRODUCTO	Proteína, lípidos, carbohidratos
DESCRIPCION DEL PRODUCTO	La arepa en Antioquia es el alimento más común para los paisas y se consume a la hora del desayuno o como acompañante de casi todas las comidas en Antioquia. Producto para consumo obtenido a partir de la masa de maíz blanco cocido molido y amasado. Es una arepa semidura de maíz peto de 15 cm de diámetro por 0,6 cm de grosor.
CALIDAD	extra
REQUISITOS DEL PROVEEDOR	Debe cumplir con las normas de BPM
PROPIEDADES FISICAS	Las arepas deben presentar su consistencia y textura propia del producto, debe estar libre de materiales extraños, olores fuertes y textura defectuosa.
EMPAQUE Y ROTULADO	Empaque al vacío con fecha de fabricación, fecha de vencimiento, fecha de empaque, el peso, cantidad, proveedor, país de origen, lista de ingredientes.
PRESENTACION	Este debe estar limpio, y perfectamente sellado. Rotulado
PROPIEDADES ORGANOLEPTICAS	Color: Blanco Olor: Característica de la arepa Sabor: Característico Textura: semi dura, rugosa
CONSERVACION	Debe mantenerse en estado de refrigeración a temperaturas de a 0 a 4°C
VIDA UTIL	La arepa paisa tienen una vida útil de 30 días A partir de su fecha de elaboración
GENERALIDADES	Debe mantenerse en un lugar fresco y seco alejado de los

	rayos del sol
	Consumir en el menor tiempo posible

Tabla No. 10 *Ficha técnica de la arepa paisa.*

	FICHA TECNICA PRODUCTO SEMI ELABORADO		CODIGO: AB00
			VIGENCIA
NOMBRE DEL PRODUCTO	chorizo Antioqueño		
NOMBRE COMERCIAL DEL PRODUCTO	chorizo Antioqueño Zenu		
COMPOSICION DEL PRODUCTO	Carbohidratos, proteína, lípidos-grasa, agua, minerales.		
DESCRIPCION DEL PRODUCTO	Es un producto cárnico crudo preparado a partir de carne de res y cerdo y embutido en tripa natural de cordero con diámetro de 21 a 22 mm y longitud de 5 cm de longitud.		
VALOR NUTRICIONAL	Carbohidratos, proteína, lípidos-grasa, agua, minerales.		
CALIDAD	extra		
REQUISITOS DEL PROVEEDOR	Debe cumplir con las normas de BPM		

EMPAQUE Y ROTULADO	Empaque al vacío con fecha de sacrificio, fecha de vencimiento, fecha de empaque, el peso, cantidad, proveedor, país de origen, lista de ingredientes.
PRESENTACION	Empaque al vacío 250 g, Empaque al vacío 500 g
PROPIEDADES ORGANOLEPTICAS	Color: Rojo oscuro con tonos blanquecinos, Olor: Característico Sabor: Característico Textura: Consistente sin llegar a estar apelmazado
CONSERVACION	Congelación (temperatura de -20- y -10 °C)
VIDA UTIL	No será mayor a 45 días
GENERALIDADES	Una vez abierto el empaque consumir lo más pronto posible, dejando en condiciones de congelación, debidamente sellado.

Tabla No. 10 *Ficha técnica del chorizo paisa.*

	FICHA TECNICA PRODUCTO SEMI ELABORADO		CODIGO: AB00
			VIGENCIA
NOMBRE DEL PRODUCTO	Arepa de huevo		
NOMBRE COMERCIAL DEL	Arepa de huevo Santa Clota		

PRODUCTO	
COMPOSICION DEL PRODUCTO	Proteína, lípidos, carbohidratos, Maíz Peto, Huevo de gallina , sal , aceite vegetal libre de colesterol.
DESCRIPCION DEL PRODUCTO	Es una arepa típica de la Costa atlántica Colombiana, la cual se compone de arepa de maíz y huevo en el interior de ésta. Su preparación consiste en freír la masa anticipadamente, luego se vierte un huevo crudo y se regresa a freír.
CALIDAD	extra
REQUISITOS DEL PROVEEDOR	Debe cumplir con las normas de BPM
PROPIEDADES FISICAS	Visualmente el producto debe presentar un tamaño y color uniforme, debe tener buena apariencia, y olor
EMPAQUE Y ROTULADO	Empaque al vacío con fecha de fabricación, fecha de vencimiento, fecha de empaque, el peso, cantidad, proveedor, país de origen, lista de ingredientes.
PRESENTACION	Este debe estar limpio, y perfectamente sellado. Rotulado
PROPIEDADES ORGANOLEPTICAS	Color: Amarillo Olor: Característico Sabor: Característico Textura: Crocante
CONSERVACION	Debe mantenerse en estado de congelación a temperaturas inferiores a menos -17°C
VIDA UTIL	Las empanadas de huevo tienen una vida útil de 4 (cuatro) meses en estado de congelación. El producto no tiene preservantes ni conservantes por lo tanto no se debe descongelar.
GENERALIDADES	Se deben freír de tal manera que el producto ocupe la base

	de la canastilla con el fin de evitar que las empanadas se pegue conservar su congelación o empata
--	--

Tabla No. 11 *Ficha técnica de la arepa de huevo.*

3.4. Portafolio de Servicios

Maridaje Antioqueño



Fuente: *Elaborado por Orlando Santisteban (2018)*

- **Maridaje Nariñense**



Fuente: *Elaborado por Orlando Santisteban (2018)*

- **Maridaje Tolimense**



Fuente: *Elaborado por Orlando Santisteban (2018)*

- **Maridaje Boyacense**



Fuente: *Elaborado por Orlando Santisteban (2018)*

- **Maridaje Boyacense**



Fuente: *Elaborado por Orlando Santisteban (2018)*

- **Maridaje Llanero/Costeño**



Fuente: *Elaborado por Orlando Santisteban (2018)*

CAPITULO 4 MATRIZ ESTRATEGICA

4.1. Identidad estratégica

Somos una microempresa de servicios enfocada en ofrecer productos de licor y comida típica a las Casas de Eventos que buscan ideas innovadoras para sus reuniones sociales y que a sus paladares conozcan nuevas texturas, aromas y sabores únicos de cada región del país.

4.2. Futuro preferido

Ser para el 2022 una empresa consolidada en el mercado de Bogotá, como uno de los principales proveedores de licores y comidas típicas regionales para Casas de Eventos con el fin de resaltar gastronomía regional, mediante un proyecto productivo viable, sostenible y próspero y que cumpla con las expectativas de los consumidores.

4.3. Objetivo general

Promover el consumo de maridajes regionales, a nuestros clientes de las Casas de Eventos de Bogotá, resaltando el valor gastronómico que posee nuestra comida y licores colombianos.

4.4. Objetivos específicos

- Ofrecer la mejor atención a nuestros clientes de forma atenta, confiable y segura.
- Presentar información: ofrecer y sugerir los diferentes maridajes que se encuentran en nuestro catálogo de productos, teniendo en cuenta los gustos que tiene el cliente y lo que desea.
- Identificar y estandarizar los procesos necesarios para la producción y comercialización eficaz y eficiente de los productos.





4.5. Valores

Valores que nos identifican que nos hacen únicos

- **Vocación de Servicio:** tenemos la empatía necesaria para recibir al cliente y ofrecerle la mayor atención que se merece sin discriminación y sin ser elitistas a la hora de ofrecer nuestro servicio en cualquier evento o reunión social.
- **Respeto:** valorar a cada uno de nuestros clientes y ser tolerantes con cada uno de los requerimientos para la realización de sus eventos.
- **Integridad:** ser coherente con lo que hacemos y ofrecemos actuar con honestidad.
- **Confiabilidad:** ser honestos, leales al momento de cumplir con los encargos solicitados y no generar demoras y retrasos.
- **Seguridad:** Que los productos que ofrecemos son alta calidad, frescos y aptos para ser consumidos sin ningún riesgo de salud.
- **Amabilidad:** tener buenas relaciones interpersonales para así reflejar una buena imagen y tener un buen trato cordial para nuestros clientes.

- **Responsabilidad:** cumplir con cada uno de nuestros compromisos que adquirimos al momento de vender cada producto a las Casa de Eventos que nos contactan o contactemos.

4.6. ANALISIS DE PESTEL

P OLITICOS	E CONOMICOS	S OCIAL
<p>-LEGISLACIÓN-SANITARIA, DECRETO 3075 DE 1997 -Normas HACCP -REQUISITOS SANITARIOS PARA LOS MANIPULADORES DE ALIMENTOS -RESOLUCIÓN 5109 DE 2005. Rotulado -DECRETO 1575 DE 2007</p> 	<p>-Impuesto de Renta -Impuesto de Cree -Impuesto del IVA -Impuesto del ICA -Retención en la fuente -Aportes Parafiscales.</p> 	<p>-Innovación en la muestra del producto. -Que la prestación del servicio se impecable. -Que haya variedad de otros productos. -Que haya tematización para cada producto.</p> 
T ECNOLOGICOS	E COLOGICOS	L EGAL
<p>-Freidoras industriales -Estufa a gas mara Fisher -Nevera vertical en acero Inox -Estantería -Horno eléctrico Electrolux -Computadora hp -Impresora hp -Televisor Smart TV</p>	<p>Manejamos los residuos por canecas de colores. Utilizaremos papel reciclado para las impresiones. Bombillos reductores de energía separación de los residuos.</p> 	<p>-Es una sociedad anónima simplificada S.A.S. Es del sector terciario de servicios. Es una microempresa Necesita: Visita de bomberos, Secretaria de salud con apoyo del hospital de Fontibón, el Invima, Inscrito en la Cámara de Comercio</p>

4.7. ANALISIS DE FUERZAS PORTER

1. NEGOCIACION CON LOS CLIENTES

Por cada evento contratado a cada uno les daremos el 10% de descuento en la alimentación y en el licor el 5%, le regalaremos un bono de compra para adquirir un producto de nuestro portafolio para el día de su cumpleaños y a las personas que laboren con nosotros y también quieran adquirir nuestros productos tendrán un 20% de descuentos en la totalidad de la compra, así para ciertas fechas especiales tendremos bonos de regalos con el fin de fidelizar al cliente.

2. RIVALIDAD DE PRODUCTOS ACTUALES

Nuestra empresa va dirigida a Casas de Eventos desde luego tenemos muchos rivales que son los que ofrecen la comida a los eventos como los bufets, los restaurantes que ofrecen los servicios de eventos sociales, allí puede ofrecen entradas comida pequeña ofrecer bebidas, un dulce, un aperitivo o coctel, la tematización es un valor agregado que da valor al evento y lo vuelve más llamativo

3. NEGOCIACION CON PROVEEDORES

Hemos averiguado los proveedores que comercializan con los productos con los que vamos a trabajar no solo va hacer un proveedor, tendremos varias alternativas y lo más importante con los que tengan los licores nacionales y los productos para las comidas típicas, los descuentos que nos ofrecen es según la cantidad que adquiramos por compra, la compra será a crédito a 60 días máximo ya que llegáramos a incumplir nos vetan el crédito a un mes.

Para llevar a cabo la evaluación, selección y reevaluación de los proveedores de bienes y servicios se toman los siguientes parámetros.

- **Precio:** Disponibilidad para la entrega de listas de precio actualizada.
- **Tiempo de entrega:** Evalúa la disponibilidad de despacho permanente y las garantías ofrecidas.
- **Calidad:** Se verifica que cumpla con los estándares de establecidos por la empresa.

- **Garantía:** Se verifica que si el producto o servicio o es apto se haga efectividad de la garantía ofrecida por el proveedor.

Evaluación de Proveedores: Método mediante el cual se determina el cumplimiento de aspectos técnicos, administrativos y de calidad de un proveedor.

Reevaluación de Proveedores: Proceso mediante el cual se vuelve a evaluar a un proveedor para hacer seguimiento a su desempeño y determinar su permanencia como proveedor de la empresa.

4. NUESTROS COMPETIDORES

- Casas de Eventos con mayor trayectoria en la ciudad.
- Restaurantes que ofrecen la realización de Eventos y la inclusión de alimentación y licor.
- Bares
- Fiestas temáticas son de bastante auge
- Las apps que aparte de ofrecer domicilios en comida ofrecen también trago y con algo adicional.
- Las casas de venta de licores donde pueden adquirirlo a un mejor precio o con mejores descuentos.

5. PRODUCTOS SUSTITUTOS

Sabemos que hoy en día el mundo está cambiando y va trayendo cosas nuevas, ideas nuevas que hacen que los clientes vayan a la vanguardia con todo eso, en nuestro negocio de Maridajes Regionales Mi Tierra tenemos un producto que más consumen que es el aguardiente antioqueño con arepa paisa y chorizo.

En productos sustitutos podemos competir con el vino, cocteles, aperitivos, cervezas, con dulces, mufis, galletas, minis ya que son de bastante colorido más llamativo y más aseguibles o podemos encontrar que los clientes deseen otro acompañamiento que no se un aguardiente

CONCLUSIONES

- Maridajes Regionales Mi Tierra ofrecerá un servicio de calidad y responsabilidad para cada uno de sus clientes que adquiera nuestros productos.
- Garantizar que las normas para manipular alimentos y bebidas se cumplan para un buen uso de los productos y bienestar de los clientes.
- A pesar de ser un microempresa y que el termino maridaje pocos lo manejan , pocos saben de el sepamos llegar con cada uno de nuestros productos y que no solo miren que es un algo mas sino un producto que hace recordar de que esta hecho nuestro país, nuestras costumbres.
- Que el buen servicio no solo sea en como entregar el producto si no que vaya de la mano con el buen trato, la amabilidad y la confiabilidad que reflejo como empresa que esta prestando un servicio y que soy digna de contratar.