

INFORME FINAL  
EMPRENDIMIENTO

KANUARY SPA

Joshua Giraldo Quintero  
Luisa Corredor López  
Marly Serpa Palencia

Universidad Santo Tomás  
Facultad de Comunicación social para la paz  
Comunicación social - organizacional

Bogotá D.C  
22 de noviembre 2018

**KANUARY SPA**

Joshua Giraldo Quintero  
Luisa Corredor López  
Marly Serpa Palencia

Trabajo de grado para optar al título de comunicador social

Director  
José Escobar

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL PARA LA PAZ  
BOGOTÁ D.C  
2018

## **DEDICATORIA**

Este trabajo de grado está dedicado a todas nuestras familias, que gracias a su esfuerzo, dedicación, sacrificio y apoyo incondicional en el desarrollo de nuestra carrera, este proyecto fue posible.

A cada uno de nuestros profesores, por brindarnos sus conocimientos y guiarnos en este camino, a nuestra querida profesora Ivonne Ortiz y a nuestro tutor José Escobar, por su paciencia, apoyo incondicional y exigencia.

## **AGRADECIMIENTOS**

Primeramente a Dios por darnos la vida y la sabiduría para realizar nuestro emprendimiento, a nuestras familias por apoyarnos en cada paso que hemos dado y un sincero agradecimiento a José Escobar quien fue la persona encargada de apoyarnos y formarnos en todo este proceso y en el desarrollo de este proyecto, por sus recomendaciones, sus asesorías y los aportes como profesional y sobretodo como ser humano.

## ÍNDICE

1. Descripción de la empresa y productos a ofrecer.....	6
2. Planteamiento estratégico: Filosofía.....	7
3. Descripción breve del producto o servicio.....	10
4. Marco legal: análisis de las normas comerciales para la formalización del negocio.....	13
5. Características de los productos y servicio que se va a ofrecer.....	22
6. Red de contactos y aliados.....	33
7. Competidores directos e indirectos.....	39
8. Análisis de riesgos.....	52

## 1. Descripción de la empresa y productos a ofrecer

Nombre: **Kanuary** (Spa a base de cerveza artesanal)

Desde el siglo VI a.C hasta el día de hoy, los muisca se han situado en el altiplano cundiboyacense y en el norte del departamento de Santander. Con el tiempo los descendientes de este pueblo se han ido desplazando hacia Cundinamarca y Boyacá. El pueblo indígena habitó los territorios colombianos, incluso, mucho tiempo antes de que los españoles llegaran a colonizar; en esta cultura adoran a diferentes dioses, como: Nemcatacoa, el dios de las borracheras y protector de los artistas, chibchamcum: dios de los orfebres, mercaderos y labradores, de donde nace el nombre KANUARY. las cervezas serán hechas y distribuidas por nosotros mismos, y cada cerveza llevará el nombre de un dios muisca o una leyenda.

Es un Spa y cervecería diseñados para personas amantes de los nutrientes y el sabor de la cerveza artesanal, que le ofrece a sus clientes un espacio de relajación, beneficios estéticos gracias a los múltiples beneficios que ésta contiene: agua, cebada y lúpulo son los tres ingredientes de la cerveza, que consumiéndose con moderación, puede tener un papel preventivo en algunas enfermedades y aportar beneficios a nuestro organismo. Ofrecemos Jacuzzi a base de cerveza artesanal 100% realizada en casa, con dispensadores cerveceros libres para el consumo ilimitado del cliente. Con el objetivo de brindar relajación por medio de un baño de burbujas personalizado acompañado de una deliciosa cerveza realizada en casa.

La cerveza tiene un bajo contenido calórico y posee nutrientes que hacen que pueda incluirse dentro de una alimentación saludable, tal y como señala Jesús Román Martínez, profesor de la Facultad de Medicina de la Universidad Complutense de Madrid y presidente del Comité Científico de la Sociedad Española de Dietética y Ciencias de la Alimentación (Seduca): “La cerveza es una bebida tradicional que,

además de aportar ciertas sustancias nutritivas y no nutritivas, es fuente de agua para el organismo. Al tratarse de una bebida fermentada, forma parte de la cultura mediterránea, siempre teniendo en cuenta que es una bebida de adultos sanos cuyo consumo debe ser responsable y moderado”. (cuídate plus,2016)

Algunos de los beneficios que ofrece son:

**Nutritiva:** Por sus ingredientes la cerveza es un alimento saludable. Román indica que contiene diferentes sustancias nutritivas como son las vitaminas del grupo B y contiene un ligero porcentaje de carbohidratos (maltodextrina) y de alcohol. Los minerales también están presentes, especialmente el magnesio y el calcio, fibra y los antioxidantes, que provienen especialmente de una planta (lúpulo) que se añade a la cerveza durante su elaboración para darle ese toque amargo

**Prevención contra el infarto:** Podría evitar la oxidación de las células, aumentar la cantidad de colesterol HDL (bueno) y proteger frente a lesiones miocárdicas agudas asociadas al infarto”, señala Román.

**Huesos más sanos:** Ingredientes como el silicio, que promueve la densidad ósea y evita la pérdida del hueso, o los fitoestrógenos, asociados a la mejora de los síntomas de la menopausia y la prevención de la osteoporosis

**Menos infecciones en mujeres:** El consumo moderado podría mejorar la respuesta inmune contra los organismos que provocan las enfermedades infecciosas.

**Protección frente a enfermedades como el Alzheimer:**El silicio contenido en la cerveza puede estar asociado con la protección de enfermedades neurodegenerativas, como el Alzheimer. Esto se debe a que reduce la biodisponibilidad de aluminio en plasma y tejido cerebral, vinculado con algunas patologías neurodegenerativas importantes.

**Prolonga la vida:** Esta bebida consta de más de 2.000 componentes que hacen que tenga propiedades antioxidantes. Es decir, beber cerveza con

moderación ayuda a proteger al organismo frente a la oxidación y el envejecimiento de las células.

## **2. Planteamiento estratégico: Filosofía**

### **Misión:**

Somos una compañía con un propósito de innovación en el mercado colombiano a partir de la elaboración propia de cerveza artesanal como una forma de entretenimiento para el consumo ilimitado y además haciendo uso de esta en tratamientos estéticos y medicinales.

### **Visión:**

Kanuary quiere posicionarse en el 2020 como uno de los mayores establecimientos expendedores de cerveza artesanal elaborada por nosotros mismos y que además ofrece el servicio de Spa a base de dichos productos.

### **Valores corporativos:**

**Respeto:** En nuestra organización buscamos la armonía de nuestras relaciones laborales e interpersonales, por medio de la atenta escucha, entendiendo y valorando al otro.

**Profesionalismo:** Los resultados de un arduo proceso se logran por medio del profesionalismo que cada integrante de esta empresa desempeña para hacerlo visiblemente atractivo para aquellos que encuentren gusto por la cerveza y sus beneficios, teniendo la distancia prudente para no caer en una idea o estigma de cantina, ante todo proyectar una imagen de exclusividad y status.

**Participación:** En Nuestra organización, cada asociado aporta a la toma de decisiones de una forma democrática y cuentan con las mismas oportunidades.

**Honestidad:** Todas las operaciones que realizamos serán hechas con transparencia y rectitud.

**Confianza:** Los productos que brindaremos serán de la mejor calidad, a un precio justo y asequible.

**Objetivos:**

- Producir una cerveza con la mejor calidad y los mejores productos.
- Ser reconocidos por la excelente atención a nuestros clientes y nuestras innovadoras instalaciones.
- Captar audiencia y fidelizar tanto a hombres como a mujeres dentro del rango de edades establecido, a partir de nuestros productos y servicios.

**General:** Elaborar y comercializar cerveza artesanal que a su vez será implementada en tratamientos estéticos, brindando entretenimiento y bienestar.

**3. Postura Ética:**

KANUARY será una compañía limitada por las normas que rigen al mercado cervecero y de servicios de Spa dentro del país. Estará sometida a las auditorías requeridas para garantizar la transparencia de sus procesos y cumplirá a cabalidad con los parámetros exigidos por la ley dentro del comercio en el que se mueve la compañía.

KANUARY no generará mecanismos de venta o campañas publicitarias que desmeriten a otras compañías cerveceras o que las exponga de alguna manera como punto de comparación en bajos niveles de calificación, por lo contrario todo los proyectos de marketing no tendrán otro direccionamiento más que mostrar siempre las mejoras de los productos y los servicios que se ofrecen a base de estos. La elaboración de la cerveza hecha por KANUARY, será auténtica y con ingredientes

como esencias y especias, no copiaremos o implementaremos productos con marca de la competencia dentro de lo que ofrecemos.

#### **4. Descripción breve del producto o servicio.**

Nuestra organización va a estar dirigida al sector de entretenimiento y bienestar, por los diferentes beneficios que brinda la cerveza que produciremos, gracias al lúpulo, malta y agua. Queremos ofrecer un servicio de entretenimiento, siendo cercanos con el usuario, no motivando solo el consumo de licor, sino brindando beneficios a partir de este para la salud. Las cervezas que realizaremos serán con sabores rústicos, colores diferentes, para ser más atractiva la cerveza.

#### **5. Etapa del proyecto: principales necesidades para iniciar el proceso, con qué se cuenta para organizarla.**

Para iniciar el proceso de elaboración de cerveza artesanal contamos con un curso básico de preparación de esta, y con el tratamiento de sus derivados para generar sabores suaves y otros más concentrados.

Contamos con los utensilios para la elaboración de aproximadamente 3 barriles de cerveza por semana. Por el momento no tenemos una cocina industrial para el proceso, pero poseemos un espacio esterilizado adecuadamente para llevar a cabo la producción.

#### **Implementación y recursos necesarios según la etapa.**

##### **Primera etapa: Creación de cerveza artesanal**

Creación de la cerveza artesanal

Curso de cervecería: 450.000 por persona

Lugar para fabricar la cerveza: 200.000 por mes

Ollas: 300.000

Utensilios varios: 200.000

### **Segunda etapa: Montaje Spa**

**Espacio mínimo Bodega:** 20 metros para elaboración de Cerveza Artesanal.

**Espacio mínimo del Club KANUARY:** 100 metros.

### **Tecnológicos:**

Televisores acorde al espacio, Tanques por jacuzzi ( 2 barriles de cerveza de 500 mililitros), Jacuzzis de madera acorde al espacio, Dispensadores de cerveza, Toallas, Jabones, Gorros plástico de baño, computadores de caja e instalación de programa para facturación de la empresa, sandalias y aperitivos, Máquinas de producción de la cerveza de la compañía.

### **Análisis del contexto**

La empresa estará brindando sus servicios en territorios de temperaturas que oscilan entre los 5° hasta los 25° para tener mayor productividad en servicio que se estará presentando, en el área de tendencias utilizaremos como principal fortaleza la temáticas de la organización, ya que la misma será netamente precolombina, ofreciendo cervezas 100% artesanales inspiradas en diferentes dioses, guerreros, mitos y leyendas de la época precolombina.

## **6. Fundamentación teórica sobre cómo la Comunicación tiene un papel fundamental en la idea de negocio.**

A partir de una buena comunicación, entre los creadores de la organización y la identificación de estos con la idea de negocio se podrá evidenciar el buen manejo interno de los productos y el servicio que se ofrece, mostrando así lo esperado a sus clientes.

Todos los procesos necesitarán de la comunicación, esta será indispensable para la relación interna de todos los procesos requeridos para cumplir con los productos y servicios ofrecidos, puesto que esta:

(a) es una forma de interacción social, en consecuencia, se adquiere normalmente y se usa mediante la interacción social; (b) implica un alto grado de imprevisibilidad y creatividad en la forma y contenido; (c) tiene lugar en los contextos discursivos y socioculturales que rigen el uso apropiado de la lengua y ofrecen referencias para la correcta interpretación de las expresiones; (d) se realiza bajo limitaciones psicológicas y otras condiciones como restricciones de memoria, cansancio y distracciones; (e) siempre tiene un propósito (por ejemplo, establecer relaciones sociales, persuadir o prometer); (f) implica un lenguaje auténtico, opuesto al lenguaje artificial de los libros y otros materiales didácticos y (g) se juzga si se realiza con éxito o no con base en resultados concretos.” (Canale,1995, p. 64)

De la misma forma está aplicada para aquellos procedimientos externos relacionados principalmente con nuestros consumidores y proveedores. Esta será una comunicación muy cercana, constante y sobretodo clara para lograr la conexión deseada con nuestro colaboradores y que paralelamente influya en la satisfacción de nuestros clientes.

La comunicación influirá en KANUARY a partir de un enfoque dinámico, por medio de diferentes piezas comunicativas, ya sean digitales, audiovisuales y materiales POP. Esto se realizará analizando el target adecuado para brindar nuestros productos. la comunicación se verá reflejada en la variedad de piezas, que serán distribuidas en diferentes canales de comunicación.

## **7.Marco legal: análisis de las normas comerciales para la formalización del negocio.**

	<b>META (Mundial)</b>	<b>MACRO (Regional- int)</b>	<b>MESO (Nacional)</b>	<b>MICRO (Regional-Dist)</b>	<b>ENDO (Interno)</b>
<b>P</b>	<b>DD.HH</b> <b>personalidad</b>		<b>Superinten-</b>	<b>Secretaría</b>	(Políticas
<b>o</b>	<b>jurídica</b>		<b>dencia de</b>	<b>Distrital de</b>	internas)
<b>I</b>	Todo ser		<b>industria y</b>	<b>Hacienda.</b>	Garantiz
<b>í</b>	humano tiene		<b>comercio.</b>	Soporte legal:	ar la
<b>t</b>	derecho, en		Soporte legal:	Ley 140 de 1994:	protecció
<b>i</b>	todas partes, al		“El Decreto	“por la cual se	n de
<b>c</b>	reconocimiento		3466 de 1982	reglamenta la	datos
<b>o</b>	de su		en su artículo 1	Publicidad	personal
	personalidad		letra d) definió	Exterior Visual	es o de
	jurídica.		propaganda	en el Territorio	cualquier
	KANUARY		comercial como	Nacional”	otro tipo
	cumple con		todo anuncio	Decreto 362 de	de
	este derecho,		que se haga al	2002: “Por el	informaci
	ya que todas		público para	cual se actualiza	ón que
	las personas		promover o	el procedimiento	sea
	que trabajarán		inducir a la	tributario de los	utilizada
	allí, contarán		adquisición,	diferentes	o repose
	con una		utilización o	impuestos	en las
	identidad, que		disfrute de un	distritales, de	bases de
	es su cédula y		bien o servicio,	conformidad con	datos de
	para las		con o sin	su naturaleza y	KANUAR
	personas		indicación de	estructura	Y
	extranjeras su		sus calidades,	funcional".	
	pasaporte o ID		características o	KANUARY	
	<b>DD.HH</b>		usos, a través	cumplira con los	
	<b>Igualdad</b>		de cualquier	impuestos de la	
	Toda persona		medio de	publicidad que	
	tiene los		divulgación,	se manejará	
	derechos y		tales como	teniendo en	
			radio, televisión,	cuenta que:	

<p>libertades proclamados en esta Declaración, sin distinción alguna de raza, color, sexo, idioma, religión, opinión política o de cualquier otra índole, origen nacional o social, posición económica, nacimiento o cualquier otra condición. En la organización se cumplirá este derecho, ya que no se hará exclusión a ningún tipo de persona para que pueda laborar en la empresa.</p> <p><b>DD.HH</b></p>		<p>prensa, afiches, pancartas, volantes, vallas y en general todo sistema de publicidad” (Industria y comercio - Superintendencia, 2017).</p> <p>En ese sentido, KANUARY pretende generar estrategias de comunicación donde se influyeran los destinatarios o públicos hacia los cuales va dirigida la publicidad. Usualmente el tipo de comunicación no se hace por un volante sino que buscan mostrar contenidos más</p>	<p>Vallas de más de 8 M2 hasta 24M2, 5 Salarios Mínimos Mensuales Vigentes por año.</p> <p>Vallas de más de 24 M2 5 Salarios Mínimos Mensuales Vigentes por año.</p> <p>Vallas de propiedad de constructores de más de 8 M2, 5 Salarios Mínimos Mensuales Vigentes por año.</p>	
--	--	--	---	--

		<p>relevantes, para que en ese sentido la gente se interese y busque acerca de la marca como por ejemplo por las redes sociales siendo este su medio más fuerte de comunicación.</p> <p><b>&gt; Código de comercio:</b> Este regula la distribución adecuada y acorde de productos que desean tener en tienda. Posterior a ello se busca el cuidado para que haya transparencia con los precios.</p>		
--	--	--	--	--

<p><b>A</b> <b>m</b> <b>b</b> <b>i</b> <b>e</b> <b>n</b> <b>-</b> <b>t</b> <b>a</b> <b>l</b></p>	<p><b>Objetivo</b> <b>milenio. #7</b> Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente. Kanuary para ayudar el medio ambiente, y reducir costos, usando luz led, que reduce un 40% de energía y realizando un plan para el ahorro de agua al producir las cervezas y con los residuos de estas.</p>	<p><b>CMNUCC (Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático)</b> Esta entidad que regula el cambio climático en alrededor de 196 países, entre esos Colombia, adaptando estas políticas desde el desarrollo sostenible con la implementación de la responsabilidad social empresarial, que aplica para todas las empresas que se encuentran en el país, incluyendo a KANUARY.</p>	<p><b>Secretaria Distrital del medio ambiente.</b> Avala el compromiso ambiental que tiene la estructura orgánica en pro de los recursos naturales renovables como en este caso es el ahorro de agua en un 70% mediante una máquina que solo se encuentra en la ciudad de Bogotá.</p>	<p><b>POT</b> La estructura ecológica principal Conformada por el sistema de áreas protegidas, reservas forestales, parques urbanos, corredores ecológicos y áreas de manejo especial, entre otros. Las instalaciones de KANUARY cumplirán con los requisitos estipulados en el POT, al estar construidas a más de 10 metros de la ronda de los ríos que hay en Bogotá.</p>	
--	--	---	---	---	--

<p><b>S</b> <b>o</b> <b>c</b> <b>i</b> <b>a</b> <b>l</b></p>	<p><b>DD.HH libertad</b> Nadie estará sometido a esclavitud ni a servidumbre; la esclavitud y la trata de esclavos están prohibidas en todas sus formas. En KANUARY ninguno de los colaboradores estará obligado a trabajar allí, y todos contarán con una remuneración del trabajo desarrollado. <b>DD.HH LIBERTAD. ART.18</b> Toda persona tiene derecho a la libertad de pensamiento, de conciencia y de religión; este derecho incluye la libertad de cambiar de</p>	<p><b>Organización Internacional del Trabajo (OIT)</b> Al ser una entidad que cobija a América Latina en todo el tema de trabajo, tratando principalmente de reconocimient o efectivo del derecho a la negociación colectiva. La eliminación de todas las formas de trabajo forzoso u obligatorio. la abolición efectiva del trabajo infantil. La eliminación de la discriminación</p>		<p><b>Ley de Emprendimient o Juvenil:</b> Mediante la <b>Ley 1780 de 2016</b> se busca promover la creación de nuevas empresas jóvenes, entendiendo que una empresa joven es aquella conformada por personas naturales o jurídicas que cumplan con ser pequeñas empresas.</p>	
--	--	--	--	---	--

<p>religión o de creencia, así como la libertad de manifestar su religión o su creencia, individual y colectivamente, tanto en público.</p> <p><b>Artículo 26</b></p> <p><i>(1) Toda persona tiene derecho a la educación. La educación debe ser gratuita, al menos en lo concerniente a la instrucción elemental y fundamental. La instrucción elemental será obligatoria. La instrucción técnica y profesional habrá de ser generalizada; el acceso a los estudios superiores será</i></p>	<p>en el empleo y la ocupación.</p>			
--	-------------------------------------	--	--	--

<p><i>igual para todos, en función de los méritos respectivos.</i></p> <p>El trabajo infantil viola el derecho a la educación, ya que el trabajo de jornada completa absorbe una gran cantidad de su tiempo y esfuerzo, por lo que si llegan a asistir, no tienen la capacidad de enfocarse y rendir completamente en los estudios. por esta razón KANUARY no recibirá, ni contratará menores de edad.</p>				
--	--	--	--	--

T e c n o l ó g i c o			<b>Ministerio de tecnologías de la información y comunicaciones.</b> MINTIC pone a disposición planes de acción, mejoramiento, anticorrupción, entre otros.		Realizar inversiones grandes en tecnología, para mantenerse a la vanguardia y ser creadores de cerveza.
E c o n ó m i c o	<b>DD.HH trabajo ART.23</b> 1. Toda persona tiene derecho al trabajo, a la libre elección de su trabajo, a condiciones equitativas y satisfactorias de trabajo y a la protección contra el desempleo. En KANUARY colocaremos a cada empleado de acuerdo a la	<b>La ALADI o Asociación Latinoamericana de integración</b> Al ser un organismo intergubernamental, que busca promover la expansión de la integración de las regiones, asegurando el desarrollo económico y	<b>&gt; Dian dirección de impuesto y de aduanas nacionales:</b> NO APLICA	<b>Códigos CIU</b> -1410– Confección De Prendas De Vestir, Excepto Prendas De Piel. -4771– Comercio Al Por Menor De Prendas De Vestir Y Sus Accesorios (incluye Artículos De Piel) En Establecimientos Especializados. -4772– Comercio Al Por Menor De	El concepto de franquicia, KANUAR Y lo implementaría en su negocio como estrategia económica.

<p>necesidad que haya en cada área y a las capacidades de la persona.</p> <p><b>DD. HH Remuneración equitativa (incluido el derecho a la Igualdad salarial) y satisfactoria. ART.23</b></p> <p>3.Toda persona que trabaja tiene derecho a una remuneración equitativa y satisfactoria, que le asegure, así como a su familia, una existencia conforme a la dignidad humana y que será completada, en caso necesario, por cualesquiera</p>	<p>social, con una visión de mercado común latinoamericana, es decir la expansión de las empresas, aplica a todo tipo de empresa que busque la expansión comercial.</p>		<p>Todo Tipo De Calzado Y Artículos De Cuero Y Sucedáneos Del Cuero En Establecimientos Especializados.</p> <p>-4774– Comercio Al Por Menor De Otros Productos Nuevos En Establecimientos Especializados.</p>	
---	---	--	---	--

<p>otros medios de protección social. En KANUARY se remunera de acuerdo a lo realizado y se les pagará quincenalmente</p>				
---	--	--	--	--

- **Características de los productos y servicio que se va a ofrecer**

KANUARY le brindará a sus clientes como producto principal la cervecería, esta cerveza será artesanal realizada por nosotros mismos, las etapas por las cuales pasaremos, será la cervecería casera en la cual tendríamos un equipo rústico con el que realizaremos la cerveza, la micro cervecería donde ya tendríamos un equipo más sofisticado compuesto por tanques, bombas, filtros etc., las cuales se elaborarán a base de lúpulo, agua, cebada, malta, entre otros... Donde cada cerveza tendrá el nombre de una leyenda mitológica o dioses muisca. Estas cervezas serán distribuidas en café bares, canchas sintéticas y barberías en donde se tendrá en cuenta el flujo de personas (según el análisis de estas, tendremos en cuenta la cantidad a distribuir) que tenga cada establecimiento y su gusto. Inicialmente en el mercado estarán a la venta las siguientes cervezas:

**Rubia (lager):** Esta llevará por nombre **KANUARY** ya que este es el dios de la abundancia muisca, se destaca por ser una cervezas clara, esta se consigue con una fermentación a baja temperatura, gracias a esto se logra una textura suave al paladar, ya que su principal proceso será a base de malta de trigo, lo que genera la suavidad en su textura. (baja fermentación)

**Roja(ale):** Esta es una cerveza de status, ya que su fermentación será a base de cebada para conseguir un sabor más amargo y potente, dándole más fuerza que la rubia (alta fermentación). Esta llevará por nombre zipa ya que a esta le gusta perseguir hombres borrachos e irresponsables y su aparición es de forma de bola de fuego roja.

**Negra (stout ale)** llevará por nombre Sua ya que en la leyenda es descrita como una mujer hermosa que conquista a los hombres para después matarlos y otras veces como una vieja con un solo seno, greñas y grandes colmillos, a diferencia de las demás cervezas, esta se caracteriza por su consistencia, ya que se le añade nitrógeno y en el proceso de elaboración permitiremos un sabor tostado y con alto grado de nivel de alcohol. Su proceso será diferente ya que las temperaturas no serán las mismas, esta requiere más temperatura, para que el trigo se toste y llegue al punto de fermentación deseado.

Los primeros servicios que KANUARY ofrecerá en cuanto al Spa principalmente de belleza serán:

### **Enjuague de cerveza**

Para el cabello, un proceso en el que se impregna el cabello de cerveza hasta estar totalmente humedecido y se deja actuar por una hora, retirándose con abundante agua de tomillo para no concentrar el olor de la cebada y dar abundante brillo.

### **Mascarilla facial de cerveza**

Este tratamiento requiere de otros ingredientes a parte de la cerveza para realizar un mascarilla natural y de uso único con el fin de revitalizar la piel, para el cual será necesario la implementación de cerveza, yogur natural, aceite de oliva, clara de huevo y extracto de almendras. Se aplica sobre el rostro, se deja actuar mínimo 20 minutos y se enjuaga con agua fría.

### **Exfoliante de cerveza y fresas**

Aplicación directa en el rostro del cliente con movimientos circulares, dejando actuar por 15 minutos. Para retirarla se debe hacer con agua tibia y seguidamente cerrar los poros con un tónico y crema humectante.

### **Tratamiento de cerveza y leche**

Usa tres cucharadas de cerveza. Agrega 3 cucharadas de leche y pon la mezcla en un envase atomizador. Agítalo bien para que ambos ingredientes se unan a la perfección. Deja actuar por 20 minutos y retira con agua y champú.

### **Acondicionamiento capilar de cerveza**

A base de cerveza y aceite de jojoba. Se le aplica al cliente después de lavar profundamente el cabello y humedecerlo con cerveza, como un acondicionador, se deja actuar y se retira solo con agua para que las propiedades de la cerveza puedan penetrar en cada folículo capilar.

El spa tendrá diferentes espacios tales como: jacuzzi a base de cerveza, cuartos de masajes para realizar todo tipo de terapias tanto para mujeres como para hombres, en donde en vez de utilizar aceites o chocolate, implementaremos la cerveza como el elemento de uso para la aplicación corporal.

Nuestras salas de tratamiento tendrán un ambiente mítico, al igual que nuestras cervezas, decoradas y ambientadas según el espacio y tratamiento que se esté brindando y su relación con las leyendas.

- **Necesidades a las que se darán respuesta**

La necesidad que KANUARY quiere responder al cliente con nuestra propuesta de cervecería y spa, es que pueda encontrar una forma diferente e innovadora de relajarse, descansar y sentirse cómodo obteniendo los múltiples beneficios que la cerveza le brindará a su cuerpo. Según la pirámide de necesidades de Abraham Maslow, la compañía se estaría posicionando como un servicio de entretenimiento y belleza, ocupando un lugar en primer y segundo nivel de la pirámide, respondiendo por un lado a la necesidad fisiológica del descanso y ocio con los productos cerveceros artesanales y a la seguridad a través de la salud con los servicios del Spa. (Boeree, G. 1950)

- **Productos similares en el mercado**

Al evaluar los productos y servicios que ofrecemos dentro del mercado encontramos que, desde la producción y elaboración de cerveza específicamente artesanal, actualmente en el mercado colombiano existen competencias como:

**Mela's Beer**, cervecería con productos orgánicos a base de panela de Villeta, su cerveza *Golden Ale* a base de panela, con la que buscan recordar las tradicionales cervezas belgas con azúcar morena o caramelo. Esta cervecería comercializa tres productos insignias: *Black River Orange Blast* con naranjas orgánicas dulces, *Beer 4 Breakfast* que combina café de la sierra nevada, chocolate, avena y es fermentada con miel y, finalmente, con 9,3% grados de alcohol llamada *Atomic India Pale Ale*, con un torrente de lúpulos Cascade y Columbus y una cantidad excesiva de malta, que le dan un sabor floral.

**Chelarte**, una marca de cervezas artesanales sobre mujeres, como una simbiosis entre el arte y la cerveza. Hace pedidos a domicilios y es, además, un bar al norte de Bogotá donde se acompañan sus cuatro sabores de cervezas con comidas, en las que son protagonistas cuatro mujeres de acuerdo al sabor: *Pamela*, cítrica y refrescante, *Zenaida* con textura a

chocolate y café, *Raquel*, dulce y afrutada y *Carmela*, con un sabor a malta acaramelada y café amargo. El menú de Chelarte trae recomendaciones para los clientes sobre cuál cerveza deberían escoger según el plato y les permite elegir con qué música ambientar el lugar gracias a una app exclusiva para ello. Esta cervecería denominada 100% artesanal y contribuyente con el medio ambiente, usa materiales reciclables tanto en sus etiquetas como en los envases de las cervezas.

**Statua Rota** es un bar que tiene sus plantas de producción en las afueras de Bogotá. Se caracteriza por la presentación robusta de sus envases: *Mirla*, *Datura* y *Mitigantey* por ser una cerveza muy oscura (tipo stout) con un sabor tostado y un toque de agraz, con un contenido de alcohol de 6.6% en promedio.

**Apóstol** es una de las cervezas artesanales más conocidas del mercado, con una producción aproximada de 1.1 millones de cervezas al año. Nacida en Antioquia, esta empresa paisa del grupo Inducerv cuenta con seis productos clásicos catalogados de acuerdo al estilo como *Rubia (Helles)*, *Trigo (Weizen)*, *Ámbar (Marzer)*, *Roja (Dubbel)*, *negra (Bock)* y *la Sin (sin alcohol)*, al igual que otras variedades con sabores tropicales, como la *Apóstol Frutos Rojos*, que mezcla el dulce de las maltas, el ácido de las moras, fresas y uvas con una carbonatación media y el amargo de los lúpulos.

**MoonShein** inspirada en el licor típico de alambique que se vendía como contrabando en EE. UU durante la Prohibición, es una microempresa bogotana creada en el 2013. Combina 4 presentaciones con simbiosis entre frutas, semillas y especias, con un costo al público en restaurantes entre los \$6000 y los \$8000: *La Witbier*, elaborada con cáscara de naranja y semillas de coriandro, *La Ámber Ale*, con sabor tostado y aroma dulce, *La Pepper Strong*, con un sabor fuerte donde resalta la pimienta negra y las semillas de mostaza y finalmente, *La Zipa IPA*, que mezcla durazno y mango biche.

**Pijao**, quizás el producto que más nos marca competencia por su temática indígena. Esta microempresa nació y tiene su planta de producción en Espinal, Tolima, una zona con altas temperaturas durante todo el año, cuentan con la

producción de cerveza *Rubia* con 4% de alcohol, que mezcla un sabor maltoso, áspero y frutal con un toque de amargor, resultando en una textura cremosa y otras presentaciones como la *Pijao Mokka*. Actualmente, sólo es posible adquirir sus productos, haciendo un pedido directamente a través de su página en Facebook en su sitio en Facebook Cerveza Pijao S.A.S

Por último, la línea una marca más comercial e industrial como lo es la marca **BBC** y su línea de cervecería artesanal, fabricada por ellos mismos. Las cuales son inspiradas en un estilo clásico europeo y las realizan en pequeñas cochadas para garantizar su frescura. Tiene variedad de cerveza según temporadas o promoción, pero las cuatro vigentes son:

**Monserate (roja)**: la describen como afrutada y lupulosa con un 5% de alcohol y origen británico.

**Candelaria (clásica)**: Es su cerveza rubia, tipo Ale con un 5% de alcohol.

**Chapinero (Porter)**: Esta tiene origen inglés, es una cerveza negra con un sabor ligeramente tostado.

**Cajicá Miel**: una cerveza rubia, con un toque de miel orgánica. Contenido de alcohol del 5%.

Por otro lado, con respecto al mercado de Spas a base de cerveza, tenemos como competidor directo a: **Makaira Beer SPA** un lugar que da el libre consumo de cerveza que no es artesanal ni hecha por el mismo Spa, pero sí utilizada en tratamientos de relajación y estéticos. Actualmente es el único lugar en Bogotá y Colombia con un servicio similar al que ofrecería KANUARY.

Pero abarcando un plano más general en Bogotá tenemos competencias indirectas como:

**Baw thai Spa**: Es un spa tailandés, que ofrece los servicios de masaje-terapia, aparatología, rituales thai etc. y son atendidos por masajistas tailandesas, formadas y tituladas en la de Wat Po, en Bangkok.

**Chairama Spa**: Este spa homenaje a la Sierra Nevada, a la biodiversidad Colombiana, todos sus tratamientos son a base de hidroterapia.

**Shivana Spa:** No solo se basan en spa, sino que también ofrecen diferentes tipos de servicios como, rituales de unión, wedding planner, despedidas de solteros, bodas, etc. es un espacio que se basa en el equilibrio de los elementos, utilizando los sentidos como herramienta para iniciar un viaje individual.

**INTIHUATANA SPA:** Este spa está ubicado en la calera, en la mitad de la naturaleza y se basa en los astros para realizar las terapias y masajes.

**Nirvana Spa:** Es un spa que usa el vino como principal tratamiento, ya que el uso de la uva, es desintoxicante y antioxidante; realizan exfoliaciones de extracto de uva acompañado de un baño y un masaje antioxidante y depurativo reduciendo el exceso de agua.

Qué son los Spas con temáticas más innovadoras y que usan otros productos diferentes a la cerveza.

- **¿Qué instituciones o empresas trabajan en el mismo sector y por qué su idea puede sobresalir sobre las demás?**

Determinar las empresas del mercado que generan competencia para KANUARY desde los sectores que abarcamos, exige una valoración en primera instancia de aquellas compañías enfocadas directa y únicamente a la elaboración y comercialización de cerveza artesanal como segunda instancia Spas a base de cerveza en la ciudad de Bogotá, y como tercera instancia spas con diferentes temáticas. En ese orden de ideas, dentro de los parámetros que tratamos;

**Pijao:** Es la empresa que a nivel cervecero marca una fuerte competencia en la elaboración de cerveza artesanal, con un concepto basado en la comunidad indígena, idea que se asemeja a la de KANUARY en el concepto.

Por el lado del servicio de Spa:

**Makuira:** Podría marcar el paso por la fidelización de sus clientes y su permanencia en el mercado por tres años, teniendo en cuenta que su temática también incluye el consumo de cerveza, aunque sus procedimientos no.

- **Ingresos y recursos**

Los recursos serán propios (material de utensilios) y el capital inicial lo obtendremos de préstamos en los bancos, los principales targets son las barberías, café-bar, canchas de fútbol sintéticas en estratos medio-alto, ya que en estas el flujo de personas es amplio y se le dará exclusividad **en el momento** al producto, a estas instalaciones les daremos una nevera pequeña con 24 cervezas surtidas (**rubia, roja, negra, especiales**) el precio que tendrá la cerveza KANUARY será de \$5.000 pesos, este precio se le da por su proceso y utensilios gastados. A largo plazo **KANUARY SPA** generará ingresos por medio de los tratamientos estéticos y a su vez todo un protocolo de relajación.

- **Aporte innovación de los productos y servicios**

La cerveza KANUARY se destaca por ser una cerveza fuerte gracias a las propiedades naturales, ya que contienen hierbas como:

● Enebro	● Hierba de San Pedro
● Pino	● Cardo mariano
● Romero	● Ortiga
● Hisopo	● Milenrama
● Borraja	● Genciana
● Jengibre	● Salvia romana

• Mentas	• Vetonia
• Bergamota silvestre	• El romero
• Toronjil	• El hisopo
• Helenio	• La lavanda
• Regaliz	• Manzanilla
• Tomillo	• Melisa
• Marrubio	• Bergamota
• Salvia	• Las flores de saúco
• Diente de león	

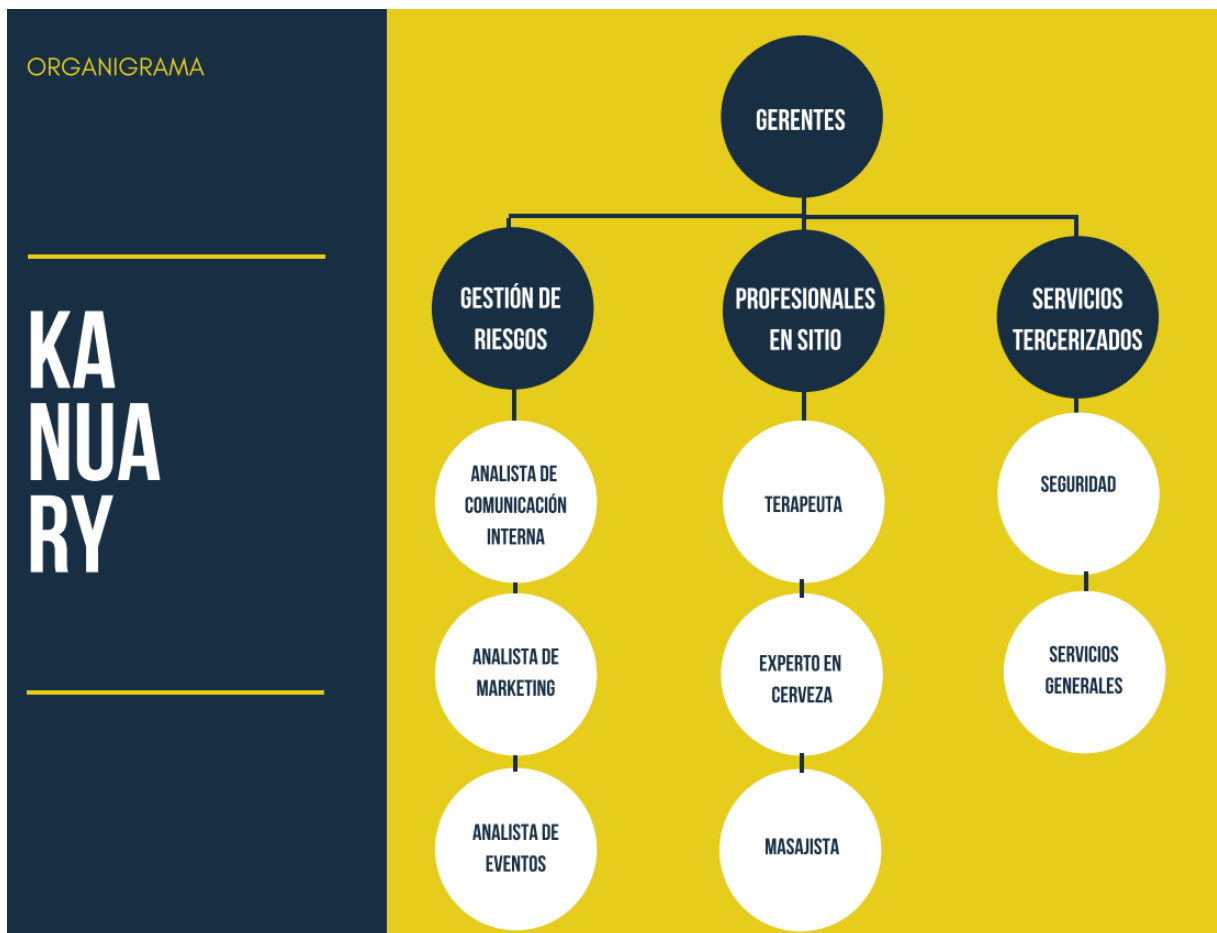
Brindando un mayor grado de alcohol que las cervezas tradicionales, amenizando con un sabor natural, lo que generará mayor frescura y preferencia sobre las demás. Su envase llevará un relieve característico tallado en vidrio de cada leyenda cervecera de KANUARY; Por otro lado **KANUARY SPA** innovará con la forma de realizar los procedimientos estéticos (**maskarillas, reparación capilar, exfoliación corporal**), ya que estos serán elaborados con las diferentes hierbas explicadas anteriormente.

- **Utilidad única**

La utilidad única y especial es el sabor natural de nuestra cerveza ya que todas y cada una de estas son elaboradas con nuestros procedimientos caseros a base de hierbas que son cuidadosamente escogidas para darle un sabor único a la cerveza, estas tendrán dos versiones (hierbas amargas, marrubio, la salvia, el diente de león, la hierba de San Pedro, el cardo mariano, la ortiga, la milenrama, la genciana, la salvia romana y la betonia) y (hierbas dulces) conservando los mismos grados de alcohol, diferenciándolos de nuestra competencia. Sin embargo en **KANUARY SPA** tenemos otra utilidad única y es que su temática es netamente

precolombina al igual que las cervezas que utilizaremos ya que el consumidor no solo tendrá en beneficio de probar nuestros sabores especiales, sino que también podrá conocer acerca de la historia de los mitos y leyendas muiscas, que se encontraran al respaldo de cada etiqueta.

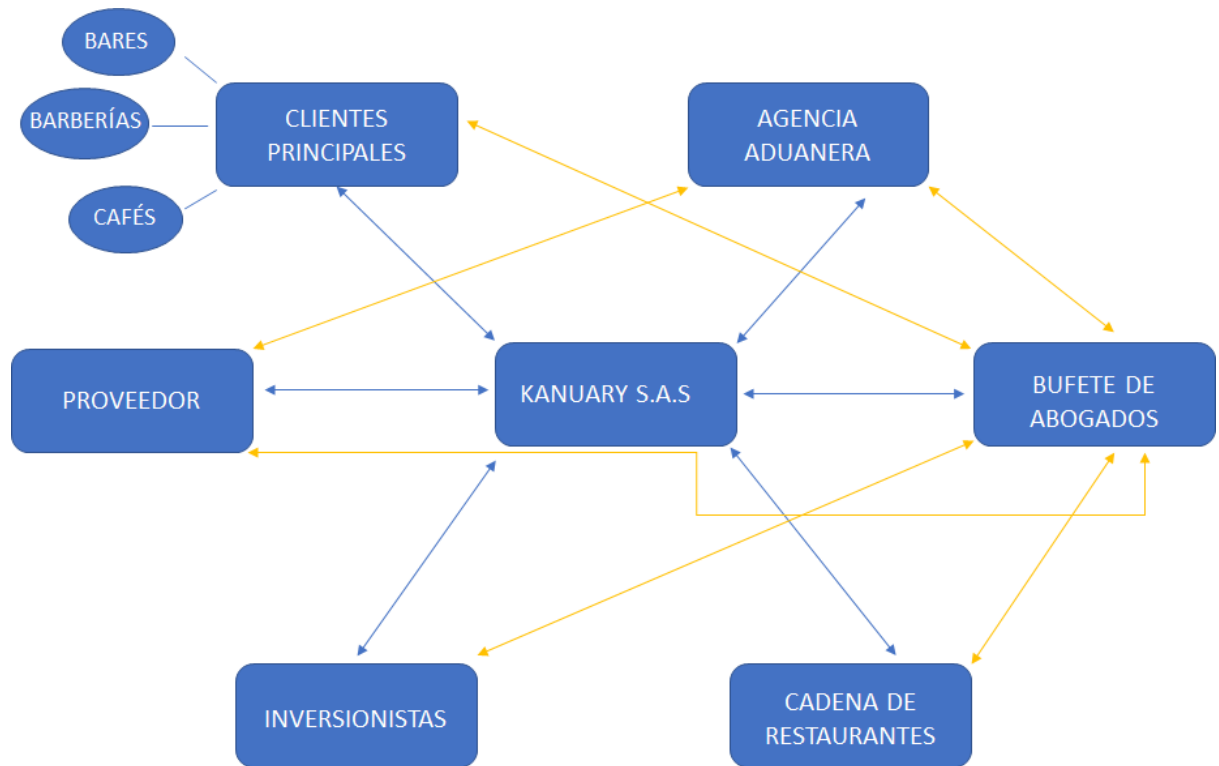
## ORGANIGRAMA KANUARY



• **PERFILES SOLICITADOS**

Integrantes	Perfil	Competencia
<b>Experto en Cerveza</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicio y atención al cliente</li> <li>• Comunicación asertiva</li> <li>• Especialista con amplios conocimientos en la producción de cerveza.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Seleccionar los mejores ingredientes para la elaboración del producto.</li> <li>• Experiencia en ventas.</li> <li>• Habilidad de prospectar e identificar un buen cliente.</li> </ul>
<b>Masajista</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Relaciones públicas.</li> <li>• Diseño de piezas comunicativas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Posicionamiento de negocio a partir de diseños creativos e innovadores.</li> <li>• Creación de alianzas a partir de la comunicación asertiva.</li> </ul>
<b>Terapeuta</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicio y atención al cliente</li> <li>• Comunicación asertiva</li> </ul>	<p>Ser plucro evitando perfumes fuertes Ropa y uso adecuado dentro y fuera de las instalaciones</p>

● **RED DE CONTACTOS Y ALIADOS**



Conexiones amarillas: Aliados y Proveedores.

Conexiones azules: Clientes.

CLIENTES:

**Bares**

\*chi2

\*shoots

\* PentHouse Room

\* Amsterbar

\* Bar mi tierra

### **Barberías**

\*Machostyle

\*Barber room Bogotá

\*Le Barberia 19

### **Café Bar**

\*La Sala Café BAR

### PROVEEDOR:

\*Alisum

### INVERSIONISTAS:

\*Serpa Comunicaciones

\*Fundación de Ciencia y Tecnología Global FUNCITEG

### CADENA DE RESTAURANTES:

\*La Molienda Restaurantes

\*Asadero el zorro

### AGENCIA ADUANERA:

\*Pharmaceutical SA

### BUFETE DE ABOGADOS:

\*Ramírez y asociados S.A

## ● **Ventajas de las relaciones con los stakeholders**

**Bares:** Aliados para incursionar en el mercado con las cervezas de hierbas más fuertes con especias de amargor, por su tipo de espacio, ambientación y clientela, que buscan algo fuerte y embriagador. Una relación GANA - GANA que le agrega un producto diferente al bar y que nos permite acelerar el consumo del producto cervecero.

**Barberías:** Lugares de invitación al consumo moderado de un producto artesanal, muy de la mano con todas las nuevas propuestas de las barberías, generando plus tanto para ellos como nosotros, abarcando más clientela y aumentando el consumo

**La Sala Café BAR:** Es nuestro principal aliado en la temática de café bares, ubicado en Suba. La ventaja que nos ofrece este lugar es la atracción de posibles clientes potenciales, que a través de este tipo de espacios, se inclinan por una bebida alcohólica con un proceso artesanal, por su ambientación más relajada, en donde podemos abarcar a otro tipo de público, mucho más variado y empezar a entrar por la mirada de las personas, generando impacto y recordación con nuestros envases, invitando indirectamente al consumidor a probar nuestra cerveza, incluso después de tomar un café.

**Inversionistas:** Pequeñas y medianas empresas interesadas en invertir en el proyecto, interés por el producto y su proceso. Relación de equilibrio, su inversión inicial será nuestra base y sustento del negocio, la cual se devolverá con intereses según el crecimiento de la empresa y la acogida del producto. De igual forma la inversión se seguirá incrementando directamente proporcional a la venta de la cerveza.

**Cadena de restaurantes:** Restaurantes de comida llanera, tradicionalmente acompañada de una buena cerveza. Incursionar en este campo con cerveza artesanal de variedad de especias, intensidad de sabores y alcohol nos abre a potenciales clientes.

**Bufete de Abogados:** Intereses personales, apoyo legal para todas las bases de la organización y su reconocimiento en el mercado. Cualquier tema relacionado con entidades reguladoras será intervenido por ellos.

- **Recursos adicionales**

Físicos:

- Maquinaria cervecera:
- Fermentador de 30 litros con grifo anti-sedimento
- 1 airlock con junta
- Escobilla limpia botellas
- Paleta
- Densímetro
- Probeta
- Termómetro para fermentador
- Tapadora tapón corona de 26 y 29 mm.
- Bolsa de 100 chapas de 26 mm
- Tubo de trasvase con llena botellas incorporado
- Dosificador de azúcar
- 250 gr. de esterilizador

Económicos

15 millones para su inicio lo que será distribuido en:

1. Maquinaria (elaboración cerveza)
2. Envases botella de vidrio
3. Material pop
4. Publicidad

### **5.5.2.1 Plan de Mercadeo**

- **Clientes potenciales**

Dentro de nuestro público objetivo tenemos varios perfiles de consumidor. Pero la característica principal de nuestro cliente es que lo más importante es su motivación de compra y adquisición de nuestros servicios y productos.

A partir del estudio de mercado realizado a través de un sondeo en la localidad de Suba, Usaquén y Teusaquillo determinamos que nuestro grupo de clientes está catalogado en:

<b>CLIENTE</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>NECESIDAD</b>	<b>PROBLEMA SIGNIFICATIVO</b>
<b>Primer grupo:</b>	Clientes apasionados por la elaboración artesanal de la cerveza, catadores de exquisito paladar.	Catar los diferentes sabores de nuestras cervezas.	Qué nuestros productos no cumplan la expectativa del cliente.
<b>Segundo grupo:</b>	Aquellos que disfrutan su elaboración y encuentran satisfacción por conocer el proceso.	Conocer y aprender sobre la elaboración de nuestra cerveza artesanal.	No habrá disponibilidad siempre para realizar los recorridos por el proceso.
<b>Tercer grupo:</b>	Los interesados en probar el spa y los jacuzzis a base de cerveza artesanal.	Disfrutar de la cerveza en nuestras diferentes presentaciones y servicios de Spa.	Que Kanuary no logre fidelizar a sus posibles clientes.
<b>Cuarto grupo:</b>	Clientes amantes del sabor de la cerveza, de su textura y presentación, regulares consumidores, con interés en disfrutar acompañados de una buena cerveza.	Encontrar un lugar de entretenimiento, disfrutar de la variedad de producto.	Que los consumidores lleguen a puntos altos de alcoholización.

<b>Quinto grupo:</b>	Dueños de Barberías y Café Bares.	Brindar productos exclusivos a sus clientes, que generen entretención y le den un nivel a sus establecimientos.	Que el distribuidor no logre sacar el pedido.
----------------------	-----------------------------------	---	---

- **Tipo de cliente, lugar de ubicación y motivo de compra**

categorización por sexo y rango de edad

- Hombres y mujeres
- 18 años en adelante

categorización por zonas

- Establecimiento Kanuary:

90 con 15

- Barberías

\*Machostyle

\*Barber room Bogotá

\*Le Barberia 19

- Café Bares

\*chi2

\*shoots

\* PentHouse Room

\* Amsterbar

\* Bar mi tierra

\*La Sala Café BAR

El consumo de nuestro cliente radica en dos cosas: la curiosidad de probar, experimentar y vivir una experiencia única y poder disfrutar de un servicio y un producto de esta categoría, que ofrece status.

- **Competidores directos e indirectos**

→ Competidores directos: Makuira Beer Spa/ Pijao/ Chelarte/ Apóstol/ BBC

→

### **SPA**

**Makuira Beer SPA** un lugar que da el libre consumo de cerveza que no es artesanal ni hecha por el mismo Spa, pero sí utilizada en tratamientos de relajación y estéticos. Actualmente es el único lugar en Bogotá y Colombia con un servicio similar al que ofrecería KANUARY.

### **CERVECERÍAS**

**Pijao**, quizás el producto que más nos marca competencia por su temática indígena. Esta microempresa nació y tiene su planta de producción en Espinal, Tolima, una zona con altas temperaturas durante todo el año, cuentan con la producción de cerveza *Rubia* con 4% de alcohol, que mezcla un sabor maltoso, áspero y frutal con un toque de amargor, resultando en una textura cremosa y otras presentaciones como la *Pijao Mokka*. Actualmente, sólo es posible adquirir sus productos, haciendo un pedido directamente a través de su página en Facebook en su sitio en Facebook Cerveza Pijao S.A.S

**Chelarte**, una marca de cervezas artesanales sobre mujeres, como una simbiosis entre el arte y la cerveza. Hace pedidos a domicilios y es, además, un bar al norte de Bogotá donde se acompañan sus cuatro sabores de cervezas con comidas, en las que son protagonistas cuatro mujeres de acuerdo al sabor: *Pamela*, cítrica y refrescante, *Zenaida* con textura a chocolate y café, *Raquel*, dulce y afrutada y *Carmela*, con un sabor a malta acaramelada y café amargo. El menú de Chelarte trae recomendaciones para los clientes sobre cuál cerveza deberían escoger según el plato y les permite elegir con qué música ambientar el lugar gracias a una app exclusiva para ello. Esta cervecería denominada 100% artesanal y contribuyente con el medio ambiente, usa materiales reciclables tanto en sus etiquetas como en los envases de las cervezas.

**Apóstol** es una de las cervezas artesanales más conocidas del mercado, con una producción aproximada de 1.1 millones de cervezas al año. Nacida en Antioquia, esta empresa paisa del grupo Inducerv cuenta con seis productos clásicos catalogados de acuerdo al estilo como *Rubia (Helles)*, *Trigo (Weizen)*, *Ámbar (Marzer)*, *Roja (Dubbel)*, *negra (Bock)* y *la Sin (sin alcohol)*, al igual que otras variedades con sabores tropicales, como la *Apóstol Frutos Rojos*, que mezcla el dulce de las maltas, el ácido de las moras, fresas y uvas con una carbonatación media y el amargo de los lúpulos.

**BBC** y su línea de cervecería artesanal, fabricada por ellos mismos. Las cuales son inspiradas en un estilo clásico europeo y las realizan en pequeñas cochadas para garantizar su frescura. Tiene variedad de cerveza según temporadas o promoción, pero las cuatro vigentes son:

**Monserate (roja)**: la describen como afrutada y lupulosa con un 5% de alcohol y origen británico.

**Candelaria (clásica)**: Es su cerveza rubia, tipo Ale con un 5% de alcohol.

**Chapinero (Porter)**: Esta tiene origen inglés, es una cerveza negra con un sabor ligeramente tostado.

**Cajicá Miel**: una cerveza rubia, con un toque de miel orgánica. Contenido de alcohol del 5%.

→ Competidores indirectos: MoonShein/ Statua Roja/ Mela's Beer/ Baw thai spa/ Chairama spa/ Shivana Spa/ Nirvana spa/ Intihuatana Spa.

## **CERVECERÍAS**

**Mela's Beer**, cervecería con productos orgánicos a base de panela de Villeta, su cerveza *Golden Ale* a base de panela, con la que buscan recordar las tradicionales cervezas belgas con azúcar morena o caramelo. Esta cervecería comercializa tres productos insignias: *Black River Orange Blast* con naranjas orgánicas dulces, *Beer 4 Breakfast* que combina café de la sierra nevada, chocolate, avena y es fermentada con miel y, finalmente, con 9,3% grados de alcohol llamada *Atomic India Pale Ale*, con un torrente de lúpulos Cascade y Columbus y una cantidad excesiva de malta, que le dan un sabor floral.

**Statua Rota** es un bar que tiene sus plantas de producción en las afueras de Bogotá. Se caracteriza por la presentación robusta de sus envases: *Mirla*, *Datura* y *Mitigantey* por ser una cerveza muy oscura (tipo stout) con un sabor tostado y un toque de agraz, con un contenido de alcohol de 6.6% en promedio.

**MoonShein** inspirada en el licor típico de alambique que se vendía como contrabando en EE. UU durante la Prohibición, es una microempresa bogotana creada en el 2013. Combina 4 presentaciones con simbiosis entre frutas, semillas y especias, con un costo al público en restaurantes entre los \$6000 y los \$8000: *La Witbier*, elaborada con cáscara de naranja y semillas de coriandro, *La Ámber Ale*, con sabor tostado y aroma dulce, *La Pepper Strong*, con un sabor fuerte donde resalta la pimienta negra y las semillas de mostaza y finalmente, *La Zipa IPA*, que mezcla durazno y mango biche.

## **SPAS**

**Baw thai Spa:** Es un spa tailandés, que ofrece los servicios de masajeterapia, aparatología, rituales thai etc. y son atendidos por masajistas tailandesas, formadas y tituladas en la de Wat Po, en Bangkok.

**Chairama Spa:** Este spa homenaje a la Sierra Nevada, a la biodiversidad Colombiana, todos sus tratamientos son a base de hidroterapia.

**Shivana Spa:** No solo se basan en spa, sino que también ofrecen diferentes tipos de servicios como, rituales de unión, wedding planner, despedidas de solteros, bodas, etc. es un espacio que se basa en el equilibrio de los elementos, utilizando los sentidos como herramienta para iniciar un viaje individual.

**Nirvana Spa:** Es un spa que usa el vino como principal tratamiento, ya que el uso de la uva, es desintoxicante y antioxidante; realizan exfoliaciones de extracto de uva acompañado de un baño y un masaje antioxidante y depurativo reduciendo el exceso de agua.

**INTIHUATANA SPA:** Este spa está ubicado en la calera, en la mitad de la naturaleza y se basa en los astros para realizar las terapias y masajes.

### **Principales proveedores de mi competencia**

BBC son sus propios proveedores, ya que cuentan con su propia planta cervecera ubicada en Tocancipá, esto es un gran acierto ya que producir su propia cerveza les sale mucho más barato que comprarla a otra planta de cervecería. Sin embargo, la materia prima la compran de diferentes países. La cebada es de Chile, la malta la traen de Argentina, el lúpulo de Alemania y Estados Unidos.

APÓSTOL son cervezas elaboradas con ingredientes europeos, teniendo como proveedores a INDUCERV S.A.S. El proveedor de Makuira Spa en cuanto a la cerveza es BBC, a ellos le compran la cerveza que venden y que se utiliza para las terapias y las diferentes actividades que allí realizan, los productos en cuanto a servicio de Spa los tienen reservados.

### **Diferencia de nuestro producto frente a la competencia**

La diferencia está en los ingredientes y especias entre las cuales encontramos más de 30 productos distintos como la Vetonia y la Bergamota Silvestre, estos productos son netamente colombianos provenientes del municipio de Cachipay, allí tenemos nuestros principales proveedores de materia prima, sin ninguna alteración de las especias y 100% natural. La materia prima de nuestras competencias contienen conservantes para los trayectos de un país a otro (Lúpulo, malta, trigo, cebada) que una vez lleguen al país deben ser procesadas por los químicos que han perdurado en horas. Nuestra materia prima a diferencia es nacional y no contiene químicos, brindando mejor sabor, menos presión en la bebida y más variedad en sabores naturales.

### **Comportamiento de compra del cliente**

El mercado de cerveza artesanal es hasta ahora muy pequeño, pero está en crecimiento a nivel mundial y es el único segmento del negocio cervecero que aumenta, mientras que las ventas de la cerveza tradicional decrecen.

Esto se debe a que el comportamiento del consumidor está condicionado por una idea de mejor consumo de cerveza, con una producción más limpia y elaboración con diferentes mezclas de ingredientes.

“Es algo normal, pero está tomando más calidad. BBC estima que el mercado de la cerveza artesanal en Colombia debe ser de unos 30.000 hectolitros al año y competimos en un segmento alto del mercado, con las importadas, que no necesariamente son artesanales”

(Portafolio, 2019)

### **PLAN DE MEDIOS**

- **Estrategias para captar la atención del cliente y medios de comunicación usados**

Kanuary dará a conocer sus productos mediante publicidad en las redes sociales, ferias empresariales y relaciones públicas con diferentes

establecimientos, donde mostrará y obsequiará pruebas del producto para que lo conozcan y degusten su sabor.

**→ CAMPAÑA DE EXPECTATIVA POR REDES SOCIALES**

<p><b>PLANEAR</b></p>	<p>Las campañas de expectativa siempre generan precisamente eso en el consumidor, un sentimiento de incertidumbre que los engancha y los mantiene en suspenso. La sugestión permite atrapar al usuario desde un principio, teniendolo a la espera de conocer y probar el producto. Esa será nuestra estrategia, provocar una sensación que obligue a la persona a querer ser el primero en poder probar nuestros servicios y productos, vendiendo la idea de exclusividad e innovación de algo que no se ha visto antes. Las redes sociales que utilizarán serán Facebook, Twitter, Instagram.</p>
<p><b>HACER</b></p>	<p><b>Facebook</b></p> <p>Primero se hará fachada de la página, con post de logo y cervezas de la casa, con datos Kanuary, concursos, buzón sugerencias. Postearemos 2 veces al día, tendremos participación con los clientes, haremos eventos y concursos, noticias nuevas, las nuevas cervezas que lanzaremos, información telefónica, misión, visión. En los álbumes de fotos, daremos a conocer los eventos de la semana, la cerveza ideal de la semana. También realizaremos videos del proceso de nuestras cervezas, su preparación, producción, embotellamiento, etiquetado y todas las condiciones para que nuestro servicio lo tenga en óptimas condiciones en su mesa.</p>

	<p><b>Twitter</b></p> <p>Daremos información breve de la empresa, tendremos participación 4 veces por día, con respuestas rápidas y eficaces de pedidos, con post de la planta de cerveza, tipos de cerveza, productos, barras de los bares y/o establecimientos que utilicen nuestro producto, videos.</p> <p><b>Instagram</b></p> <p>En esta app publicaremos fotos divertidas, compartiendo en nuestra franja “momentos divertidos Kanuary” diario y semanal, también daremos mayor y mejor imagen visual y imagen corporativa.</p>
<b>VERIFICAR</b>	<p><b>Facebook</b></p> <p>Haremos un análisis de “Likes” y “Shares” de nuestros Posts, cantidad de personas que siguen la compañía y cuántas hablan de ella.</p> <p><b>Twitter</b></p> <p>Evaluación de Re- Twitts, likes, posts y comentarios sobre nuestras cervezas.</p> <p><b>Instagram</b></p> <p>Número de seguidores, evaluar las publicaciones de nuestra competencia.</p>
<b>ACTUAR</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Facebook:</b> Mayor nivel participativo, compilación datos sin límite, fotos, videos y publicaciones.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Twitter:</b> Escribir pensamientos, brindar opinión e información al cliente.</li> <li>● <b>Instagram:</b> Mostrar imágenes de nuestras instalaciones, de eventos y nuestros clientes, identificación de la empresa, proyectar una imagen visual de la compañía.</li> </ul>
--	---

**→ DEGUSTACIONES DEL PRODUCTO**

<b>PLANEAR</b>	<p>Kanuary dará a conocer sus productos mediante relaciones públicas con diferentes establecimientos, donde mostrará y obsequiará pruebas del producto para que lo conozcan y degusten su sabor.</p> <p style="text-align: center;"><i>Lugares de ubicación</i></p>
<b>HACER</b>	<p>Dinámica:</p> <p>Para probar uno de los sabores deberán seguir las cuentas de Kanuary en Instagram, Facebook, Twitter.</p> <p>Para probar dos sabores deberán darle like a 10 publicaciones y etiquetar a 5 personas en una de ellas.</p> <p>Para probar nuestros tres sabores deberán hacer todo lo anterior y adicional a eso tomarse una foto subirla a su perfil, etiquetar la cuenta de Kanuary usando una frase y etiquetar a 5 personas.</p>
<b>VERIFICAR</b>	<p>Evaluaremos la disposición de las personas a nivel participativo y analizaremos su reacción y comentarios con respecto a la presentación y sabor de nuestras cervezas.</p>

<b>ACTUAR</b>	A partir de la reacción de nuestros posibles clientes frente a nuestros productos, se realizarán estrategias de mejora en la promoción de las cervezas y de igual forma actualizaremos nuestra dinámica con el fin de enganchar al público hasta conseguir su fidelización.
---------------	---

- **Precio de los productos y servicios de KANUARY**

### **CERVEZA**

Tamaño / Producto	Vaso 14 Onz	Vaso 16 Onz	Pinta	Barril 5 Lts.
Kanuary	5.000	7.500	20.000	40.000
Zipa	5.000	7.500	20.000	40.000
Sua	5.000	7.500	20.000	40.000

### **SERVICIOS DE SPA**

<b>SERVICIO / PRECIO</b>	Paquete para 1 persona	Paquete para 2 personas	Paquete para grupos (4-6 personas)
Jacuzzi a base de cerveza	110.000	200.000	450.000
Enjuague de Cerveza	75.000	140.000	
Mascarilla Facial de Cerveza	75.000	140.000	
Exfoliante de Cerveza y Fresas	80.000	160.000	
Tratamiento de Cerveza y Leche	80.000	160.000	
Acondicionamiento Capilar de Cerveza	80.000	160.000	

- **Precios del producto y/o servicio de la competencia**

BBC

Tamaño / Producto	330ml	6 pack	12 pack	24 pack
Candelaria	4.500	8.898	36.260	70.560
Bacatá blanca	4.500	18.898	36.260	70.560
Cajicá miel	4.500	18.898	36.260	70.560

MAKUIRA BEER SPA

SERVICIO	PRECIO
Plan Diamante	420.001
Plan Amigos	199.400
Plan Egoísta	105.000
Escapada Romántica	199.400
Masaje relajante terapéutico	73.500
Tratamiento Corporal reducción	350.000
Chiqui Spa	84.000
Plan Platino	350.000
Postres	10.000
Cientes 30 por ciento	160.000

- **Lo que el cliente está dispuesto a pagar**

El cliente estaría dispuesto a pagar un costo similar a las cervezas artesanales ya conocidas, por el vaso de 14 onz \$ 6.700 pesos por el vaso de 16 onz 10.000 y por el barril 50.000. que es el costo promedio de las cervezas artesanales.

En cuanto a los servicios del spa Jacuzzi a base de cerveza \$115.000  
 Enjuague de Cerveza \$80.000 Mascarilla Facial de Cerveza 80.000  
 Tratamiento de Cerveza 100.000 Acondicionamiento Capilar de Cerveza 100.00

- **Métodos de pago**

<b>CLIENTE</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>MODALIDAD DE PAGO</b>
<b>Primer grupo:</b>	Clientes apasionados por la elaboración artesanal de la cerveza, catadores de exquisito paladar.	Pago en efectivo y tarjeta dentro de nuestros establecimientos.
<b>Segundo grupo:</b>	Aquellos que disfrutan su elaboración y encuentran satisfacción por conocer el proceso.	Pago en efectivo y tarjeta dentro de nuestros establecimientos.
<b>Tercer grupo:</b>	Los interesados en probar el spa y los jacuzzis a base de cerveza artesanal.	En el spa los pagos serán in situ, después las diferentes actividades en el spa realizarán en efectivo o por medio de sus tarjetas.
<b>Cuarto grupo:</b>	Clientes amantes del sabor de la cerveza, de su textura y presentación, regulares consumidores, con interés en	Pago en efectivo y tarjeta dentro de nuestros establecimientos.

	disfrutar acompañados de una buena cerveza.	
<b>Quinto grupo:</b>	Dueños de Barberías y Café Bares.	El pago mensual será para nuestros clientes fijos que distribuyen las cervezas en el establecimiento, se podrá efectuar por cualquier Bancolombia, Davivienda, Banco de Bogotá o en efectivo.

- **Distribución de los productos y servicios**

<b>SERVICIOS/PRODUCTOS</b>	<b>ESTABLECIMIENTOS KANUARY</b>
<b>SERVICIOS DE SPA</b>	Los servicios brindados en nuestro Spa se prestarán solo en nuestras instalaciones. Será necesario para el cliente desplazarse hasta los puntos de atención para que puedan vivir la experiencia de nuestros paquetes y productos.
<b>PRODUCTOS CERVECEROS</b>	Para los clientes que quieran llegar al spa por el producto, se pondrá el mapa de la ubicación en la página, para que puedan ubicarse y llegar sin ningún tipo de problema. Si el cliente estando en el

	<p>spa desea llevar cerveza, se le entregará en pequeños barriles marcados con el logo de Kanuary.</p>
--	--

<b>PRODUCTOS</b>	<b>ESTABLECIMIENTOS ALIADOS</b>
<b>CERVEZAS KANUARY</b>	<p>Se harán pedidos cada que los clientes lo requieran, estos se llevaran principalmente en carros alquilados adecuados para transportar las cervezas y a largo plazo kanuary les brindara a sus clientes las neveras propias.</p>

### 5.5.2.2 Análisis de riesgos

Tipo de riesgo	Riesgos en el modelo de negocio	Reducción del impacto de los riesgos	Manera de afrontar los riesgos
Financiero	<ul style="list-style-type: none"> <li>Que el capital proyectado a la manutención y elaboración del producto no se recupere en el tiempo estipulado</li> </ul>	<p>Realizar los estudios necesarios, para garantizar el consumo de nuestros productos y servicios y determinar nuestros clientes potenciales, realizar una proyección de costos para determinar nuestro punto de equilibrio.</p>	<p>Nuestro plan de contingencia está pensado y apoyado en la solicitud de un préstamo bancario. Cuyo dinero será invertido en una estrategia de mercado en donde nuestras alianzas con distintos establecimientos serán el gancho para incentivar el consumo de nuestros productos y servicios a través de promociones como:</p>
Legal	<ul style="list-style-type: none"> <li>No contar con la certificación de</li> </ul>	<p>Asegurarnos de que todos nuestros</p>	<p>Se contratará a un abogado que</p>

	<p>buenas prácticas de manufactura en cuanto que el decreto 2012 artículo 1686 con modificaciones del 2014 en el artículo 1506 establece que el establecimiento que no cumpla con la certificación de buenas prácticas de manufactura tendrá sanciones como sellamiento y multa, dar cuenta de los productos defectuosos que pueda tener una cerveza, es decir que si algún residuo o algún producto como plásticos se filtre en el proceso de elaboración y llegue a manos de nuestros consumidores.</p>	<p>procesos sean realizados bajo las normativas de las leyes que nos regulan. Tener maquinarias y procesos limpios en todo el proceso de producción.</p>	<p>represente a la Compañía legalmente y logre llegar a acuerdos que no atenten contra la imagen de Kanuary y le permitan a nuestra marca seguir en el mercado.</p>
--	---	--	---

Mercado	<ul style="list-style-type: none"> <li>Que la competencia tenga un gran incremento en todos los mercados.</li> </ul>	Realizar previamente testeos y muestras de nuestros servicios y productos para garantizar que nuestros productos logren el impacto esperado dentro del mercado y sobretodo sean competencia.	<p>Inicialmente el equipo de gestión de riesgos será el encargado de manejar este tipo de riesgos, se realizará nuevamente un estudio de mercado mucho más específico y profundo para conocer las necesidades del consumidor. Si se requiere, se implementarán nuevos ingredientes a la elaboración de cada cerveza y ajustes a nuestros servicios de Spa, ampliando nuestro portafolio. modificaciones según los resultados hallados.</p> <p>Si no se logra</p>

			<p>contener internamente, se requerirá el apoyo de un grupo externo de consultoría, el cual contrataremos.</p>
--	--	--	--

- **¿Cuándo se espera la recuperación de la inversión?**

La inversión está contemplada para recuperarse en el rango de 1 año y medio. Esto a partir de los productos y servicios que se esperan vender en ese lapso de tiempo.

- **¿Requiere financiación externa y qué tan necesaria es?**

Inicialmente contamos con un capital de 100 millones de pesos en activos y ahorros para la inversión. No se contempla ningún préstamo para esta primera fase de ejecución.

## Bibliografía

- Canale, M. (1995). *De la competencia comunicativa a la pedagogía comunicativa del lenguaje*. Madrugada , Edelsa, pp. 63-81.
- Boeere.G.(1950). *Teorías de la personalidad*,
- Diariomedico.com(2016). *Diez beneficios de la cerveza que no conocías.2018*
- Portafolio (2013). “*Cerveza artesanal, el único segmento del negocio que crece*”. Recuperado el 09 de marzo 2019 de:  
<https://www.portafolio.co/economia/finanzas/cerveza-artesanal-unico-segmento-negocio-crece-74884>