

**ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN PUNTO DE
VENTA DE COMIDA CASUAL EN LA ZONA NORTE DE LA CIUDAD DE
BOGOTÁ**

**SANDRA MILENA OLIVEROS BENITEZ
ADRIANA MARIA PLATA ESPINEL**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
ESCUELA DE ESTUDIOS INDUSTRIALES Y EMPRESARIALES
FACULTAD DE INGENIERÍAS FÍSICO MECÁNICAS
BUCARAMANGA**

2010

**ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN PUNTO DE
VENTA DE COMIDA CASUAL EN LA ZONA NORTE DE LA CIUDAD DE
BOGOTÁ**

**SANDRA MILENA OLIVEROS BENITEZ
ADRIANA MARIA PLATA ESPINEL**

**Trabajo de Grado para la obtención del título de Especialistas en Evaluación
y Gerencia de Proyectos**

Director Monografía:
Ing. JUAN MANUEL DURAN MARIN

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
ESCUELA DE ESTUDIOS INDUSTRIALES Y EMPRESARIALES
FACULTAD DE INGENIERÍAS FÍSICO MECÁNICAS
BUCARAMANGA**

2010

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	13
CAPITULO I: GENERALIDADES DEL PROYECTO.....	14
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	14
1.2. OBJETIVOS DEL PROYECTO	14
1.2.1. Objetivo General	14
1.2.2. Objetivos Específicos	15
1.3. JUSTIFICACIÓN	15
1.4. ALCANCE DEL PROYECTO	17
CAPITULO II: ANALISIS DEL MERCADO.....	18
2.1. OBJETIVOS DEL ANÁLISIS	18
2.1.1. Objetivo General	18
2.1.2. Objetivo Específico.....	18
2.2. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO	19
2.3. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....	20
2.3.1. Competencia directa	20
2.3.2. Agremiaciones.....	26
2.3.3. Productos sustitutos	29
2.4. ANÁLISIS DE PROVEEDORES	31
2.5. POBLACIÓN OBJETO	34
2.6. INSTRUMENTOS	37
2.7. TRABAJO DE CAMPO	38
2.8. DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA	38
2.8.1. Tabulación encuestas	38
2.8.2. Análisis resultado encuestas	45
2.9. CONCLUSIÓN DE MERCADO	46
CAPITULO III: ANALISIS TÉCNICO.....	49
3.1. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	49

3.2. LOCALIZACIÓN.....	50
3.2. INFRAESTRUCTURA	50
3.3. EQUIPOS Y MAQUINARIA.....	51
3.4. DISTRIBUCIÓN	53
3.5. ANÁLISIS DE COSTOS	53
3.6. CONCLUSIÓN TÉCNICA.....	54
CAPITULO IV. ANÁLISIS ORGANIZACIONAL Y LEGAL.....	55
4.1. FORMA JURÍDICA.....	55
4.2. ASPECTOS LEGALES	55
4.3. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	58
4.4. ANÁLISIS DE CARGOS	60
4.5. ESTRATEGIAS DEL PROYECTO	66
4.6. ASPECTOS AMBIENTALES Y SOCIALES.....	70
4.7. CONCLUSIONES DEL ANÁLISIS	77
CAPITULO V. ASPECTOS FINANCIEROS.....	78
5.1. INVERSIÓN INICIAL	78
5.2. PROYECCIÓN A 5 AÑOS.....	78
5.3. FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO	79
5.4. PYG PROYECTADO	79
5.5. BALANCE PROYECTADO	80
5.6. INDICADORES FINANCIEROS	80
5.7. EVALUACIÓN FINANCIERA	81
5.8. CONCLUSIÓN FINANCIERA.....	82
CAPITULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	83
BIBLIOGRAFÍA.....	85
ANEXOS.....	87

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Listado de restaurantes o sitios con especialidad en sándwiches

Tabla 2. Matriz de la empresa y los competidores de acuerdo a características

Tabla 3. Restaurantes de comidas rápidas

Tabla 4. Condiciones comerciales

Tabla 5. Estratificación proyectada 2006-2020 con base en datos por edad y sexo 2010

Tabla 6. Grupos de edad

Tabla 7. Localidad Chapinero. Población por estrato socioeconómico según UPZ a Junio 30 de 2010

Tabla 8. Edades quinquenales y sexo. Chapinero

Tabla 9. Edades quinquenales y sexo. Chapinero

Tabla 10. Frecuencia Estrato

Tabla 11. Frecuencia Lugares de consumo

Tabla 12. Frecuencia Medios de comunicación

Tabla 13. Frecuencia Periodicidad de comidas

Tabla 14. Frecuencia Consumo de sándwiches

Tabla 15. Frecuencia Valor a pagar

Tabla 16. Capacidad instalada requerida

Tabla 17. Composición de los costos fijos

Tabla 18. Manual de funciones Administrador

Tabla 19. Manual de funciones Chef

Tabla 20. Manual de funciones Auxiliar de cocina

Tabla 21. Manual de funciones Servicios generales

Tabla 22. Manual de funciones Contador

Tabla 23. Manual de funciones Publicista

Tabla 24. Salario por cargo

Tabla 25. Matriz DOFA

Tabla 26. Flujo de caja del proyecto

Tabla 27. Estado de Resultados proyecto

Tabla 28. Balance General proyecto

Tabla 29. Indicadores Financieros

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Percepción

Figura 2. Nivel socioeconómico encuestado

Figura 3. Lugares de consumo

Figura 4. Medios de comunicación

Figura 5. Periodicidad de comidas

Figura 6. Consumo de sándwiches

Figura 7. Nivel de percepción de precios

Figura 8. Diagrama del proceso de venta del producto

Figura 9. Diseño del negocio

Figura 10. Composición de los costos fijos

Figura 11. Estructura organizacional

Figura 12. Análisis DOFA

RESUMEN

TÍTULO: ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN PUNTO DE VENTA DE COMIDA CASUAL EN LA ZONA NORTE DE LA CIUDAD DE BOGOTÁ.*

AUTORES: Sandra Milena Oliveros Benítez y Adriana María Plata Espinel.**

PALABRAS CLAVES: Pre-Factibilidad, creación, punto de venta, comida casual.

CONTENIDO:

Este proyecto plasma un estudio de Pre-factibilidad para la creación de una empresa ubicada en el sector gastronómico con el fin de ofrecer a los consumidores una experiencia que satisfaga sus exigencias y necesidades ofreciendo un tipo de comida casual en presentaciones que faciliten el consumo, contengan altos niveles nutricionales y ofreciendo menor tasa de tiempo en la prestación del servicio apoyados de la tecnología. En el proyecto se incluye un análisis del mercado, un análisis técnico, análisis organizacional y legal, y una evaluación financiera. Estos estudios se realizan específicamente en la zona norte de la ciudad de Bogotá.

En el análisis de mercado se encuentra una breve descripción del producto, un análisis de la competencia y los proveedores, se realiza un trabajo en campo, se aplican unas encuestas y se determina la demanda. En el análisis técnico se hace una descripción del proceso, la ubicación del punto de venta, la infraestructura y se realiza un análisis de costos. El análisis organizacional y legal contempla los aspectos legales con los que concluye que para este tipo de proyectos se debe conformar una sociedad por acciones simplificadas, la estructura organizacional, las estrategias del proyecto y los aspectos ambientales y sociales. Por último se realiza una evaluación financiera con una proyección a cinco años y se determina el valor de la inversión inicial con el fin de verificar la probabilidad de éxito de este tipo de negocio.

* Proyecto de Grado

** Facultad de Ingenierías Físico Mecánicas. Escuela de Estudios Industriales y Empresariales. Director Juan Manuel Durán Marín.

ABSTRACT

TÍTULO OF THE PROJECT: PRE-FEASIBILITY STUDY FOR THE CREATION OF A CASUAL FOOD RESTAURANT IN THE NORTH ZONE OF THE CITY OF BOGOTÁ*

AUTHORS: Sandra Milena Oliveros Benítez and Adriana María Plata Espinel.**

KEYWORDS: Pre-Feasibility, creation, restaurant, casual food.

CONTENT:

This project shows a pre-feasibility study for the creation of an enterprise located in the gastronomic district, with the purpose of offering an experience to customers that satisfies their demands and needs, offering a type of casual food presented in a way that makes it easier to consume, with high nutritional levels, and offering a decreased time rate in the service, with the help and support of technology. This project includes a market analysis, a technical analysis, an organizational and legal analysis, and a financial evaluation. These studies are done specifically in the north zone of the city of Bogotá.

In the market analysis, there is a brief description of the product, an analysis of the competence, and providers. A fieldwork is done, some surveys are applied and the demand is determined. In the technical analysis, a description of the process is done, as well as the location of the restaurant, the infrastructure, and a cost analysis is done. The organizational and legal analysis considers the legal aspects, and concludes that for this type of projects a simplified joint stock corporation must be created, the organizational structure, the project strategies and the environmental and social aspects. Finally, a financial evaluation is done with a five-year projection, and the value of the initial investment is determined with the objective of verifying the success probability of this type of business.

* Proyecto de Grado

** Facultad de Ingenierías Físico Mecánicas. Escuela de Estudios Industriales y Empresariales. Director Juan Manuel Durán Marín.

INTRODUCCIÓN

La alimentación se ha vuelto un punto de foco para el ser humano ya que por las mismas circunstancias de trabajo y estudio y las distancias entre los hogares y estos hacen que las personas consuman sus alimentos en restaurantes.

Con este estudio se quiere evaluar una alternativa innovadora para presentar a una población determinada en un lugar específico de Bogotá no solo en su carta con menús a partir de la comida casual la cual ofrece nutrición, rapidez y creatividad sino con la prestación de un servicio a tiempo apoyado de la tecnología.

En la primera parte del libro se encuentra un análisis de mercado en donde se define el producto, se hace un análisis de la competencia y se define la población objeto. Luego se realiza un análisis técnico para determinar la localización, la infraestructura y los equipos necesarios para el punto de venta y a su vez se presenta un análisis de costos. Seguido de este, se presenta un análisis organizacional y legal para determinar el tipo de sociedad, la estructura organizacional acorde con el negocio y evaluar los diferentes aspectos ambientales y sociales. Por último se exponen los aspectos financieros con proyección a cinco años, indicadores y una evaluación financiera.

1. GENERALIDADES DEL PROYECTO

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El proyecto de comida casual se ubica en Bogotá ya que se caracteriza por ser una ciudad donde las distancias son amplias entre las zonas laborales, educativas y residenciales dificultando así, el traslado de las personas a sus hogares para alimentarse tanto en el horario del almuerzo como el de la cena, debido a los problemas de movilidad de la Capital Colombiana, por lo tanto dicha población debe comer en restaurantes cercanos a sus lugares de trabajo y estudio.

Actualmente los establecimientos concentrados en la zona norte de Bogotá ofrecen a la hora del almuerzo el llamado “Corrientazo” y a la hora de la cena las comidas rápidas que en ninguno de los dos casos proporciona una alimentación balanceada, por el contrario genera en los consumidores problemas de salud, trayendo como consecuencia un cambio en la dieta alimenticia de los bogotanos.

Dicha problemática ha hecho que el sector gastronómico tome un giro en el concepto de sus menús apuntando a la comida saludable, sin embargo en el mercado se presentan muchos demandantes y pocos oferentes, lo cual se convierte en atractivo para la generación de nuevas inversiones.

1.2 OBJETIVOS DEL PROYECTO

1.2.1 Objetivo General. Presentar a la Universidad Industrial de Santander el estudio de pre-factibilidad para la creación de un punto de venta de comida casual

en la zona norte de la ciudad de Bogotá como ejercicio práctico de evaluación de la Especialización en Evaluación y Gerencia de Proyectos.

1.2.1 Objetivos Específicos

- Definir y analizar el entorno general y específico del proyecto para conocer el impacto de las fuerzas que se mueven en el sector donde entrara a competir al producto.
- Elaborar el estudio de mercado que justifique la puesta en marcha del punto de venta de comida casual para examinar el número suficiente de personas que presentan una demanda potencial en el horizonte de planificación.
- Determinar y analizar las diferentes variables que inciden el estudio técnico del proyecto.
- Realizar el estudio legal para definir la viabilidad del proyecto en dicho aspecto.
- Analizar los efectos ambientales y sociales relevantes que resultarían del proyecto.

1.3 JUSTIFICACIÓN

Esta idea de negocio nace a partir de la necesidad de brindar a los consumidores una experiencia gastronómica especial a la hora de elegir el menú adecuado para su alimentación de acuerdo a las exigencias que trae el día a día como lo son el tiempo y el cuidado de la salud, pero se deben fusionar otros elementos tales como el entorno y el servicio para lograr el éxito del restaurante y ofrecer así un

momento divertido en la vida del consumidor, sin dejar a un lado el servicio ofrecido teniendo en cuenta factores como agilidad, eficiencia y amabilidad que son primordiales a la hora de adquirir un servicio.

El ambiente del lugar debe ser informal para que concuerde con el tipo de comida que se va a ofrecer y con la ayuda de la tecnología la idea es crear un aspecto interactivo con los consumidores mediante pantallas táctiles que ofrecen el menú del restaurante y permiten realizar la orden de pedido, la cual es recibida en la cocina y desde este lugar se despacha a la mesa el pedido por medio de bandas transportadoras.

El tipo de alimento que van a recibir a través de las bandas transportadoras es comida casual, en presentación de fácil consumo, con altos niveles nutricionales, en combinaciones y porciones adecuadas y con menor tasa de tiempo en la prestación del servicio a la mesa dando así una solución a problemas de salud presentes en la población objetivo (hombres y mujeres entre los 15 y los 49 años) y tiempo debido a los constantes cambios que se generan en la sociedad y que hacen una vida más agitada.

Como especialistas en proyectos consideramos relevante que Bogotá es una ciudad que por la diversidad de culturas y cantidad de población que se concentra allí, hacen de ella un atractivo para los inversionistas tanto nacionales como internacionales. Según el informe de Proyecciones de población municipal por área año 2005 – 2020 del Departamento Administrativo Nacional de Estadística – DANE, para el año 2010, Bogotá D.C. proyecta tener un total de 7.363.782 habitantes y teniendo en cuenta la migración de personas en busca de oportunidades laborales, económicas y educativas, haciendo de Bogotá el lugar ideal para este tipo de proyectos con el que se quiere obtener una rentabilidad para los dueños del mismo.

1.4 ALCANCE DEL PROYECTO

El proyecto va desde el proceso de inicio hasta el proceso de planificación, el cual incluirá Estudio del Entorno, Estudio de Mercados, Estudio Técnico, Estudio Tecnológico, Estudio Legal, Estudio Ambiental y Evaluación Financiera.

Los estudios se basan en una zona geográfica determinada, la cual es el norte de Bogotá donde se concentra un mercado laboral y educativo y de bastante afluencia para un grupo de beneficiarios aprovechando las oportunidades del mercado.

2. ANÁLISIS DEL MERCADO

2.1 OBJETIVOS DEL ANÁLISIS

2.1.1 Objetivo General. Realizar un estudio de mercado para identificar las fortalezas y debilidades minimizando los riesgos del negocio.

2.1.2 Objetivo Específico. Analizar directamente mediante observación en los lugares de la competencia los hábitos y conductas de compra de personas entre 15 y 49 años de edad.

2.2 DEFINICIÓN DEL PRODUCTO

La idea de negocio se encuentra ubicada dentro de la Industria gastronómica, en el sector de las Comidas Casuales, ya que no se tiene la comida previamente preparada, al contrario se dispone de ingredientes base para preparar las distintas combinaciones pre-establecidas y en el momento en que se pida.

Las comidas casuales son un punto intermedio entre las comidas rápidas y los restaurantes formales pues son una alternativa para las personas que no tienen el tiempo suficiente para alimentarse saludablemente.

El negocio ofrece un concepto nuevo de productos elaborados a base de comidas seleccionadas presentadas en forma de sándwiches con un acompañamiento y bebidas características de algunas regiones del mundo. Tanto la presentación de la carta como su contenido muestran una característica creativa en su

presentación la cual marca la diferencia con los competidores y da cumplimiento a los estándares de calidad requeridos.

El producto principal son los sándwiches donde el pan tiene una forma particular con la finalidad de evitar que el relleno se salga del mismo, eliminando los platos y cubiertos de la mesa que se reemplazan por protectores de cartón en forma de “U”, lo cual permite la informalidad a la hora de comer y facilita así el transporte por las bandas que giran alrededor de la mesa.

2.3 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

2.3.1 Competencia directa. Se investigaron cuáles son los restaurantes o sitios que venden el mismo producto en la zona Norte de Bogotá identificando quince (15) restaurantes con especialidad de sándwiches, los cuales se consideran como competencia directa.

Tabla 1. Listado de restaurantes o sitios con especialidad en sándwiches.

RESTAURANTE	DIRECCIÓN
Delivery	Solo domicilios
El Cotidiano	C.C Andino Local 402
El Deli de la Plaza	Calle 85 # 12 - 82
En Pan	Solo domicilios
La Antipasteria	Calle 77 A # 12 - 26
Lina's	Carrera 11 # 82 - 51 Local 1-50
Myriam Camhi	Calle 81 # 8 - 08
Oma	Carrera 12 A # 83 - 49
Pocket Food	Carrera 16 A # 85 - 21
Rausch Patisier	Carrera 10 # 82 - 90
Subway	C.C. Andino Local 420
Sandwich Qbano	C.C. Atlantis Plaza
Il Panino	Calle 93B # 11A - 26
Sandwich Gourmet	Cll 82 # 16 - 10
Dunkin' Donuts	Calle 81 # 13 - 68

Fuente: www.planb.com.co/wf_Buscar.aspx?Tip=1&Ciudad=276&Zon=1&Bar=3&Bus=&ser1=79

Para realizar el análisis de la competencia se identificaron los siguientes criterios:

- Similitud de productos: venta de sándwiches.
- Localización: locales ubicados en zonas aledañas a la zona de estudio (Carrera 15 entre Calles 72 y 82)
- Precio: se encuentre dentro del rango de poder adquisitivo de los consumidores.

Con base en los criterios de selección de los competidores, a continuación se relacionan las empresas que tienen competencia directa y una breve descripción de la misma:



SUBWAY. Se podrá encontrar sándwich de 15 o 30 centímetros, dependiendo de su apetito, y escoger el pan y los ingredientes que más le guste. Hay para todos los gustos, para los más clásicos, los vegetarianos o los que prefieren el sabor picante.”

Dentro de la carta se encuentran los clásicos, los subs calientes y los básicos. Las sucursales están ubicadas en la plazoleta de comidas de Unicentro, en el Atlantis y en la Avenida El Dorado.

Sitio web: <http://www.subway.com>

Horario de atención: Dom - mié 8 a.m. - 11 p.m., jue - sáb 8 a.m. - 1 a.m.

Precio promedio: menos de \$15.000 por persona

Servicios ofrecidos: Servicio a domicilio, menú infantil, desayuno, almuerzo, cena, zona de fumadores, sándwiches/ensaladas, comidas rápidas

SANDWICH QBANO. Manejan dentro de su carta sándwich gourmet servidos en pan blanco, integral o servilleta, thai o italiano y los qbanos que pueden ser combos vienen acompañados de gaseosa (vaso de 16 Oz) y papas a la francesa y hay una gran variedad para elegir como: ropa vieja, clásico, cordero, mexicano. Roast beef, jamon pierna, poll, hawaiano, super especial, especial.

Hay la posibilidad que en los combos se pueda cambiar las papas x porción de ensalada tropical, y por un valor adicional se cambia la gaseosa x jugos, limonada frappe o malteadas y siempre se puede AGRANDAR el sandwich.

Sitio web: <http://www.sandwichcubano.com/>

Horario de atención: Dom - Dom 11:00am a 9:00pm

Precio promedio: menos de \$15.000 por persona

Servicios ofrecidos: Servicio a domicilio, Almuerzo, Cena, Sánduches/ensaladas, Comidas rápidas.

EL COTIDIANO. Son sándwiches gourmet ideales para comer rápido pero sano, donde se prepara el sándwich a su gusto: con carnes, con verduras, muchos quesos y salsas. Ubicado en la terraza de comidas del centro comercial Andino, es ideal para quienes no tienen mucho tiempo para comer, pero quieren cuidarse.

Horario de atención: Dom - Dom 10:00am a 10:00pm

Precio promedio: menos de \$15.000 por persona

Servicios ofrecidos: Almuerzo, cena, sándwiches/ensaladas y comidas rápidas.

EN PAN. Se pueden encontrar sándwiches, wraps y ensaladas a la puerta de su casa u oficina.

Sólo se necesita levantar el teléfono para comenzar a degustar los sándwiches y ensaladas que trae este nuevo delivery. Puede quedar sorprendido con la bonita caja que llega a la puerta de su casa con el pedido.

Entre las comidas que ofrece se encuentran el Lomo Portobello, una exquisita combinación de lomo, queso paipa, cebollas caramelizadas, portobellos y mayonesa de pimienta negra; armado en el pan de su preferencia. Puede escoger el pan de tres granos, campesino o en un sencillo wrap.

Dentro de las recomendaciones de la casa se encuentra el emparedado de jamón de cerdo y brié.

El resto de la carta lo componen los sándwiches de pollo paipa, vegetariano, pollo Pekin y Lomo Roquefort que puede complementar con las adiciones de jalapeños, pimentones asados, cebolla caramelizada, tocineta y portobello. Papitas chips y diferentes bebidas pueden llegar también con el pedido.

Se debe tener en cuenta que sólo por \$2.500 adicionales puede convertir su comida en combo.

Precio promedio: menos de \$15.000 por persona

Servicios ofrecidos: Servicio a domicilio, sándwiches/ensaladas, Sólo domicilios.

II PANINO. Es un restaurante sobrio y elegante ubicado en el parque de la 93, que construyó hace 11 años Leo Katz, el famoso empresario quien quiso crear un sitio especializado en sándwiches italianos.

Horario de atención: Lun - dom 7 a.m. - 3 a.m.

Precio promedio: menos de \$15.000 por persona

Servicios ofrecidos: Servicio a domicilio, desayuno, almuerzo, cena, zona de fumadores, ambiente familiar y de amigos, comida italiana, sándwiches/ensaladas.

DELIVERY. Este restaurante es de comida saludable que atiende únicamente a domicilio donde cubre la zona desde la Calle 70 hasta la Calle 100, entre la Carrera Séptima y la Autopista Norte en Bogotá.

Todos los sándwiches pueden ordenarse en pan francés, integral o ciabatta y se puede elegir entre queso mozzarella, americano o cheddar de soya y todos vienes con lechuga y tomates a la plancha. En la carta puede elegir diferentes sabores como: cerdo BBQ, curry, roastbeef, 3 quesos, italiano, atún, pollo bechamel, vegetariano.

Posee una amplia lista de platos que va desde la posibilidad que tienen los clientes de armar su propio almuerzo en 5 pasos, hasta una gran variedad de ensaladas, sándwiches, wraps, risottos, pastas, jugos y smoothies. Además, el precio del almuerzo no supera los \$12.000.²

LINA'S. Es una alternativa para almorzar cuando no hay tanto tiempo. La especialidad son los sándwiches y las ensaladas preparadas como productos gourmet.

Horario de atención: Lun - dom 7 a.m. - 10 p.m.

Precio promedio: menos de \$15.000 por persona

Servicios ofrecidos: Servicio a domicilio, desayuno, almuerzo, cena, ambiente familiar y de amigos, sándwiches/ensaladas.

² {En línea}. {9 julio de 2010} disponible en: (www.deliverysaludable.com).

SANDWICH GOURMET. Venden sándwiches gourmet con jamones nacionales e internacionales: pata negra, jamón serrano, jamón ibérico y más.

Son uno de los pocos, sino el único, restaurante de comida rápida de calidad con domicilios nocturnos de verdad las 24 horas. .

Horario de atención: Lun - jue 11 a.m. - 1 a.m., vie - sáb 11 a.m. - 3 a.m.

Servicios ofrecidos: Servicio a domicilio las 24 horas, almuerzo, cena, comida española, sándwiches/ensaladas.

DUNKIN´DONUTS. Ofrece uno de los productos más sencillos, pero a la vez más ricos de la cultura estadounidense, en Colombia abrió sus puertas hace ya 30 años, y hoy cuenta con más de 80 puntos de venta regados por toda la ciudad, desde el extremo norte hasta el extremo sur. Ideal para un snack e incluso para desayunar rápidamente. La novedad más reciente es que ahora también es café y ofrecen combos de almuerzo con sándwiches variados.

Sitio web: <http://www.dunkindonuts.com>

Horario de atención: Lun - vie 6 - 9 sab 6 - 8 dom 6 - 7

Precio promedio: menos de \$15.000 por persona

Servicios ofrecidos: Desayuno, almuerzo, cafés, helados/postres, platos ligeros, sándwiches/ensaladas y comidas rápidas.

A continuación se presenta una matriz de la empresa y los competidores de acuerdo a variables (Ver tabla 2) tales como precio, calidad del producto, reconocimiento de marca, ubicación, servicio al cliente, tiempo de entrega y forma de pago.

Tabla 2. Matriz de la empresa y los competidores de acuerdo a características.

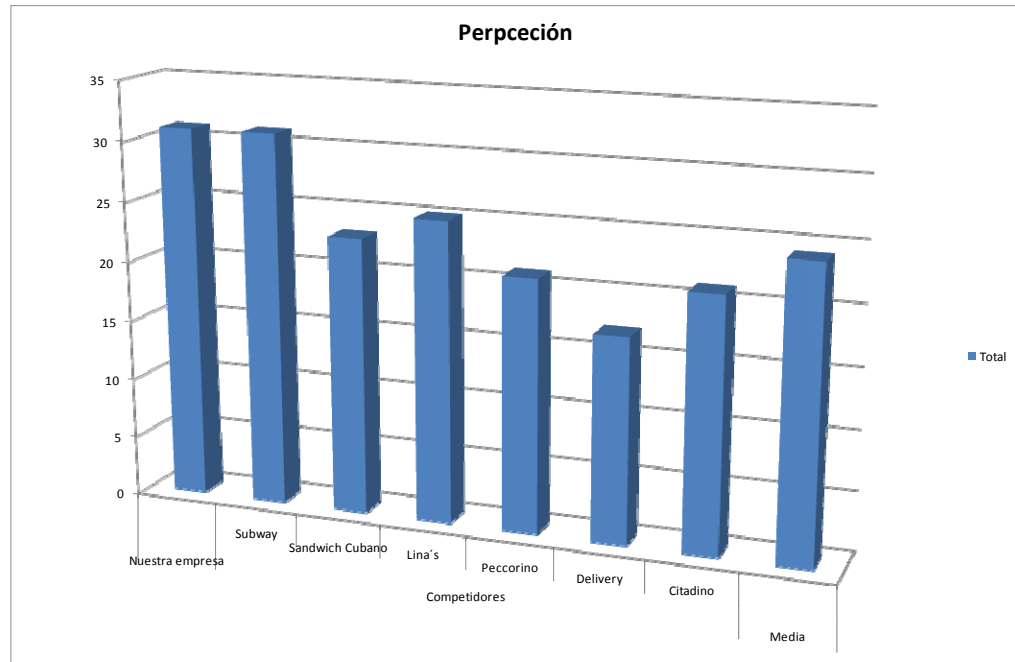
Características	Nuestra empresa	Competidores						Media
		Subway	Sandwich Cubano	Lina's	Peccorino	Delivery	Citadino	
Precio	5	3	1	3	3	3	3	3,00
Calidad de la comida	5	5	1	5	3	3	5	3,86
Reconocimiento de marca	1	5	5	5	1	1	1	2,71
Ubicación	5	5	5	3	3	1	3	3,57
Servicio al cliente	5	3	3	3	3	3	3	3,29
Tiempo de entrega	5	5	3	1	3	1	1	2,71
Forma de pago	5	5	5	5	5	5	5	5,00
Total	31	31	23	25	21	17	21	24,14

Calificación 1= Malo 3 = Bueno 5 = Excelente

Fuente: Autores

A partir de las visitas a los establecimientos de la competencia y después de analizar variables en cuestión se puede observar claramente que el mayor competidor para el proyecto es el establecimiento Subway seguido de Lina's (Grafico 1). La variable con mayor peso para todos los establecimientos comerciales es la forma de pago, lo cual es un punto a favor para el negocio ya que el consumidor busca facilidades que el negocio les puede brindar debido a que hoy en día el mercado ofrece gran variedad de mecanismos que ayudan a prestar un mejor servicio como es el pago con tarjetas débito o crédito o el pago en efectivo.

Figura 1. Percepción.



Fuente: Autores

2.3.2 Agremiaciones. Dentro de las agremiaciones y asociaciones en la industria de alimentos en Colombia, se encuentran:

ACODRES. Asociación Colombiana de la Industria Gastronómica. Es el gremio que representa los intereses de la industria gastronómica colombiana, bajo unos principios de ética empresarial y solidaridad con el desarrollo del país. La asociación está organizada como una federación en la cual cada capítulo propende por los intereses locales de sus afiliados y por el desarrollo sostenible de su región. A nivel nacional cuenta con una presidencia ejecutiva nacional encargada de ejecutar las políticas trazadas por la Asamblea General de Delegados y por la Junta Directiva Nacional, en beneficio de la totalidad de afiliados del país. Para el logro de estos propósitos, la Asociación cuenta con un

equipo humano comprometido con los valores del trabajo en equipo y el logro de los resultados.³

ANDI. Asociación Nacional de Industriales. La Asociación Nacional de Empresarios de Colombia – ANDI, es una agremiación sin ánimo de lucro, que tiene como objetivo difundir y propiciar los principios políticos, económicos y sociales de un sano sistema de libre empresa. Fue fundada el 11 de septiembre de 1944 en Medellín y, desde entonces, es el gremio empresarial más importante de Colombia. Está integrado por un porcentaje significativo de empresas pertenecientes a sectores como el industrial, financiero, agroindustrial, de alimentos, comercial y de servicios, entre otros. La sede principal de la ANDI se encuentra en Medellín y cuenta con sedes en Bogotá, Cali, Barranquilla, Cartagena, Bucaramanga, Manizales, Pereira, Ibagué y Cauca.

La asociación maneja cámaras sectoriales y una de ellas es la Cámara de la Industria de Alimentos de la ANDI, es un grupo de trabajo conformado por las empresas de este Sector para adelantar actividades y gestiones gremiales que propendan por el desarrollo integral de la Industria de Alimentos, defendiendo los legítimos intereses de sus afiliados y presentándoles servicios especializados que ellos requieran para un mejor desempeño de sus labores.

LA COMISIÓN DEL CODEX ALIMENTARIUS. Fue creada en 1963 por la FAO y la OMS para desarrollar normas alimentarias, reglamentos y otros textos relacionados tales como códigos de prácticas bajo el Programa Conjunto FAO/OMS de Normas Alimentarias. Las materias principales de este Programa son la protección de la salud de los consumidores, asegurar unas prácticas de comercio claras y promocionar la coordinación de todas las normas alimentarias acordadas por las organizaciones gubernamentales y no gubernamentales.

³ {En línea}. {9 julio de 2010} disponible en: (www.acodres.com.co).

ACOPI Regional Bogotá. Forma parte de la Federación denominada Asociación Colombiana de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas Bogotá Cundinamarca. Es la organización gremial de Colombia que agrupa a las microempresas formales y a las pequeñas y medianas empresas de los diferentes sectores productivos.

Junto con unos principios morales, éticos y valores que caracterizan a ACOPI. Somos una empresa que tiene como base la lealtad, honestidad, solidaridad, igualdad, junto a una responsabilidad social, fe en Colombia y confianza en sus instituciones; conciencia colectiva, una ética intachable frente al Estado, a los consumidores, a los empresarios, frente a la comunidad, a los trabajadores, a proveedores y acreedores, con la empresa y los socios y muy importante: frente al gremio.

Tiene como objetivo representar, fomentar, establecer, propender, promover, estimular y facilitar a las microempresas de acumulación, a las pequeñas y medianas empresas (MIPYME) de la ciudad de Bogotá y del departamento de Cundinamarca de los sectores agroindustrial, industrial, comercio y de servicios, su participación activa y total en la competitividad, en el desarrollo y fortalecimiento como PYMES, al desarrollo y ejecución de programas y a generar espacios de apoyo para las mismas, mediante las diferentes formas de afiliación con las que cuenta ACOPI. ⁴

Como entes de vigilancia se encuentran:

INVIMA. Sus siglas significan Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos y dentro de su estructura organización se encuentra la Subdirección de Alimentos y Bebidas.

⁴ {En línea}. {9 junio de 2010} disponible en: www.acopibogota.org.co/quienes-somos.html

Su misión es garantizar la salud pública en Colombia, ejerciendo inspección, vigilancia y control sanitario de carácter técnico-científico sobre los asuntos de su competencia.

SECRETARIA DE SALUD DE LA ALCALDIA DE BOGOTA. En la dirección de Salud Pública se preocupan por buscar y garantizar la salud de la población del Distrito de manera integrada y por medio de acciones individuales y colectivas, para el mejoramiento de las condiciones de vida, bienestar y desarrollo social de nuestros habitantes.⁵

2.3.3 Productos sustitutos. En cuanto a los productos sustitutos (comidas rápidas), se realizó una investigación en la zona de estudio del proyecto (Norte de Bogotá), encontrando:

Tabla 3. Restaurantes de comidas rápidas.

RESTAURANTE	DIRECCIÓN
1969 Pizza Gourmet	Calle 85 # 12-56
Agadon	Carrera 13 # 85-75
Charlie's Roastbeef	Calle 82 # 11-21
Choriarep Burg	Carrera 15 # 75-72
Combipollo	Calle 82 # 14A-08
El Carnal	Calle 82 # 12-34
Pike Dog	Carrera 15 # 85-90
Ribs n'Wings	Calle 84 # 14A-15
Wow Pizzas	Calle 82 # 12-75

Fuente: www.planb.com.co/wf_Buscar.aspx?Tip=1&Ciudad=276&Zon=1&Bar=0&Bus=&ser1=137

⁵ {En línea}. {9 junio de 2010} disponible en: <http://www.saludcapital.gov.co/Paginas/SaludPublica.aspx>

1969 PIZZA GOURMET. Encuentra por lo menos 50 variedades de pizza en este lugar que es más que un simple sitio de comidas rápidas. También hay lasagna, pastas y ensaladas gourmet. Precios cómodos y gran cantidad de sucursales por toda la ciudad.

AGADON. Hamburguesas hechas con chatas maduradas y más de 15 alternativas para combinarlas, junto con una gran variedad de licores nacionales e importados, son la especialidad de este restaurante que prepara las carnes a la parrilla.

CHARLIE'S ROASTBEEF. Hamburguesas de roastbeef, costillitas y malteadas, hacen las delicias de este lugar.

Un pionero en el concepto de hamburguesas en Bogotá y clásico por naturaleza. A este restaurante se le puede atribuir una variedad y originalidad en sus platillos que lo diferencian con las demás cadenas de comida rápida. Dentro de sus recomendaciones se encuentran las diferentes hamburguesas, los anillos de cebolla y las mazorquitas acompañados de las típicas malteadas del lugar.

COMBIPOLLO. Si el consumidor prefiere las comidas rápidas y, mejor aún, que se las lleven a su propia casa o a su oficina, Combipollo, en la Zona Rosa, es el lugar que está buscando. En él podrá encontrar combos personales o familiares por menos de 15 mil pesos. También puede comer en el restaurante, si así lo desea.

EL CARNAL. El Carnal tiene fama por ser comida de "combate" o para un antojo mexicano. En plena Zona Rosa de Bogotá, quedará más que satisfecho porque las porciones son abundantes.

PIKE DOGS. Perros calientes tradicionales con piña, cebolla, y demás, y otras delicias rápidas para pedir a domicilio.

RIBS N´WING. Lomitos de pollo, costillitas, alitas, ensaladas. Todos los productos se pueden pedir en combos y a domicilio.

WOW PIZZAS. La especialidad son las pizzas gourmet, las alitas de pollo que se pueden combinar con ocho salsas diferentes y la comida mexicana.

2.4 ANÁLISIS DE PROVEEDORES

La comida casual trae como reto la cocina abierta con la finalidad de conseguir rapidez y simplicidad pero también un buen estilo.

Para la selección del suministro de los equipos de cocina necesarios para la comida casual se tomó como base el listado de proveedores registrados en la revista La Barra, seleccionando los de mejor calificación y que su ubicación fuese en la ciudad de Bogotá.⁶

JOSERRAGO

www.joserrago.com.co

Avenida Caracas # 17 - 40

PBX: 2436035



⁶ {En línea}. {10 junio de 2010} disponible en: revistalabarra.com.co/guia/category/maquinaria/

Empresa especializada en la fabricación y comercialización de productos para la preparación, cocción y distribución de alimentos en el sector gastronómico.

Se pueden encontrar como equipos comercializados: Muebles de trabajo, Licuadoras, Malteadoras, Batidoras, Extractores de jugos, Cortadores de vegetales, Procesadores de alimentos, Peladoras y cortadoras de papas, Molinos de carnes, Recipientes en acero inoxidable, Cocinas industriales, Marmitas y sartenes basculantes, Cocinas modulares, Freidoras, Hornos, Gratinadores y salamandras, Salamandras, Comidas rápidas, Máquinas para creps y waffles, Sanducheras, Tostadoras de pan, Crispeteras, Asadores de salchichas, Ollas para sopas, Autoservicios, Dispensadores de bebidas, Samovares, Cajas térmicas, Neveras, Congeladores, Botelleros, Vitrinas, Productores de hielo, Accesorios, Máquinas lava vajillas, Cafeteras por goteo, Máquinas de exprés y capuchino, Molinos de café.

Dentro de las condiciones generales están:

- Precios para pago de contado. No incluyen instalación.
- Precios F.O.B. en Bogotá, D.C. Transporte por cuenta y riesgo del comprador.
- Garantía de 6 meses para equipos manuales y eléctricos, 1 año para equipos a gas.
- Los precios indicados INCLUYEN I.V.A.; éste se cobra a las tarifas vigentes en la fecha de despacho.
- Entrenamiento básico en manejo de equipos.
- Servicio de transporte de nuestros equipos.
- Suministro de repuestos para nuestros productos.
- Servicio de reparación, mantenimiento y garantía.⁷

⁷ {En línea}. {10 junio de 2010} disponible en: www.joserrago.com.co

WYPALL

www.kcandina.com

PBX: 4049046



Ofrece el más completo portafolio de productos especializados en aseo y limpieza que proveen soluciones adecuadas.⁸

VENTAS INSTITUCIONALES

PBX: 4303522



Proveedores de alimentos, distribución y transporte de alimentos

⁸ {En línea}. {10 junio de 2010} disponible en: www.kcandina.com

Tabla 4. Condiciones comerciales.

PROVEEDOR	DETALLE	CONDICIONES COMERCIALES		
		TIEMPO DE ENTREGA	FORMA DE PAGO	
			Contado	Crédito
JOSERRAGO	Mesa de trabajo	Máximo 30 días	x	
	Lavaplatos doble			
	Licuadaora comercial			
	Freidora a gas			
	Neveral vertical			
WYPALL COLOMBIANA KIMBERLY COLPAPEL	Aseo personal, servilletas, jabones, papel higienico		x	
DIMPROTECH	Pantalla táctil		15 días	
	Computador			
	Impresoras			
	Cajones de dinero			
VENTAS INSTITUCIONALES	Insumos alimenticios		x	

Fuente: Autores

2.5 POBLACIÓN OBJETO

El mercado objetivo serán aquellas personas a las que les gusta alimentarse con comida sana, pero que tienen poder adquisitivo, por lo tanto el mercado está catalogado como estrato medio-alto incluyendo tanto a hombres como mujeres que les agrada compartir un momento agradable junto a su familia, amigos, compañeros de trabajo o estudio, entre otros.

La segmentación que tiene el restaurante reúne en su mayoría a personas de estratos 3, 4, 5 y 6 que les agrada comer saludablemente.

Con los datos de las tablas se determino el mercado potencial, los cuales establecen el target del estudio.

Tabla 5. Estratificación proyectada 2006-2020 con base en datos por edad y sexo 2010

BOGOTÁ D.C.	2010		
Grupos de edad	Total	Hombres	Mujeres
Total	7.363.782	3.548.713	3.815.069
0-4	593.834	304.059	289.775
5-9	598.507	306.436	292.071
10-14	628.557	319.911	308.646
15-19	652.113	331.371	320.742
20-24	624.979	314.591	310.388
25-29	653.832	312.007	341.825
30-34	613.985	293.278	320.707
35-39	537.559	256.024	281.535
40-44	520.061	244.290	275.771
45-49	495.361	229.412	265.949
50-54	414.252	188.754	225.498
55-59	321.090	145.064	176.026
60-64	244.282	109.817	134.465
65-69	175.590	78.036	97.554
70-74	122.464	51.185	71.279
75-79	84.141	33.870	50.271
80 Y MÁS	83.175	30.608	52.567

Fuente: DANE.

El mercado potencial son los habitantes de la ciudad de Bogotá entre el rango de 15 a 49 años de edad, que en total son 4.097.890 como se filtra en la Tabla 6.

Tabla 6. Grupos de edad

Grupos de edad	Total	Hombres	Mujeres
15-19	652.113	331.371	320.742
20-24	624.979	314.591	310.388
25-29	653.832	312.007	341.825
30-34	613.985	293.278	320.707
35-39	537.559	256.024	281.535
40-44	520.061	244.290	275.771
45-49	495.361	229.412	265.949
TOTAL	4.097.890	1.980.973	2.116.917

Fuente: DANE.

El mercado objetivo son 13.652 personas, que es la población que se concentra en la localidad de Chapinero específicamente en Chico Lago dentro de los rangos de edad de 15 – 45 años, como lo ilustra la Tabla 6, 7 y 8

Tabla 7. Localidad Chapinero. Población por estrato socioeconómico según UPZ a Junio 30 de 2010

UPZ	ESTRATOS							Total
	Sin estrato*	1. Bajo-Bajo	2. Bajo	3. Medio-Bajo	4. Medio	5. Medio-Alto	6. Alto	
El Refugio	540	-	-	-	-	2.112	28.231	30.883
San Isidro Patios	-	-	16.828	-	-	30	-	16.858
Pardo Rubio	407	4.518	1.312	10	26.347	2.579	2.737	37.910
Chicó Lago	27	-	-	327	2.409	7.674	15.611	26.048
Chapinero	86	452	286	6.587	12.719	139	-	20.269
UPR Chapinero	-	108	78	53	7	7	50	303
Total general	1.060	5.078	18.504	6.977	41.482	12.541	46.629	132.271

- Sin población por estrato en esa UPZ

Fuente: DANE, SDP – DICE: Proyecciones de población de Bogotá por localidades 2005-2015

Cálculos: Dirección de Estudios Macro y Dirección de Estratificación.

Decretos 544 de 2009 (zona urbana) y 304 de 2008 (zona rural).

Tabla 8. Edades quinquenales y sexo. Chapinero

Código de la Localidad	Grupo de Edad	Año		
02-Chapinero		2010		
		Hombre	Mujer	Total
	0 a 4	3077	3070	6147
	5 a 9	2861	2853	5714
	10 a 14	3190	3220	6410
	15 a 19	5016	5078	10094
	20 a 24	6353	6553	12906
	25 a 29	6555	7520	14075
	30 a 34	5634	6446	12080
	35 a 39	4228	4868	9096
	40 a 44	4131	4884	9015
	45 a 49	4371	5305	9676
	50 a 54	4051	5070	9121
	55 a 59	3385	4307	7692
	60 a 64	2598	3337	5935
	65 a 69	2037	2670	4707
	70 a 74	1385	2029	3414
	75 a 79	1098	1720	2818
	80 y +	1196	2175	3371
	Total	61166	71105	132271

Fuente: Secretaría Distrital de Planeación. Sistema de Consulta de datos de Información Estadística - Proyecciones de vivienda, hogares y población 200-2015. Subdirección de Información y Estudios Estratégicos.

Tabla 9. Edades quinquenales y sexo. Chapinero

Código de la UPZ	Grupo de Edad	Año		
		2010		
02_CHAPINERO_0 97_CHICÓ LAGO		Hombre	Mujer	Total
	15 a 19	751	809	1560
	20 a 24	952	1080	2032
	25 a 29	992	1319	2311
	30 a 34	898	1215	2113
	35 a 39	735	973	1708
	40 a 44	789	1028	1817
	45 a 49	914	1197	2111
	Total	6031	7621	13652

Fuente: Secretaría Distrital de Planeación. Sistema de Consulta de datos de Información Estadística - Proyecciones de vivienda, hogares y población 200-2015.Subdirección de Información y Estudios Estratégicos.

2.6 INSTRUMENTOS

El método de recolección de datos se realiza mediante el desarrollo de una encuesta dirigida a la población objetivo de la zona de influencia del proyecto.

La zona donde se contempla ubicar el negocio tiene una población objetivo de 13.652 habitantes soportado en datos estadísticos del DANE y la secretaria distrital de planeación.

Con la finalidad de determinar aspectos relevantes del mercado objetivo se toma una muestra para realizar la investigación de mercados.

El número de encuestas aplicadas se define mediante el método de Militar Estándar que para el tamaño del lote esta en un rango entre 10001 – 35000 por lo tanto el tamaño de la muestra que nos vamos a enfocar en este estudio es de 315 encuestados.

Se diseño una encuesta dirigida a la comunidad para identificar los clientes potenciales.

Los aspectos a investigar contienen una introducción para el encuestado, recopilación de los datos del encuestado, preguntas sobre los hábitos de consumo en la zona de influencia, y sobre la disponibilidad de pago.

2.7 TRABAJO DE CAMPO

Dentro de las técnicas utilizadas se encuentran la entrevista abierta que incluye preguntas estructuradas interactuando con los clientes.

Se realizaron reuniones con los cuatro (4) encuestadores antes y durante la aplicación de la encuesta.

Las encuestas se aplicaron en la zona de influencia y en los centros comerciales: Unicentro, Andino y Gran Estación, porque dichos sitios se caracterizan por tener gran afluencia de personas y por encontrarse ubicados muy cerca de la zona de estudio.

2.8 DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA

2.8.1 Tabulación encuestas. Para determinar la demanda se diseñó una encuesta (Ver Anexo 1) que fue aplicada en los estratos (Ver Grafica con el fin de determinar las preferencias de los consumidores en la zona de estudio.

Figura 2. Nivel socioeconómico encuestado

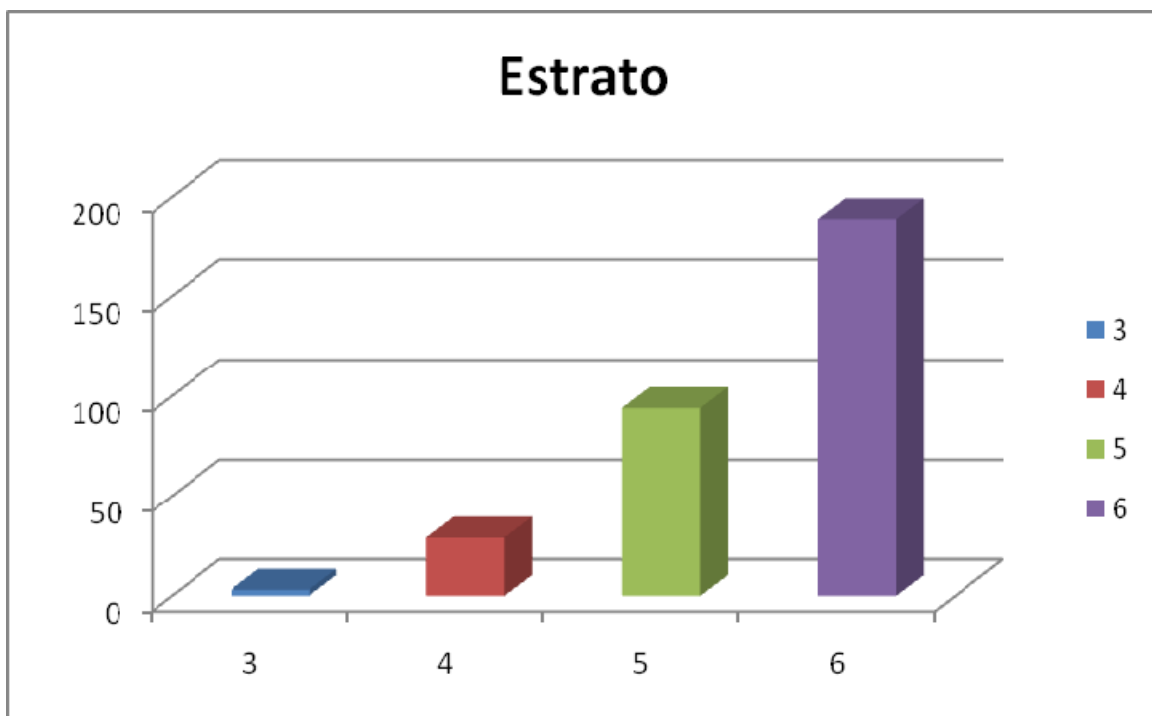


Tabla 10. Frecuencia Estrato

Estrato	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado
3	3	0,95%	0,95%
4	29	9,21%	10,16%
5	94	29,84%	40,00%
6	189	60,00%	100,00%
Total	315	100,00%	

Fuente: Encuesta

Cuál cree que es el mejor alternativa para ubicar un restaurante?

Figura 3. Lugares de consumo

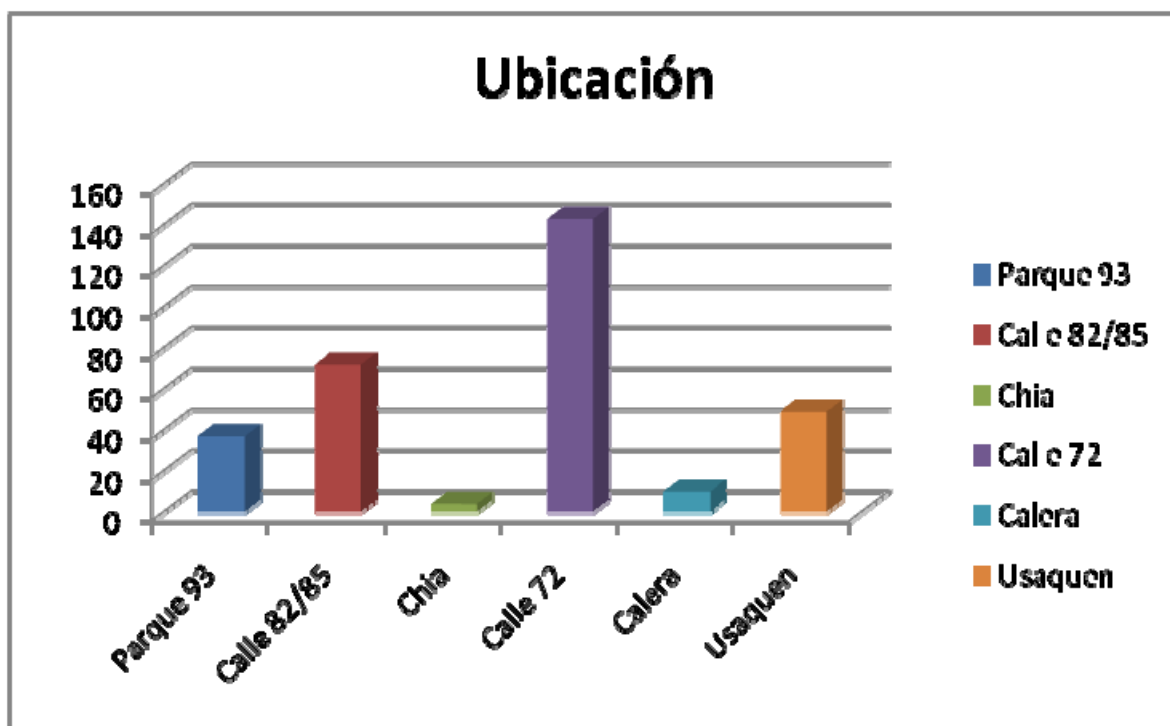


Tabla 11. Frecuencia Lugares de consumo

Ubicación	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado
Parque 93	37	11,75%	11,75%
Calle 82/85	72	22,86%	34,60%
Chia	4	1,27%	35,87%
Calle 72	143	45,40%	81,27%
Calera	10	3,17%	84,44%
Usaquen	49	15,56%	100,00%
Total	315	100,00%	

Fuente: Encuesta

Cual ha sido el medio de comunicación por el que se entera de la apertura de un nuevo restaurante?

Figura 4. Medios de comunicación

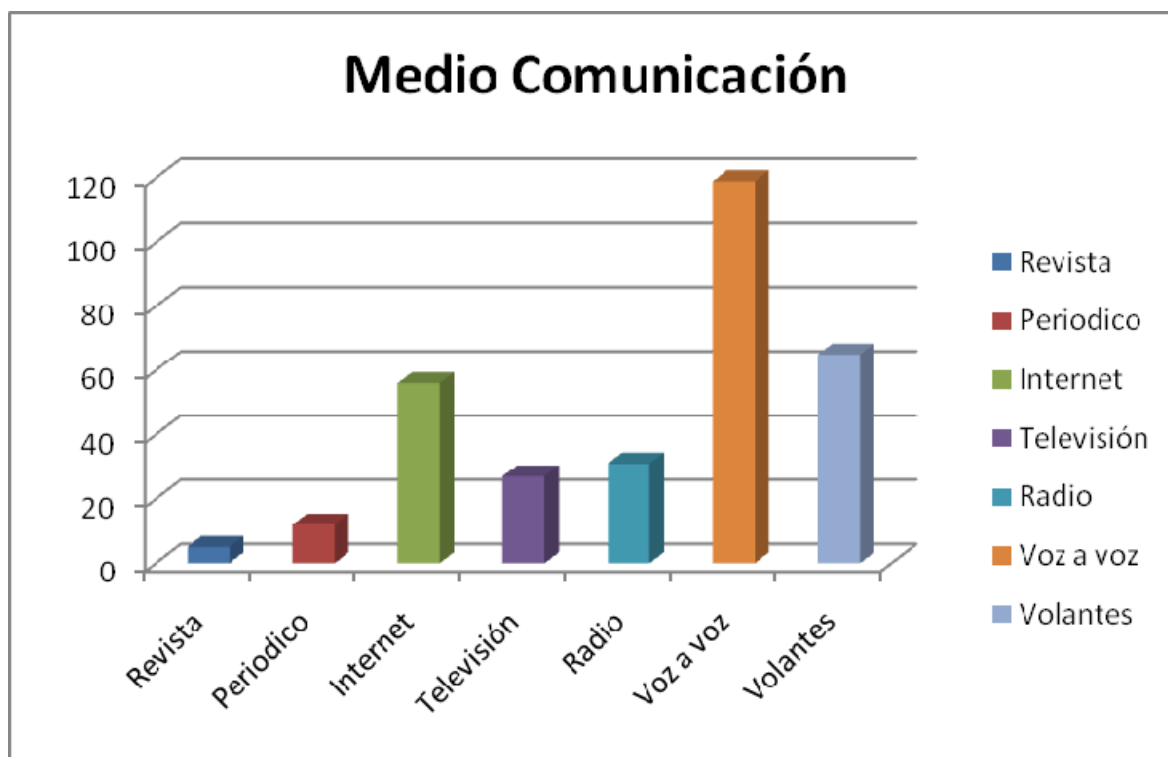


Tabla 12. Frecuencia Medios de comunicación

Medio Comunicación	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado
Revista	5	1,59%	1,59%
Periodico	12	3,81%	5,40%
Internet	56	17,78%	23,17%
Televisión	27	8,57%	31,75%
Radio	31	9,84%	41,59%
Voz a voz	119	37,78%	79,37%
Volantes	65	20,63%	100,00%
Total	315	100,00%	

Fuente: Encuesta

Con qué frecuencia sale a comer?

Figura 5. Periodicidad de comidas

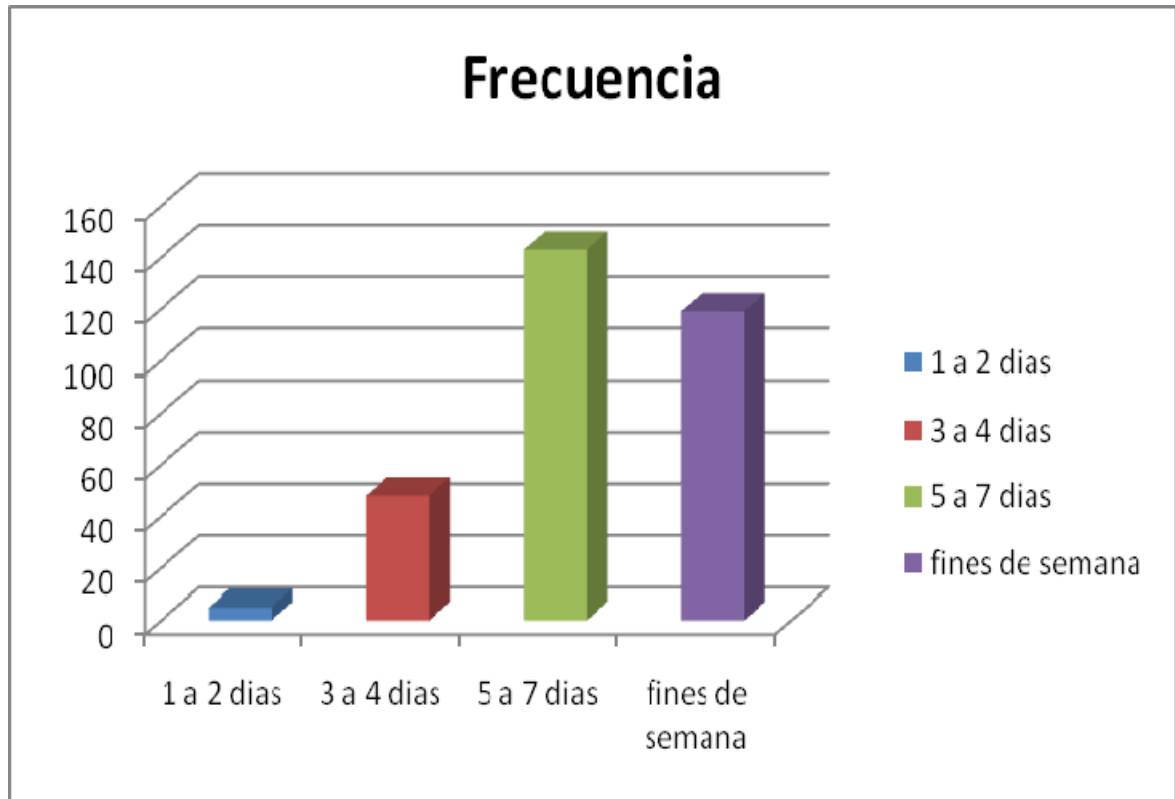


Tabla 13. Frecuencia Periodicidad de comidas

Frecuencia	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado
1 a 2 dias	5	1,59%	1,59%
3 a 4 dias	48	15,24%	16,83%
5 a 7 dias	143	45,40%	62,22%
fines de semana	119	37,78%	100,00%
Total	315	100,00%	

Fuente: Encuesta

Come sándwiches ricos y saludables fuera de casa?

Figura 6. Consumo de sandwiches

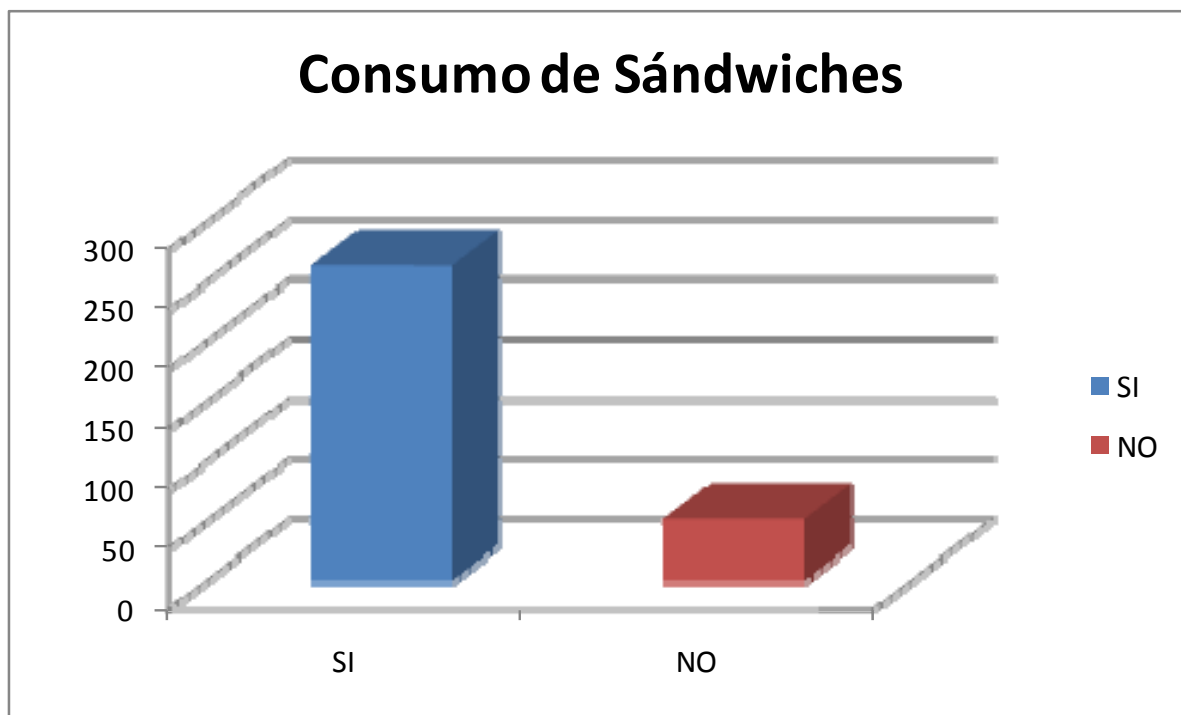


Tabla 14. Frecuencia Consumo de Sándwiches

Come Sandwich	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado
SI	263	83,49%	83,49%
NO	52	16,51%	100,00%
Total	315	100,00%	

Fuente: Encuesta

Cuanto estaría dispuesto (a) a pagar por un sándwiches?

Figura 7. Nivel de percepción de precios

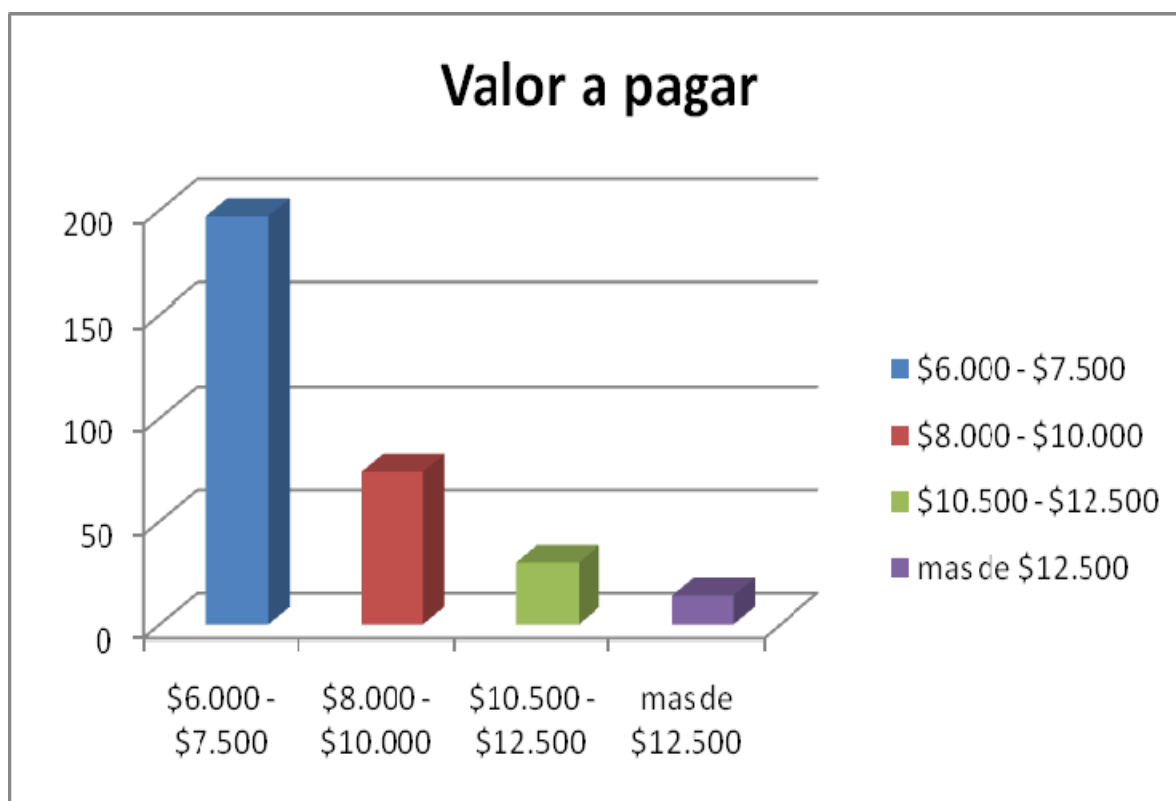


Tabla 15. Frecuencia Valor a pagar

Valor a pagar	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado
\$6.000 - \$7.500	197	62,54%	62,54%
\$8.000 - \$10.000	74	23,49%	86,03%
\$10.500 - \$12.500	30	9,52%	95,56%
mas de \$12.500	14	4,44%	100,00%
Total	315	100,00%	

Fuente: Encuesta

2.8.2 Análisis resultados encuesta. Se realizó un sondeo a 315 personas en la población de la ciudad de Bogotá (zona norte) donde el 60% son habitantes del estrato 6, el 29.84% del estrato 5, el 9.21% del estrato 4 y el 0.95% del estrato 3; se observó que del 100% de los encuestados el estrato 6 es el nivel socioeconómico que más tiene incidencia en dicho estudio.

Los bogotanos creen que la mejor alternativa para ubicar un establecimiento de comida en su orden, en la calle 72 (45.40%) Calle 82/85 (22.86%), Usaquén (15.56%), Parque 93 (11.75%), Calera (3.17%), y el 1.27% prefiere en Chía. El sector que ahora está despegando es la Calle 72 y sus alrededores. Dicho sector se está convirtiendo en una gran plataforma para la creación de nuevos restaurantes y se está posicionando muy bien.

Con esta encuesta, se demostró que la gente prefiere el voz a voz como medio de comunicación para recordar la marca ya que el 37.78% manifestó esta opción como la forma para enterarse de la apertura de un nuevo restaurante. Los encuestados expresan que también a través de los volantes (20.63%) recuerdan por este medio, seguido de internet (17.78%) como opción de búsqueda de nuevos puntos de comida.

A la hora de comer por fuera de sus hogares el 45.4% de las personas salen entre 5 y 7 días a la semana mientras que el 37.78% prefiere hacerlo los fines de semana, el 15.24% entre 3 y 4 días por semana y el 1.59% lo hace entre 1 a 2 días por semana.

Así mismo se analizaron los patrones de consumo donde del 100% de los encuestados, el 16.51% no ha comido sándwiches ricos y saludables fuera de su casa mientras que el 83.49% dio una respuesta positiva a la pregunta, lo cual es muy satisfactorio para nosotros saber que este tipo de productos es aceptado por

la gente y que si está dispuesto sobre todo a invertir desde \$6.000 pesos en adelante; esto se puede observar con la siguiente relación: el 4.44% invertiría desde \$12.500 pesos en adelante, seguido de un 9.52% entre \$10.500 y \$12.500 pesos, un 23.49% entre \$8.000 y \$10.000 pesos; y el 62.54% están dispuestos a invertir entre \$6.000 y \$7.500 pesos.

Se concluye con los datos adquiridos de dicho sondeo que es viable montar este negocio porque existe demanda suficiente en el mercado.

2.9 CONCLUSIONES DE MERCADO

Distribución. Los productos serán distribuidos en el local donde se ubica el restaurante, donde los clientes podrán adquirir la comida sana junto con las bebidas de su mayor preferencia.

De forma directa se realizará la distribución de los alimentos y servicios en el único local que se abrirá inicialmente en la zona de norte de Bogotá.

Comunicación. El proceso de comunicación nos ayuda a generar preferencia y lealtad, por eso los mensajes transmitidos deben activar todos los sentidos del consumidor para lograr efectos psicológicos mediante letras e iconos que creen un lazo de recordación con el producto.

Para dar a conocer el establecimiento en el sector de estudio se reparten volantes tanto en la calle de alto tráfico como es la carrera 15, directamente en las oficinas, universidades y en las estaciones del Transmilenio, específicamente Virrey.

A medida que se van realizando las ventas se puede desarrollar promociones con la finalidad de aumentar la fidelización de los clientes, como:

- Entregar volantes en donde se especifica que en la próxima compra de un sándwich se le regala la bebida.
- En caso de los domiciliarios elaborar el cajón impreso con la marca para generar recordación tanto en la calle como en el comprador.
- Para los domicilios entregar con el pedido imanes con la carta o solo con el nombre del establecimiento y el teléfono para domicilios.

La base de datos de la zona puede ser comprada al almacén Carulla Vivero S.A. de la calle 82 con el fin de enviar publicidad a los clientes potenciales ubicados en dicha zona a través de Internet.

En este caso no es aconsejable utilizar como medio de comunicación la radio ni televisión, ya que la creación del punto de comidas no tiene influencia en todo Bogotá sino solamente en un sector de la ciudad.

Precio. La estrategia de precios será por penetración, donde se da un precio relativamente bajo centrado en el volumen para atraer en un tiempo muy corto una gran cantidad de consumidores y conseguir una cuota de mercado considerable, teniendo en cuenta los costos del producto y el margen de rentabilidad de los socios.

Esta estrategia se logra ampliando los horarios de servicio al cliente con el fin de aumentar el consumo en los clientes actuales; con precios atractivos, logrando así atraer a los clientes de la competencia; y ofreciendo promociones para atraer a los clientes potenciales.

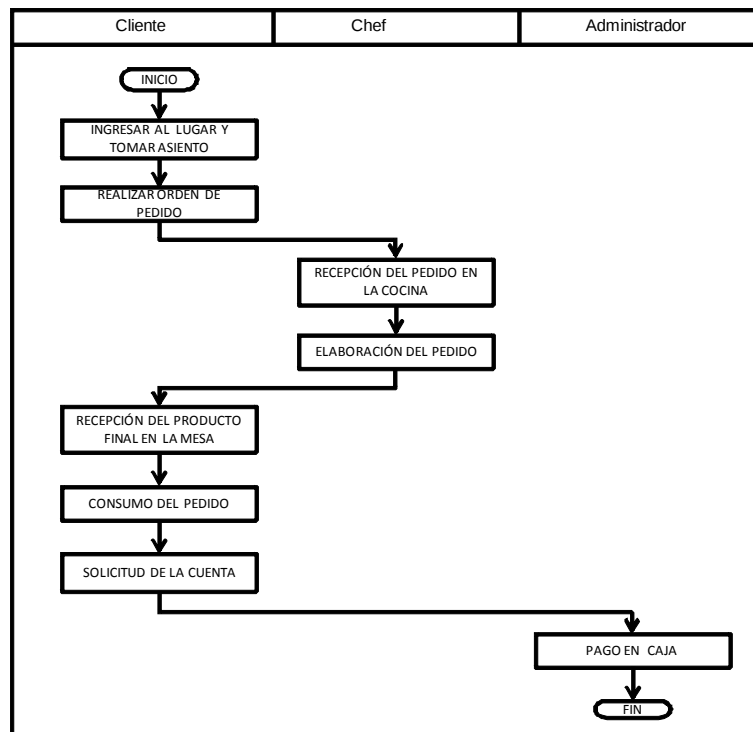
La política de precios a manejar se base en el costo, el cual consiste en sumar un sobreprecio estándar al costo del producto de modo que se cubra los costos de producción, distribución y venta dejando un rendimiento.

3. ANÁLISIS TÉCNICO

3.1 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

Para tener una mayor comprensión del proceso de la venta de los productos, se presenta este proceso mediante un diagrama de flujo (Ver Figura 8). Inicialmente el cliente ingresa al local y toma asiento y procede a realizar el pedido por medio de un toque directo sobre la superficie de la pantalla táctil que hay sobre su mesa la cual genera automáticamente la orden que será recepcionada en la cocina. Una vez recibida la orden, el chef procede a su elaboración que tendrá como destino final la mesa. El cliente consume los alimentos y solicita la cuenta por medio de la pantalla táctil para acercarse a la caja y realizar el respectivo pago.

Figura 8. Diagrama del proceso de venta del producto.



Fuente: Autores

3.2 LOCALIZACIÓN

El local se ubicará en la zona norte de Bogotá específicamente entre las calles 72 y 82 sobre la carrera 15 donde se concentran oficinas, universidades, centros comerciales a sus alrededores, lo cual facilita el desarrollo de nuevos restaurantes de acuerdo al análisis realizado en la encuesta.

Como este sector de la calle 72 y sus alrededores es un sitio que está despegando como centro culinario y de atracciones múltiples, genera que sea un poco más fácil ingresar a este mercado, ya que por ejemplo para entrar a la zona T u otra zona, el gremio de restaurantes ya consolidados están solicitando algunos requisitos extras para la aceptación de un nuevo restaurante.

Igualmente se realizaron observaciones de la zona de estudio, determinando que las calles seleccionadas y sus alrededores concentran gran cantidad de universidades, oficinas y comercio y los pocos lugares de comida se enfocan en comidas rápidas.

Cuenta con dos parqueaderos públicos a cada lado del local, proporcionando tranquilidad y comodidad a nuestra clientela.

3.3 INFRAESTRUCTURA

Instalaciones. El local debe contar con un espacio suficiente para realizar de manera satisfactoria todas la operaciones en condiciones higiénicas y permitiendo desarrollar las actividades de limpieza de forma fácil para la higiene y buena conservación de los alimentos impidiendo la aparición de roedores o animales y de partículas contaminantes.

Refrigeración. Para conservar las materias primas se debe dotar de equipo de refrigeración y/o congelación para el almacenamiento en frío.

Todos los dispositivos de refrigeración deben tener medición de la temperatura para llevar control de la cadena de frío.

Equipos y utensilios. Todos los utensilios empleados en la zona de manipulación de los alimentos deben ser de un material resistente a la corrosión, y que no permita transmitir sustancias tóxicas, ni sabores y fuerte para soportar las continuas operaciones de limpieza y desinfección y el más apropiado en estos casos es el acero inoxidable. Las superficies de los mesones deben ser lisas y exentas de huecos y grietas.

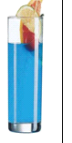
Tecnología. Las pantallas táctiles facilitan mucho el proceso de facturación y toma de pedidos ya que mediante interfaz de red llega el pedido a la cocina a través de un monitor evitando el desplazamiento y posibles errores en los pedidos porque el usuario es el que crea o elimina el pedido desde la misma ubicada en cada mesa.

Como los inventarios se mantienen actualizados y al día, el proceso de requisiciones de insumos se hace en tiempo real, lo que permite llevar el kardex y así poder realizar las solicitudes de compra a los proveedores manteniendo al día los productos.

3.4 EQUIPOS Y MAQUINARIA

En la Tabla 16 encontrará el listado de los equipos necesarios con sus respectivas características.

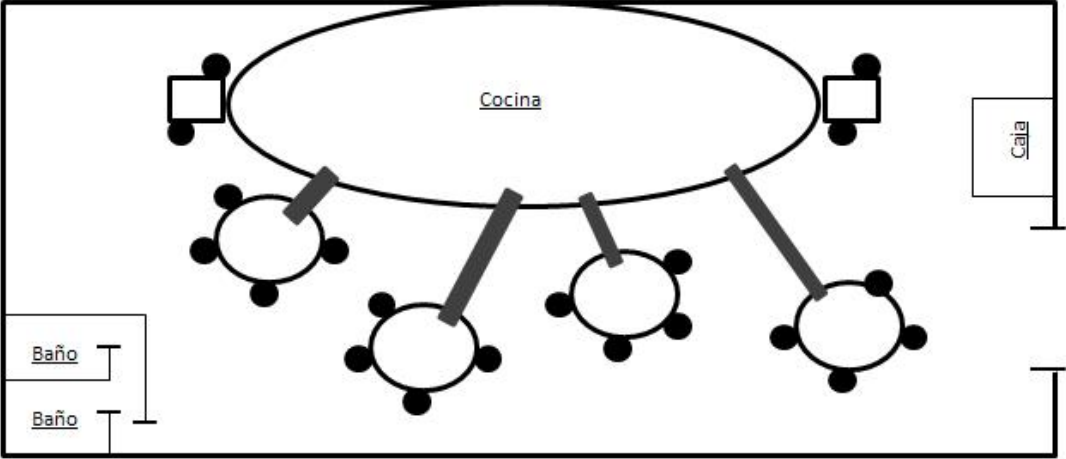
Tabla 16. Capacidad instalada requerida

Equipos	Características	Capacidad	Potencia	Dimensiones	Cantidad	Vlr. Unitario	Vlr. Total
	MESA DE TRABAJO MODELO-701 Linea modular, mueble y entrepaño en acero inoxidable. Con salpicadero de 10 cm. Patas niveladoras en aluminio.			100 x 69 x 87 cm	1	\$ 991.379	\$ 991.379
	NEVERA MODELO-13001 Fabricada en acero inoxidable. Ruedas para fácil manipulación. Termómetro digital. Graduación de temperatura. Temperatura: 0 a 15°C	19 pies cúbicos	1/4 H.P., 110 V	70 x 80 x 203 cm	1	\$ 5.344.827	\$ 5.344.827
	FREIDOR DE 2 TANQUES MODELO-7 Dos tanques de 10 litros c/u, dos canastillas. Sistema modular para conexión en serie. Mueble y tanque en acero inoxidable. Quemador indeformable en hierro, de alto rendimiento. Control manual de temperatura. Encendido electrónico.		30.000 BTU/h. A gas	51x 44 x 30 cm	1	\$ 1.034.483	\$ 1.034.483
	SANDUCHERA ESTRÍADA MODELO-WPG 250 Planchas en fundición de hierro. Control automático de temperatura. Luz piloto de encendido. Recolector de grasas. Mueble en acero inoxidable.	6 sandwiches	1.800 Wh 110 V	40 x 40 x 24 cm	1	\$ 1.596.000	\$ 1.596.000
	COCINA 6 PUESTOS MODELO-5107 Seis puestos grandes. Parrillas en fundición de hierro. Quemadores indeformables en hierro, de alto rendimiento. Mueble en acero inoxidable. Encendido		132.000 BTU/h	92 x 73 x 87 cm	1	\$ 3.103.448	\$ 3.103.448
	LICUADORA COMERCIAL MODELO-MX 1000 XT Marca Waring. Alto rendimiento. Tritura hielo. 2 velocidades. 45.000 R.P.M. Botón pulsador. Vaso en policarbonado. Bebidas con hielo por día: 75+. Preparación de alimentos y bebidas. Trabajo pesado.	1.9 litros	3 1/2 HP 2.600 Wh 110 V	21 x 21 x 46 cm	1	\$ 1.260.000	\$ 1.260.000
	MONITOR IMPRESORA 6 PANTALLA TÁCTIL CODIGO-11509 Resistivo, USB, LCD, color negro				1	\$ 18.086.100	\$ 18.086.100
	VASO LARGO REFERENCIA-42441 Vidrio Templado 48 vasos	12 onzas			48	\$ 5.268	\$ 252.865
Subtotal							\$ 31.669.102
IVA (16%)							\$ 5.067.056
Total							\$ 36.736.158

Fuente: JOSERRAGO. Cotización 13677-0 29 de Junio del 2010

3.5 DISTRIBUCIÓN

Figura 9. Diseño del negocio



Fuente: Autores

3.6 ANÁLISIS DE COSTOS

Costos Fijos

Tabla 17. Composición de los costos fijos

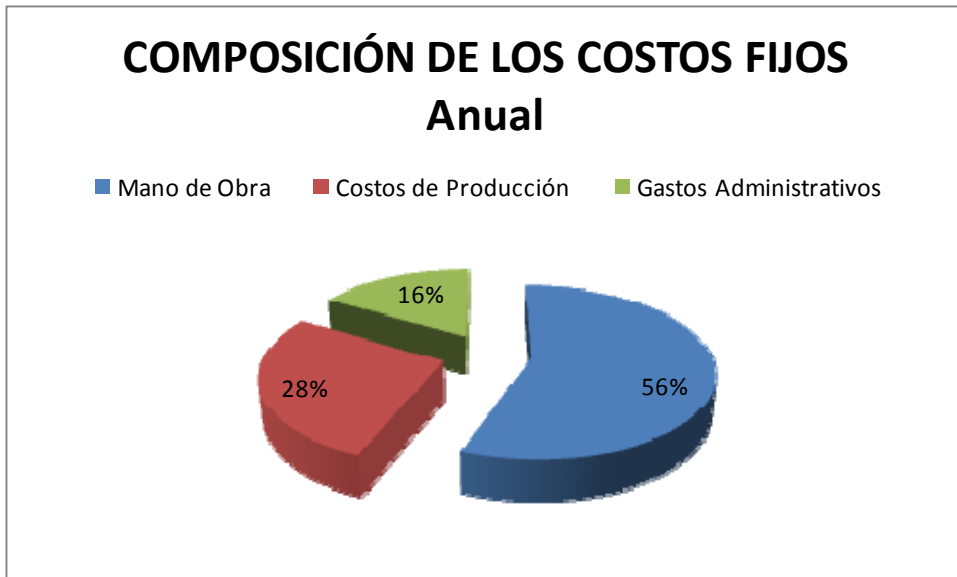
COMPOSICIÓN DE LOS COSTOS FIJOS

Costo	Mensual	Anual
Mano de Obra	\$ 10.175.012,69	\$ 122.100.152,28
Costos de Producción	\$ 5.000.000,00	\$ 60.000.000,00
Gastos Administrativos	\$ 3.000.000,00	\$ 36.000.000,00
TOTAL	\$ 18.175.012,69	\$ 218.100.152,28

Fuente: Autores

Los costos y gastos del primer año ascienden a \$218.100.152,28 de los cuales \$122.100.152,28 son destinados en mano de obra; \$60.000.000 en Costos de producción. Se calculan \$36.000.000 para gastos administrativos.

Figura 10. Composición de los costos fijos.



Fuente: Autores

3.7 CONCLUSIÓN TÉCNICA

En conclusión, la empresa requiere mensualmente para su funcionamiento \$18.175.012,69 para cubrir los costos fijos y una inversión de \$40.000.000 en Equipos y Maquinaria.

4. ANÁLISIS ORGANIZACIONAL Y LEGAL

4.1 FORMA JURÍDICA

La empresa será una sociedad por acciones simplificadas, ya que está integrada por dos (2) socios y por la facilidad que permite de constituirla mediante documento privado y no tiene limitaciones de duración, ni de responsabilidades, ni de capital.

4.2 ASPECTOS LEGALES

Trámites ante la Cámara de Comercio de Bogotá

Para las gestiones de creación, constitución y legalización de la empresa, como es una persona jurídica se debe registrar ante la Cámara de Comercio de Bogotá y realizar los siguientes pasos:

Registrar la persona jurídica ante la Cámara de Comercio de Bogotá, para dicho fin, es necesario tener en cuenta el Formulario del Registro Único Tributario RUT el cual se diligencia a través de la página Web de la DIAN, Formulario de Registro Único Empresarial (RUE), Carátula única empresarial y anexo de matrícula mercantil, Formulario registro con otras entidades, Original del documento de identidad, Estatutos de la persona jurídica (documento privado o documento público).

1. **Consulta de Nombre** en la Cámara de Comercio de Bogotá y en el Registro Único Empresarial. Este mismo paso se debe realizar para los establecimientos de comercio.
2. **Consulta del Tipo de Sociedad** el cual se puede realizar con el apoyo de la Cámara de Comercio.
3. **Consulta de Clasificación por Actividad Económica – Código CIIU (Clasificación Industrial Internacional Uniforme).**
4. **Consulta de Uso del Suelo** se realiza en la Secretaría Distrital de Planeación para saber si la actividad que va a iniciar puede desarrollarla en el lugar previsto para su funcionamiento.

Registro Único Tributario – RUT el cual se debe tramitar ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales – DIAN y sirve para identificar, ubicar y clasificar a personas y entidades que tengan la calidad de contribuyente declarante de impuesto sobre la renta y no contribuyente declarante de ingresos y patrimonio, responsables del régimen común y los pertenecientes al régimen simplificado, los agentes retenedores, importadores, exportadores y demás sujetos de obligaciones administradas por la DIAN. Con el trámite anterior, se podrá realizar la asignación del Número de Identificación Tributaria – NIT.

Los documentos de constitución de la sociedad son la **Minuta de Constitución** y la **Escritura Pública**. Para las empresas a constituir que posean una plata de personal no superior a diez trabajadores, no aporten bienes inmuebles y posean activos totales por un valor inferior a quinientos salarios mínimos mensuales legales vigentes, la minuta de constitución se realiza por medio de un documento privado (también la puede constituir por documento privado a través de la figura de

sociedad por acciones simplificadas con la formalidad establecida en la Ley 1258 de 2008). El documento privado debe contener presentación personal de todos los socios o accionistas ante la notaría. La escritura pública se realiza en cualquier notaría según lo establecido en el Artículo 110 del Código de Comercio.

Una vez obtenida la escritura de constitución, se debe dirigir a la Cámara de Comercio del lugar y diligenciar un formulario de **Registro Único Empresarial - RUE** para así matricular la nueva sociedad. Las empresas que ejercen actividades mediante establecimiento comercial deben registrarlo por medio del formulario de registro único empresarial. Cuando realice el pago de los derechos de matrícula mercantil (la liquidación de los derechos a pagar se hace con base en el monto de activos según el artículo 23 del decreto 393 de 2002), obtendrá el certificado de existencia y representación legal de la sociedad.

De acuerdo a la información enviada por la Cámara de Comercio a la Secretaría de Hacienda Distrital de Bogotá se debe realizar la inscripción en el Registro de Información Tributaria – RIT, teniendo en cuenta que las actividades que se llevarán a cabo sean en Bogotá y estén gravadas con el impuesto de industria y comercio.

Para realizar **Registro Matrícula Mercantil** se deben tener todos los documentos mencionados anteriormente diligenciados y cancelar los derechos de matrícula correspondientes. Una vez realizados los pasos anteriores, el empresario obtiene el NIT el cual quedará consignado en el Certificado de Matrícula y de Existencia y Representación Legal, formalización ante la DIAN, inscripción en el Registro Mercantil y inscripción en el RIT, Notificación de la apertura del establecimiento a Planeación Distrital (la Cámara de Comercio se encarga de informar a Bomberos, Alcaldías Locales, Departamento Técnico Administrativo del Medio Ambiente - DAMA y Secretaría de Salud).

Una vez matriculada la sociedad, debe inscribir los libros de comercio.

Gestiones de Funcionamiento

- Permisos Ambientales
- Curso de Manipulación de Alimentos (**Secretaría de salud**)
- Pago Derechos de Autor (**SAYCO-ACINPRO**)
- Registro de Marcas (**Superintendencia de Industria y Comercio**)
- Registro ante el INVIMA (**INVIMA**)

Gestiones de Legalización Laboral:

- Inscribirse ante la Administración de Riesgos Profesionales
- Afiliar a los trabajadores al Sistema de Seguridad Social y de Pensiones ante las Entidades Promotoras de Salud (EPS) y Fondo de Pensiones
- Afiliar a los trabajadores a los Fondos de Cesantías
- Inscribirse en una caja de Compensación Familiar (Aportes Parafiscales (Ley 590 de 2000 – Artículo 43): ICBF 3% del valor de la nómina, SENA 2%, Caja de compensación Familiar 4%)
- Elaborar reglamento de trabajo e inscribirlo en el Ministerio de Protección Social
- Elaborar un programa de seguridad industrial, de salud ocupacional y un reglamento de higiene para la empresa (ARP).

4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

La estructura organizacional del negocio será lineal, ya que al ser un establecimiento relativamente pequeño no requiere de grandes exigencias,

simplemente se hace evaluación de los resultados y busca lograr los objetivos establecidos para un buen desarrollo del mismo.

Se considera participativa porque se tendrán en cuenta comentarios o sugerencias de quienes conforman el equipo de trabajo.

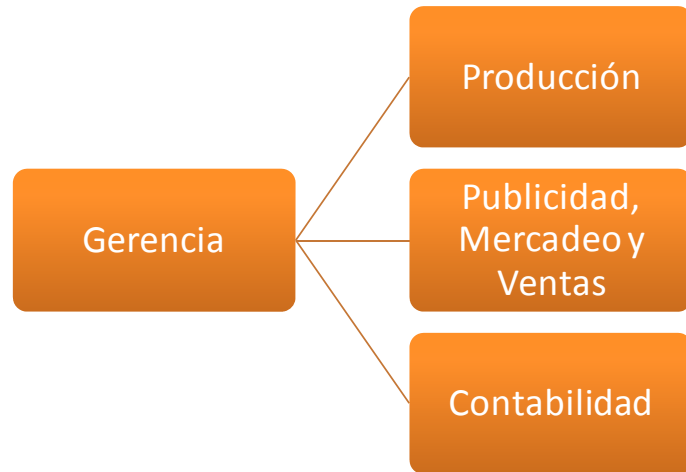
El proceso o desempeño organizacional se cumple enfatizando la toma de decisiones teniendo en cuenta las recomendaciones o sugerencias que el equipo de trabajo pueda expresar.

El trabajo en equipo se respalda, ya que de esta manera es más eficiente y eficaz el cumplimiento de los objetivos establecidos resultado de la búsqueda de un objetivo común para el bienestar general. Así mismo mediante el trabajo en equipo se puede determinar las fallas que se estén teniendo en el negocio.

Es importante que todo el personal conozca las tareas de los demás con la finalidad de colaborar entre si en el momento en que se requiera.

Como el objetivo del negocio es que tenga un buen desarrollo, se mantiene actualizado el personal con las nuevas técnicas o noticias que surjan del sector o mercado, para que así se puedan adoptar y crear estrategias para el crecimiento del negocio.

Figura 11. Estructura organizacional



Fuente: Autores

4.4 ANÁLISIS DE CARGOS

Actualmente el proceso de contratación y reclutamiento es uno de los procesos más importantes en las organizaciones, ya que es indispensable contar con el personal adecuado para manejar y administrar el correcto uso de los recursos de la organización y mas aun para generar ambientes que resulten beneficios para la conveniencia de todos los empleados y directivos y así cultivar un adecuado clima organizacional.

El personal contratado por la empresa debe cumplir con unas exigencias establecidas para cada uno de los cargos. Dichas exigencias son educación, experiencia (práctica que ha desempeñado esta persona a lo largo de su carrera), conocimientos básicos y competencias.

Se describieron los cargos necesarios para el buen desempeño de la empresa por medio de un formato realizado por los autores y a cada uno de se le asignaron las competencias y experiencia requeridas para el cargo y su área de trabajo.

Tabla 18. Manual de funciones Administrador

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO						
Administrador						
Area	Servicio al cliente		Objetivos del cargo	Encargado de administrar el local comercial de acuerdo a los lineamientos de la organización y velar por el servicio prestado a los clientes.		
EXIGENCIAS DEL CARGO						
Educación		Administrador de empresas				
Experiencia		3 años en el sector de comidas				
Conocimientos básicos		Facturación, manejo de caja, personal y compras				
Competencias						
Servicio al cliente		Excelente presentación			Comunicación asertiva	
Toma de decisiones						

Fuente: Autores

Tabla 19. Manual de funciones Chef

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO						
Chef						
Area	Producción		Objetivos del cargo	Encargado del diseño y elaboración del menú cumpliendo las normas establecidas para la manipulación de alimentos y teniendo en cuenta los gustos del consumidor. Tiene a cargo la compra y recibo de insumos y el mantenimiento de maquinaria, equipos y herramientas.		
EXIGENCIAS DEL CARGO						
Educación		Profesional en cocina				
Experiencia		1 año en el sector				
Conocimientos básicos		Comida casual				
Competencias						
Capacidad de delegación		Ejecución presupuestal			Capacidad trabajo en equipo	
Planeación		Recursoivo			Sentido de responsabilidad	

Fuente: Autores

Tabla 20. Manual de funciones Auxiliar de cocina

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO					
Auxiliar de Cocina					
Area	Producción		Objetivos del cargo	Apoyar el area de cocina y alistamento de productos.	
EXIGENCIAS DEL CARGO					
Educación		CAP del SENA			
Experiencia		No requiere			
Conocimientos básicos		Preparacion de alimentos			
Competencias					
Atención y servicio cliente		Sentido de responsabilidad		Capacidad trabajo en equipo	
Recursoivo					

Fuente: Autores

Tabla 21. Manual de funciones Servicios generales

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO						
Servicios Generales						
Area	Producción		Objetivos del cargo	Mantener en condiciones optimas de limpieza las instalaciones fisicas.		
EXIGENCIAS DEL CARGO						
Educación	Bachiller					
Experiencia	No requiere					
Conocimientos básicos	Labores de limpieza y aseo					
Competencias						
Actitud de servicio	Proactiva				Amable	
Dinamica	Agil					

Fuente: Autores

Tabla 22. Manual de funciones Contador

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO					
Contador					
Area	Contabilidad		Objetivos del cargo	Velar por los ingresos de los socios. Establecer el presupuesto y velar por el pago a proveedores y contratistas.	
EXIGENCIAS DEL CARGO					
Educación	Contador publico				
Experiencia	1 año en cargos similares				
Conocimientos básicos	Temas tributarios y analisis de estados financieros				
Competencias					
Excelente actitud	Comprometido			Trabajo bajo presión	
Honesto					

Fuente: Autores

Tabla 23. Manual de funciones Publicista

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO						
Publicista						
Area	Publicidad, mercadeo y ventas		Objetivos del cargo	Diseñar mecanismos que atraigan a los consumidores y cumplir con la meta establecida de ventas.		
EXIGENCIAS DEL CARGO						
Educación		Profesional en publicidad o mercadeo				
Experiencia		No requiere				
Conocimientos básicos		No requiere				
Competencias						
Creatividad		Rekursivo			Capacidad de observación	
Toma de decisiones						

Fuente: Autores

Se puede observar los salarios a pagar a cada uno de los empleados del restaurante cargo por cargo. (Ver Tabla 24)

Tabla 24. Salario por cargo.

ÁREA	DESCRIPCIÓN	PUESTOS DE TRABAJO	PERFIL DEL CARGO		SALARIO
Producción	Encargado del diseño y elaboración del menú cumpliendo las normas establecidas para la manipulación de alimentos y teniendo en cuenta los gustos del consumidor. Tiene a cargo la compra y recibo de insumos y el mantenimiento de maquinaria, equipos y herramientas.	1	Chef	Profesional en cocina con un año de experiencia en comida casual.	3 SMLV
		1	Auxiliar de Cocina	CAP del SENA. No requiere experiencia.	1 SMLV
		1	Servicios Generales	Bachiller. No requiere experiencia, adiestramiento por parte de la organización.	Prestación de servicios 1 SMLV
Gerencia	Encargado de administrar el local comercial de acuerdo a los lineamientos de la organización y velar por el servicio prestado a los clientes. Responsable de la facturación, el personal, caja y las compras.	1	Administrador	Administrador de Empresas con un año de experiencia en el sector.	3 SMLV
Publicidad, Mercadeo y Ventas	Diseñar mecanismos que atraigan a los consumidores y cumplir con la meta establecida de ventas.	1	Publicista	Profesional en publicidad y mercadeo. No requiere experiencia, adiestramiento por parte de la organización.	Prestación de servicios 2 SMLV
Contabilidad	Velar por los ingresos de los socios. Establecer el presupuesto y velar por el pago a proveedores y contratistas.	1	Contador	Contador público con un año de experiencia en el sector.	Prestación de servicios 2 SMLV

Fuente: Autores

Los salarios están definidos de acuerdo a la investigación realizada en el mercado laboral, y por el tipo de contrato de acuerdo a la importancia de los cargos.

4.5 ESTRATEGIAS DEL PROYECTO

Análisis DOFA

Figura 12. Análisis DOFA



Fuente: Autores

Tabla 25. Matriz DOFA

		IMPACTO	ESTRATEGIA
DEBILIDADES	Empresa nueva en el mercado	5	Apoyo publicitario constante en cada una de las etapas (creación, lanzamiento, sostenibilidad)
	Competencia del personal	5	Diseñar un proceso de selección idóneo para determinar las competencias del personal
OPORTUNIDADES	Auge de las comidas casuales	8	Determinar mediante estudios de mercado la tendencia en cuanto a la preferencia de comidas y su variación en el mercado
	Desarrollo de productos	9	Analizar el comportamiento del mercado determinando las ventajas de implementar nuevos productos en el desarrollo del negocio
	Desarrollo de una nueva tendencia en la atención al cliente	8	Comunicar al cliente las ventajas en cuanto al ahorro de tiempo y comodidad al hacer uso

			de este tipo de servicio
	Cambio en los hábitos alimenticios de los consumidores	4	Promover los beneficios del consumo de este tipo de comidas dirigidos a una mejor calidad de vida de forma saludable
	Proveedores con mayor poder de negociación	4	Determinar los mejores precios en el mercado que ofrecen los proveedores y mantener las buenas relaciones con estos para asegurar la calidad de los productos.
FORTALEZA	Productos innovadores	7	Resaltar las ventajas de los nuevos productos en el mercado
	Visión y estrategias claras y definidas	9	Capacitar al personal y difundir constantemente la visión y estrategias al personal de la empresa
	Calidad de los productos	8	Realizar de forma permanente encuestas de satisfacción para determinar la calidad y tomar acciones de mejora oportunamente
	Tecnología	5	Determinar la economía

			en tiempo y recursos innovando constantemente la tecnología en pro del mejoramiento continuo y sostenibilidad
	Innovación en la atención al consumidor	5	Estudiar las tendencias del mercado en forma periódica
	Personal capacitado	5	Capacitar y evaluar al personal para determinar la eficacia de las capacitaciones realizadas
AMENAZAS	Variación en los precios de los insumos	3	Negociar con los proveedores el sostenimiento de los precios por tiempos definidos de manera que se sostenga una proyección positiva de ventas vs. Beneficios
	Disminución en los precios de la competencia	3	Resaltar la calidad y los beneficios en el consumo de los productos
	Las barreras de entrada al sector son altas	5	Dar a conocer precios, comodidad y ventajas de

			la ubicación del local mediante publicidad clara y efectiva
	Nuevos competidores extranjeros en el mercado	7	Promover el apoyo de la industria y el comercio nacional a los potenciales consumidores

Fuente: Autores

4.6 ASPECTOS AMBIENTALES Y SOCIALES

La elaboración de un producto requiere de específicas condiciones para ofrecer al cliente un alimento de excelente calidad, para lo cual se deben tener en cuenta diferentes aspectos, tales como:

Evacuación de efluentes y desechos.

Lo más conveniente es que el local disponga de un sistema eficaz de evacuación de efluentes y desechos, el cual debe mantenerse en todo momento en buen estado y en forma ordenada. Todos los conductos de evacuación (incluidos los sistemas de alcantarillado) deben construirse de manera que se evite la contaminación del abastecimiento de agua potable. Todas las tuberías de evacuación de aguas residuales deben estar debidamente sifonadas y desembocar en desagües.

Ventilación.

Se debe proveer al establecimiento de una ventilación suficiente para evitar el calor acumulado excesivo, la condensación del vapor , el polvo y el aire contaminado.

Limpieza y desinfección – Lavado.

- Para impedir la contaminación de los alimentos, todo el equipo y utensilios deben limpiarse con la frecuencia necesaria y desinfectarse siempre que las circunstancias así lo requieran.
- Se debe tomar precauciones suficientes cuando las salas, el equipo y los utensilios se limpien o desinfecten para impedir que los alimentos sean contaminados con agua y desinfectantes. Las soluciones utilizadas para la limpieza deben ser almacenados en envases con alimentarios y debidamente señalados para su identificación.
- De forma inmediata al terminar la jornada de trabajo o cuantas veces sea conveniente, se debe limpiar minuciosamente los suelos incluidos los desagües, las estructuras auxiliares y las paredes de las zonas de manipulación de alimentos.
- La manutención, los instrumentos y sustancias utilizadas para la limpieza tales como escobas, detergentes, etc., deben mantenerse y almacenarse de forma que no contaminen los alimentos, los utensilios de cocina, las maquinas y ropa.

Programa de control de higiene.

Se establece un cronograma de limpieza y desinfección del establecimiento, con la finalidad de asegurar y tener registro de la limpieza de todas las zonas, equipos y utensilios de cocina más críticos de forma permanente.

Almacenamiento y eliminación de desechos.

En las cocinas y salas donde se preparan alimentos, los productos secundarios y residuos se recogerán en bolsas herméticas de uso único o en recipientes de uso según clasificación de depósito de desechos debidamente etiquetados. Dichos recipientes deben estar sellados o cerrados con tapa y tan pronto se llenen o después de cada periodo de trabajo se retiran y se colocan en cubos de basura cubiertos que nunca se introducen en la cocina.

Enfermedades contagiosas.

La gerencia debe tomar las medidas necesarias para que ninguna persona de la que se sepa, sospeche, padezca o sea vector de una enfermedad susceptible de transmitirse a través de los alimentos o de infecciones cutáneas, llagas o diarreas, puedan trabajar bajo ningún concepto y por el contrario debe comunicarse de forma inmediata al administrador el estado físico.

Heridas.

Por ningún motivo persona que sufra heridas o lesiones debe seguir manipulando alimentos ni tocando superficies que entren en contacto con los alimentos mientras la herida no haya sido completamente protegida por un revestimiento impermeable firmemente asegurado, para lo cual se debe contar con un botiquín de primeros auxilios.

Lavado de las manos.

Todas las personas que trabajen en la zona de manipulación de alimentos deben lavarse las manos frecuentemente y de forma minucioso según los protocolos de lavado de manos establecidos por la gerencia haciendo uso de la solución de limpieza y con agua potable corriente. El protocolo debe realizarse todas las veces antes de iniciar el trabajo, inmediatamente después de hacer uso del baño, después de manipular material contaminante y todas las veces que sea necesario.

Limpieza personal.

Toda persona que trabaje en la zona de manipulación de alimentos debe mantener una impecable limpieza personal mientras se encuentre en servicio y durante todo el tiempo debe llevar ropa protectora, incluyendo el cubrecabezas y calzado, dichos artículos deben ser lavables o desechables.

Conducta personal.

En las zonas en donde se manipulen alimentos se debe tener como política la prohibición de todo acto que pueda dar lugar a la contaminación de los alimentos, como comer, fumar, mascar (por ejemplo: chicle, palillos, nueces, etc.) o prácticas antihigiénicas, tales como escupir.

Requisitos aplicables a las materias primas.

- El establecimiento no debe aceptar ninguna materia prima o ingredientes en caso de contener parásitos, microorganismos o sustancias tóxicas, descompuestas o extrañas que no puedan ser reducidos a niveles aceptables por los procedimientos normales de clasificación y/o preparación o elaboración.
- Las materias primas o ingredientes deben inspeccionarse y clasificarse antes de cocinarlos y, en caso necesario, deben efectuarse ensayos de laboratorio. Solo se debe usar materias primas o ingredientes limpios y en buenas condiciones para la preparación de alimentos.
- Los ingredientes y materias primas almacenadas en el local del establecimiento deben mantenerse en condiciones que eviten la putrefacción, se debe proteger contra la contaminación y reducir al mínimo los daños. Se debe asegurar un suministro frecuente y periódico de materias primas e ingredientes, evitando el almacenamiento de cantidades excesivas.

- Las materias primas de origen animal deben almacenarse en frío a una temperatura entre 1° y 4°C. Otras materias primas que requieren refrigeración como determinadas hortalizas, deben almacenarse a la temperatura más baja que lo permita su calidad.
- Las materias primas congeladas que no se utilizan inmediatamente deben conservarse o almacenarse a una temperatura igual o inferior a 18°C.

Prevención de la contaminación cruzada.

- Se debe tomar las medidas eficaces para evitar la contaminación de los alimentos cocinados y precocinados por contacto directo o indirecto con materias que se encuentran en una fase inicial del proceso. Los alimentos crudos deben estar efectivamente separados de los cocinados y precocinados.
- Se debe lavar las manos minuciosamente entre una y otra manipulación de productos en las diversas fases de elaboración.
- Todo el equipo que haya entrado en contacto con materias primas o con material contaminado debe limpiarse y desinfectarse cuidadosamente antes de ser utilizado. Se va a tratar que los utensilios para la manipulación de alimentos crudos cocinados o precocinados, sobre todos los utensilios para cortar en rodajas y desmenuzar.

Empleo de agua en la elaboración de alimentos.

Las frutas y hortalizas crudas que se usen en las comidas deben lavarse cuidadosamente en agua potable antes de añadirlas a las comidas.

Descongelación.

Los productos congelados, especialmente las hortalizas congeladas, pueden cocinarse sin descongelarlos. En cambio, en el caso de grandes trozos de carne o ave, es necesario descongelarlos antes de cocinarlos. En caso de realizar la

descongelación como una operación separada del cocinado, se debe seguir los siguientes pasos:

- Un refrigerador con capacidad para mantener los alimentos a una temperatura igual o inferior a 4°C.
- Agua potable corriente mantenida a temperatura no superior a los 21°C durante no más de 4 horas

Proceso de cocinado.

- Se debe asegurar el tiempo y la temperatura del cocinado con la finalidad de destruir los microorganismos patógenos no productores de esporas.
- Cuando los productos asados, tostado, fritos, blanqueados, escalfados, hervidos o cocidos no han de consumirse el día en que han sido preparados, el proceso de cocción deberá ir seguido de un enfriamiento lo mas rápido posible.

División en porciones.

- Se debe aplicar condiciones estrictas de higiene en esta fase del proceso. La división en porciones se completa en el periodo mínimo practicable que no debe ser superior a 30 minutos para ningún producto refrigerado.
- Se va a utilizar solo envases bien lavados y desinfectados.
- Los envases deben ser preferiblemente con tapas para proteger los alimentos de la contaminación.

Proceso de enfriamiento y condiciones de almacenamiento de los alimentos enfriados.

- Inmediatamente después de la preparación se debe enfriar el alimento con la mayor rapidez y eficacia posible.

- La temperatura en el centro del alimento debe reducirse desde 60°C a 10°C en menos de dos horas; a continuación el producto debe almacenarse inmediatamente a 4°C.
- Apenas termina la fase de enfriamiento, los productos deben almacenarse en un refrigerador. La temperatura no debe exceder de +4°C en cualesquiera partes del producto, y debe mantenerse hasta el uso final. Es necesario controlar periódicamente la temperatura de almacenamiento.
- El periodo de almacenamiento entre la preparación del alimento enfriado y su consumo no debe ser superior a cinco (5) días, incluidos el de cocinado y el de consumo,

Proceso de congelación y condiciones de almacenamiento de los alimentos congelados.

- Inmediatamente después de la preparación se congela el alimento con la mayor rapidez y eficacia posible.
- Los alimentos cocinados congelados se conservan a una temperatura igual o inferior a -18°C. Es necesario controlar periódicamente la temperatura de almacenamiento.
- Los alimentos cocinados congelados se almacenan a una temperatura igual o inferior a +4°C, pero por no mas de cinco días y no debe congelarse nuevamente.

Recalentamiento y servicio.

- El recalentamiento del alimento debe efectuarse rápidamente. El proceso de recalentamiento debe ser adecuado: alcanzar una temperatura de por lo menos 75°C en el centro del alimento, en el término de una hora desde que se retira del refrigerador. Se puede aplicar temperaturas de recalentamiento mas bajas, siempre que las combinaciones de tiempo/temperatura utilizadas sean

equivalente, a efectos de destrucción de microorganismos, el calentamiento a una temperatura de 75°C.

4.7 CONCLUSIÓN DEL ANÁLISIS

La empresa a la que se quiere llegar con este proyecto debe ser una Sociedad por Acciones Simplificadas (S.A.S), con sus respectivos trámites de funcionamiento antes los diferentes entes de control, con una estructura organizacional líneal ya que es un tipo de negocio se presta para este tipo de organizaciones.

5. ASPECTOS FINANCIEROS

5.1. INVERSIÓN INICIAL

Inversiones Fijas:

El proyecto inicia sus operaciones con unas inversiones fijas las cuales serán destinadas en la compra de los siguientes artículos, que son necesarios para la operación: Pantallas táctiles, software, muebles de oficina, maquinaria y equipos. También se incluirán dentro de las inversiones fijas, la publicidad de inauguración, gastos de organización y legales.

Además se realizará la adecuación del local, el cual se tomara en arriendo.

Construcciones = \$6.000.000

Maquinaria y equipo = \$39.500.000

Muebles y enseres = \$15.000.000

Equipos de Oficina = \$2.500.000

Inversiones Diferidas:

Se decidió no diferir ninguna de las inversiones realizadas, para la puesta en marcha del negocio.

5.2. PROYECCIÓN A 5 AÑOS

Las proyecciones a 5 años se realizaron teniendo en cuenta las proyecciones macroeconómicas publicadas por el grupo Bancolombia el 22 de Julio de 2010 (Ver anexo 10).

5.3. FLUJO DE CAJA DEL PROYECTADO

Tabla 26. Flujo de caja del proyecto.

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
FLUJO DE CAJA						
Flujo de Caja Operativo						
Utilidad Operacional		-15.265.083	-1.226.360	15.246.999	31.578.712	55.613.547
Depreciaciones		8.083.333	8.083.333	8.083.333	7.250.000	7.250.000
Amortización Gastos		1.600.000	1.600.000	1.600.000	1.600.000	0
Agotamiento		0	0	0	0	0
Provisiones		0	0	0	0	0
Impuestos		0	-623.700	-466.401	-5.031.510	-10.420.975
Neto Flujo de Caja Operativo		-5.581.750	7.833.274	24.463.931	35.397.202	52.442.573
Flujo de Caja Inversión						
Variación Inv. Materias Primas e insumos ³		21.876.000	0	0	0	0
Variación del Capital de Trabajo	0	21.876.000	0	0	0	0
Inversión en Terrenos	0	0	0	0	0	0
Inversión en Construcciones	-6.000.000	0	0	0	0	0
Inversión en Maquinaria y Equipo	-39.500.000	0	0	0	0	0
Inversión en Muebles	-15.000.000	0	0	0	0	0
Inversión en Equipo de Transporte	0	0	0	0	0	0
Inversión en Equipos de Oficina	-2.500.000	0	0	0	0	0
Inversión Activos Fijos	-63.000.000	0	0	0	0	0
Neto Flujo de Caja Inversión	-63.000.000	21.876.000	0	0	0	0
Flujo de Caja Financiamiento						
Dividendos Pagados		0	7.944.392	846.380	-5.107.745	-10.578.868
Capital	63.000.000	0	0	0	0	0
Neto Flujo de Caja Financiamiento	63.000.000	0	7.944.392	846.380	-5.107.745	-10.578.868
Neto Período	0	16.294.250	15.777.665	25.310.312	30.289.457	41.863.704
Saldo anterior		-28.276.000	-11.981.750	3.795.915	29.106.227	59.395.684
Saldo siguiente	0	-11.981.750	3.795.915	29.106.227	59.395.684	101.259.389

Fuente: Modelo financiero para los planes de negocio presentados al fondo emprendar.

5.4. P Y G PROYECTADO

Tabla 27. Estado de Resultados proyectado.

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ESTADO DE RESULTADOS					
Ventas	132.175.000	150.975.572	170.098.742	191.644.129	228.853.753
Materia Prima, Mano de Obra	58.756.750	66.109.798	73.163.651	80.665.119	93.851.214
Depreciación	8.083.333	8.083.333	8.083.333	7.250.000	7.250.000
Otros Costos	5.000.000	5.192.000	5.373.720	5.567.174	5.756.458
Utilidad Bruta	60.334.917	71.590.440	83.478.037	98.161.836	121.996.082
Gasto de Ventas	38.000.000	34.000.000	28.000.000	25.000.000	25.000.000
Gastos de Administración	36.000.000	37.216.800	38.631.038	39.983.125	41.382.534
Amortización Gastos	1.600.000	1.600.000	1.600.000	1.600.000	0
Utilidad Operativa	-15.265.083	-1.226.360	15.246.999	31.578.712	55.613.547
Utilidad antes de impuestos	-15.265.083	-1.226.360	15.246.999	31.578.712	55.613.547
Impuestos (35%)	623.700	466.401	5.031.510	10.420.975	18.352.471
Utilidad Neta Final	-15.888.783	-1.692.761	10.215.489	21.157.737	37.261.077

Fuente: Modelo financiero para los planes de negocio presentados al fondo emprendar.

La utilidad bruta presenta un aumento durante los cinco años, ocasionado principalmente por el crecimiento en la utilidad por las ventas. La utilidad neta para el quinto año es igual a \$37.261.077.

5.5. BALANCE PROYECTADO

Tabla 28. Balance General proyectado.

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
BALANCE GENERAL						
Activo						
Efectivo	28.276.000	11.981.750	3.795.915	29.106.227	59.395.684	101.259.389
Inventarios Materias Primas e Insumos	21.876.000	0	0	0	0	0
Gastos Anticipados	6.400.000	4.800.000	3.200.000	1.600.000	0	0
Total Activo Corriente:	0	-7.181.750	6.995.915	30.706.227	59.395.684	101.259.389
Terrenos	0	0	0	0	0	0
Construcciones y Edificios	6.000.000	5.700.000	5.400.000	5.100.000	4.800.000	4.500.000
Maquinaria y Equipo de Operación	39.500.000	35.550.000	31.600.000	27.650.000	23.700.000	19.750.000
Muebles y Enseres	15.000.000	12.000.000	9.000.000	6.000.000	3.000.000	0
Equipo de Transporte	0	0	0	0	0	0
Equipo de Oficina	2.500.000	1.666.667	833.333	0	0	0
Semovientes pie de cria	0	0	0	0	0	0
Cultivos Permanentes	0	0	0	0	0	0
Total Activos Fijos:	63.000.000	54.916.667	46.833.333	38.750.000	31.500.000	24.250.000
Total Otros Activos Fijos	0	0	0	0	0	0
ACTIVO	63.000.000	47.734.917	53.829.249	69.456.227	90.895.684	125.509.389
Pasivo						
Cuentas X Pagar Proveedores	0	0	0	0	0	0
Impuestos X Pagar	0	623.700	466.401	5.031.510	10.420.975	18.352.471
PASIVO	0	623.700	466.401	5.031.510	10.420.975	18.352.471
Patrimonio						
Capital Social	63.000.000	63.000.000	63.000.000	63.000.000	63.000.000	63.000.000
Reserva Legal Acumulada	0	0	0	0	1.021.549	3.137.323
Utilidades Retenidas	0	0	-7.944.392	-8.790.772	-4.704.576	3.758.518
Utilidades del Ejercicio	0	-15.888.783	-1.692.761	10.215.489	21.157.737	37.261.077
Revalorización patrimonio	0	0	0	0	0	0
PATRIMONIO	63.000.000	47.111.217	53.362.848	64.424.717	80.474.710	107.156.918
PASIVO + PATRIMONIO	63.000.000	47.734.917	53.829.249	69.456.227	90.895.684	125.509.389

Fuente: Modelo financiero para los planes de negocio presentados al fondo emprender.

5.6. INDICADORES FINANCIEROS

En la tabla 29. Indicadores Financieros se puede observar que la inversión se recupera en un periodo de 2.31 años. Que la rentabilidad del activo a final de los 5 años es igual al 29.7% y del patrimonio del 34.8%. Se observa que la tasa interna de retorno (TIR) tiene un rendimiento superior a la tasa mínima de rendimiento.

Tabla 29. Indicadores Financieros.

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Supuestos Operativos						
Variación precios		N.A.	3.8%	3.8%	3.8%	3.8%
Variación Cantidades vendidas		N.A.	10.0%	8.5%	8.5%	15.0%
Variación costos de producción		N.A.	11.0%	9.5%	8.2%	15.0%
Variación Gastos Administrativos		N.A.	3.4%	3.8%	3.5%	3.5%
Indicadores Financieros Proyectados						
Liquidez - Razón Corriente		-11.51	15.00	6.10	5.70	5.52
Prueba Ácida		-12	15	6	6	6
Nivel de Endeudamiento Total		1.3%	0.9%	7.2%	11.5%	14.6%
Concentración Corto Plazo		0	1	1	1	1
Rentabilidad Operacional		-11.5%	-0.8%	9.0%	16.5%	24.3%
Rentabilidad Neta		-12.0%	-1.1%	6.0%	11.0%	16.3%
Rentabilidad Patrimonio		-33.7%	-3.2%	15.9%	26.3%	34.8%
Rentabilidad del Activo		-33.3%	-3.1%	14.7%	23.3%	29.7%
Flujo de Caja y Rentabilidad						
Flujo de Operación		-5.581.750	7.833.274	24.463.931	35.397.202	52.442.573
Flujo de Inversión	-63.000.000	21.876.000	0	0	0	0
Flujo de Financiación	63.000.000	0	7.944.392	846.380	-5.107.745	-10.578.868
Flujo de caja para evaluación	-63.000.000	16.294.250	7.833.274	24.463.931	35.397.202	52.442.573
Flujo de caja descontado	-63.000.000	13.578.542	5.439.773	14.157.368	17.070.410	21.075.494
Criterios de Decisión						
Tasa mínima de rendimiento a la que aspira el emprendedor	20%					
TIR (Tasa Interna de Retorno)	24.55%					
VAN (Valor actual neto)	8.321.586					
PRI (Periodo de recuperación de la inversión)	2.31					
Duración de la etapa improductiva del negocio (fase de implementación).en meses	12 mes					
Nivel de endeudamiento inicial del negocio, teniendo en cuenta los recursos del fondo emprender. (AFE/AT)	0,00%					
Periodo en el cual se plantea la primera expansión del negocio (Indique el mes)	24 mes					
Periodo en el cual se plantea la segunda expansión del negocio (Indique el mes)	48 mes					

Fuente: Modelo financiero para los planes de negocio presentados al fondo emprender.

5.7. EVALUACIÓN FINANCIERA

Según el Valor Presente Neto (VPN), es conveniente invertir en este negocio, ya que al cabo de los 5 años la empresa esta generando utilidades y se ha recuperado las sumas invertidas en el proyecto y los costos de oportunidad. Además de esto el valor presente neto es mayor que 0, lo que lo hace atractivo desde el punto de vista financiero.

La tasa mínima de rendimiento para este proyecto es del 20%. De acuerdo a la Tasa Interna de Retorno (TIR), el negocio es rentable, y por lo tanto recomendable para los

inversionistas que posean una tasa de oportunidad menor al 24.55%. Teniendo en cuenta la tasa de oportunidad que se escogió se observa que la TIR crece 4.55 puntos por encima de esta, lo que hace medianamente atractivo el proyecto.

Analizando el indicador de rentabilidad de Relación Beneficio Costo (RBC), se observa que aunque este es mayor que 1, no se ve lo suficientemente atractivo para invertir, pues el número de veces que se multiplica la inversión no es muy alto, ya que por cada peso que se invierta solo se obtiene una ganancia de 0.12 pesos, por tanto, los inversionistas pueden buscar una mejor forma para invertir el dinero.

Según los indicadores, la inversión se recupera a los 2.31 años

5.8. CONCLUSIÓN FINANCIERA

El estudio financiero permite verificar la probabilidad de éxito de un negocio y sirve como una herramienta para mostrar al inversionista que tan atractivo es el proyecto para realizar una inversión. De acuerdo con los resultados obtenidos anteriormente, este proyecto es atractivo para los inversionistas siempre y cuando la tasa interna de retorno supere la tasa de oportunidad del inversionista.

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Este proyecto generara empleos en forma directa en indirecta, lo que trae un beneficio económico.

Se espera que el crecimiento, de la demanda de este tipo de servicio aumente a través del tiempo debido a la cultura de belleza y salud que se esta imponiendo en el país.

El sector gastronómico tiende a crecer debido a los constantes cambios en el mercado lo que lo hace dinámico y pujante llevándolo a una etapa de fortalecimiento en donde los consumidores exigen cada vez más haciendo del sector un atractivo para los inversionistas ya que se puede hacer una fusión tanto en la presentación del producto como en la presentación del establecimiento y así atraer a la gente.

Durante los dos primeros años de funcionamiento, se deben generar estrategias de publicidad, constantes y agresivas, debido al boom que se viene presentando frente al cuidado de la salud y a los diversos cambios que está presentando el sector.

A partir del estudio realizado, la zona norte de Bogotá es atractiva para montar un negocio de comidas debido a la concentración de empresas, centros educativos, entre otros. Por tal motivo se recomienda realizar un plan de negocios a partir de este estudio para realizar el montaje de la empresa.

Cualquier persona pensaría que un restaurante de estas características necesitaría una inversión demasiado grande. Después de hacer las proyecciones respectivas se determinó que la inversión no sería tan alta y que se recuperaría durante los 2 primeros años de funcionamiento; la inversión inicial será de \$63.000.000.

Es una idea de restaurante que desde que se realizó el estudio de mercados tuvo una gran acogida dentro de las personas encuestadas y las cuales comentaron que le parecería genial que existiera un restaurante con estas características.

Bibliografía

MOKATE, Karen Marie. Evaluación Financiera de proyectos de inversión. Segunda edición. Bogotá: Alfaomega, 2004.

GUALTEROS, Omar. Matemáticas Financieras aplicadas a los negocios. Segunda Edición. Bogotá: Rodriguez Quito Editores, 2002.

IVORRA, José. Gerencia de proyectos aplicada. Tercera edición preliminar. Bogotá: Escuela Colombiana de Ingeniería, 2004.

MARTINEZ, Paola. Las comidas rápidas entran en la onda sana. {En línea}. Año 2 No. 4. . {Abril 10 de 2010}. Disponible en www.catering.com.co/ediciones_catering/EDICION4/Ondalight.pdf

EL CONGRESO DE COLOMBIA. Ley 590 de 2000 Por lo cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas. Bogotá. Julio 2000.

EL CONGRESO DE COLOMBIA. Ley 905 de 2004 Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones. Bogotá. Agosto 2004.

EL CONGRESO DE COLOMBIA. Ley 1258 de 2008 por lo cual se crea la sociedad por acciones simplificadas. Bogotá. Diciembre 2008.

CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ. Cómo crear empresa en. {En línea}. {Abril 20 de 2010}. Disponible en camara.ccb.org.co/contenido/contenido.aspx?catID=97&conID=3413

DANE. Estratificación proyectada 2006-2020. {En línea}. {Junio 24 de 2010}. Disponible en www.dane.gov.co/daneweb_V09/index.php?option=com_content&view=article&id=75&Itemid=72.

SECRETARIA DISTRITAL DE PLANEACIÓN. Sistema de Consulta de datos de Información Estadística - Proyecciones de vivienda, hogares y población 200-2015. Subdirección de Información y Estudios Estratégicos. {En línea}. {Junio 30 de 2010}. Disponible en www.sdp.gov.co/section-192840.jsp

ANEXOS

Anexo 1. Carta Sándwich Qbano



TRADICIONALES

CLÁSICO:

Lechón, Jamón, Salami, Pimiento, Pepinillos, Queso Amarillo, Tomate, Eneldo y Salsa de la Casa.

JAMÓN PIERNA:

Jamón seleccionado de Pierna, Queso Amarillo, Lechuga y Salsa de la Casa.

Personal
\$ 9.200

Grande
\$ 14.300

Combo Personal
\$ 14.200

Combo Grande
\$ 19.300

SUPER ESPECIAL:

Jamón, Jamonada, Jamón de Cordero (contiene cerdo), Salami, Tomate, Queso Mozzarella, Lechuga y Salsa de la Casa.

Personal
\$ 8.200

Grande
\$ 13.400

Combo Personal
\$ 13.200

Combo Grande
\$ 18.400

ESPECIAL:

Jamón, Jamonada, Jamón de Cordero (contiene cerdo), Queso Mozzarella, Lechuga y Salsa de la Casa.

Personal
\$ 7.300

Grande
\$ 11.400

Combo Personal
\$ 12.300

Combo Grande
\$ 16.400

Nuevo!

MEDIA NOCHE

Pan de trigo, Jamón, Jamonada, Jamón de Cordero (contiene cerdo), Queso Mozzarella, Lechuga, pepinillos y Salsa de la Casa.

Personal
\$ 8.200

Combo Personal
\$ 13.200

Los combos vienen acompañados de gaseosa de 16oz, elige entre papas a la francesa o 1/2 porción de ensalada tropical. El Sandwich personal se entregará con 2 porciones de salsa de la casa y el Sandwich grande se entregará con 3 porciones de salsa de la casa.

Pida su Sandwich con las adiciones que desee.

GOURMET

DE LA CASA

Jamón Pierna, Tocineta, Chorizo Córdobá, Queso Mozzarella, Queso Crema, Cilantro, Maíz Tierno, Cebolla Roja, Pimiento, Tomate, Lechuga Romana, Pimiento y Salsa Favorita.

\$ 14.700

ITALIANO

Roast Beef, Jamón Pierna, Salami, Queso Mozzarella, Queso Parmesano, Tomate, Lechuga Romana, Albahaca, Tomillo, Pimiento y Salsa Italiana.

\$ 15.400

THAI

Pan Servilleta, Pechuga de Pollo en Julianas, Raíces Chinas, Pimiento, Lechuga Romana, Zanahoria, Cebolla Roja, Ajonjolí, Pimiento y Salsa Teriyaki.

\$ 13.900

ENSALADAS

CESAR POLLO

Julianas de Pollo, Lechuga Batavia, Lechuga Romana, Tomate, Groutones de Pan, Queso Parmesano y Salsa César.

\$ 9.500

TROPICAL

Pollo, Jamón, Queso Amarillo, Piña, Lechuga y Mayonesa.

\$ 8.900

VEGETALES

Lechuga Batavia, Arveja, Zanahoria, Maíz Tierno, Aguacate, Tomate y Vinagreta.

\$ 5.600

OTRAS DELICIAS

HAMBURGUESA

Carne de Res, Queso Mozzarella, Tocineta, Tomate, Lechuga, Cebolla, Salsa BBQ y Salsa Blanca.

SUPER PERRO

Salchicha Ahumada de Res, Queso Mozzarella, Salsa de Piña, Papita frita triturada, Salsa Blanca, Salsa Rosada y Salsa de Tomate.

MINI SUNDAE

Crema de Helado (Fresa, Chocolate ó Vainilla) y Salsa (Fresa, caramelo ó chocolate)

HAMBURGUESA

\$ 9.300

COMBO

\$ 14.300

SUPER PERRO

\$ 5.900

COMBO

\$ 10.900

MINI SUNDAE

\$ 2.000

BEBIDAS

GASEOSA

Vaso 22oz

\$ 3.500

Vaso 16oz

\$ 2.800

Botella 20oz

\$ 3.500

Lata

\$ 2.800

Botella 10oz

\$ 2.300

AGUA

Botella (500 ml)

\$ 2.400

Dassani (500 ml)

\$ 2.800

CERVEZA

Lata Club Colombia

\$ 3.700

Lata o Botella Nacional

\$ 3.000

JUGOS

En Leche

\$ 4.100

En Agua

\$ 3.500

Jugo en Caja

\$ 2.200

Jugo de Mandarina

\$ 4.500

OTROS

Limonada

\$ 2.900

Malteada

\$ 4.100

Milo Frio o Caliente

\$ 3.000

Té Botella (400 ml)

\$ 3.000

ADICIONES

CARNES

Carne Hamburguesa Res

\$ 3.200

Cordero (63 gr)

\$ 3.200

Jamón (63 gr)

\$ 2.600

Jamonada (63 gr)

\$ 2.300

Jamón Pierna (63 gr)

\$ 3.200

Pollo (70 gr)

\$ 4.200

Roast Beef (63 gr)

\$ 3.200

Carne Desmechada (40 gr)

\$ 3.200

Lechón (40 gr)

\$ 2.600

Salami (63 gr)

\$ 2.600

Tocineta (35 gr)

\$ 2.200

VEGETALES

Champiñones (50 gr)

\$ 2.700

Jalapeños (20 gr)

\$ 1.000

Maíz tierno (40 gr)

\$ 900

Pepinillos (20gr)

\$ 1.000

Tomate (50 gr)

\$ 1.000

Vegetales (40 gr)

\$ 1.000

OTROS

Porción de Papas

\$ 3.700

mediana (140 gr)

\$ 4.700

Porción de Papas

Grande (180 gr)

Piña (63 gr)

\$ 1.400

Queso Mozzarella (40 gr)

\$ 1.600

Queso Amarillo (20 gr)

\$ 1.600

Helado (1 bola)

\$ 1.600

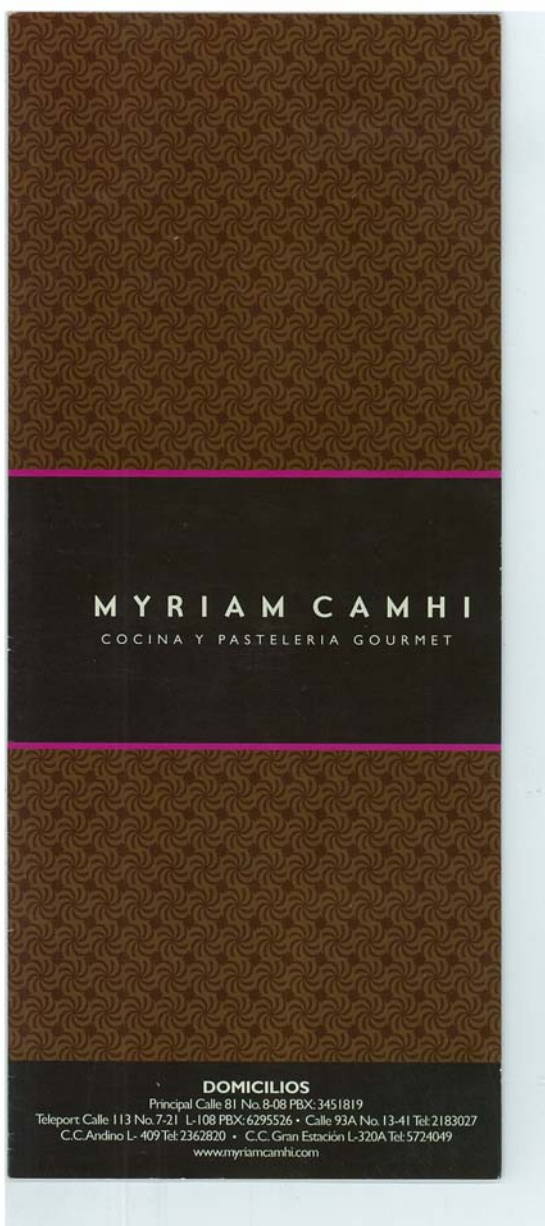
Salsa de ajo

\$ 1.000



Precios sujetos a cambios sin previo aviso

Anexo 2. Carta Myriam Camhi



bebidas

bebidas frías

Limonada Natural	\$ 4.200
Limonada Natural con Yerbabuena	\$ 4.800
Jugos Naturales	
Mandarina o naranja	\$ 6.500
Curuba, uva, mango, fresa, lulo, melón, feijoa maracuyá, guanábana y papaya	\$ 6.000
Jugos Naturales en Leche	\$ 7.200
Té Frio	\$ 2.900
Leche Fria (vaso)	\$ 2.900
Capuchino Frappé	\$ 5.200
Mocachino Frappé	\$ 6.500
Arequipe Frappé	\$ 7.200
Amaretto Frappé	\$ 7.200
Macadamia Frappé	\$ 7.200
Café Opera	
Helado y crema de ron	\$ 8.600
Café Borgia	
Hielado de chocolate y licor de naranja	\$ 8.600
Malteada	
Chocolate, fresa, oreo o vainilla	\$ 7.500
Agua Myriam Camhi (con o sin gas)	\$ 2.900
Agua Dassani	\$ 3.300
Gaseosa Botella	\$ 2.900
Gaseosa Lata	\$ 3.100
Copa de Vino de la Casa	\$ 10.500
Martini Capuchino	\$ 16.800

Cerveza Peroni	\$ 8.000
Cerveza Redd's	\$ 5.700
Cerveza Club Colombia	\$ 5.800
Cerveza Aguila Light	\$ 4.500

bebidas calientes

Café Americano	\$ 1.900
Café Latte	\$ 4.300
Expresso	\$ 2.900
Expresso Decaf	\$ 3.100
Expresso Lungo	\$ 2.900
Aromática con Hierbas Frescas	\$ 2.900
Aromática de Frutos Rojos	\$ 3.800
Capuchino	\$ 4.300
Capuchino Decaf	\$ 4.400
Carajillo	
Café y amaretto	\$ 7.200
Capuchino Irlandés	\$ 8.300
Capuchino con Amaretto	\$ 8.300
Capuchino Saborizado	
Almendras, Irish cream, macadamia, vainilla, avellanas	\$ 6.500
Mocachino	\$ 4.900
Mocachino petite	\$ 3.400
Maquiato	\$ 3.400
Maquiato Decaf	\$ 3.600
Chocolate Caliente	\$ 4.600
Té Selección de Sabores	\$ 3.800
Té en Leche	\$ 4.300

pastelería sin azúcar

Estos productos son bajos en grasa y están elaborados con sucralosa.

Trufas	\$ 2.900
Torta de Chocolate	\$ 9.500
Brownies	\$ 7.800
Cheesecake de Ricotta	\$ 9.500
Sticky de Manzana  Nuevo	\$ 9.500

Cuando pienses en azúcar usa

Todos nuestros productos están sujetos a disponibilidad diaria y según punto de venta.

sandwiches, bagels & postres

sandwiches & wraps

Maitre - Jacques

Sandwich caliente de queso mozzarella, tomate a las finas hierbas y aceite de oliva, en pan blanco o integral de la casa.....\$ 13.900

Maitre - Jaques de Pavo

Jamón de pavo, queso mozzarella, tomates y finas hierbas.....\$ 17.900

Wrap de Pavo

Jamón de pavo, lechuga, tomate y pepino enrollado en pan servilleta con salsa balsámica.....\$ 18.500

Wrap de Roastbeef

Finas tajadas de roastbeef, lechuga, tomate, aguacate y salsa miel mostaza.....\$ 17.500

Wrap de Pollo al Limón

Pechuga de pollo, lechuga, tomate y pepino con salsa de ajo.....\$ 16.900

Wrap de Falafel

Tortillas a base de trigo y habas, con lechuga, tomate, rabano y salsa taratur.....\$ 15.900

Wrap de Salmón

Ahumado, enrollado en pan servilleta con lechuga, tomate y queso crema.....\$ 18.900

Wrap de Atún

Exquisita ensalada de atún, lechuga, tomate y salsa rosada.....\$ 16.900

Wrap de Huevo

Suave ensalada de huevo, lechuga y tomate.....\$ 13.900

Wrap Vegetariano

Frescas legumbres con salsa miel mostaza.....\$ 14.900

Wrap Mejicano

Arroz, lechuga romana, tomate fresco, frijolitos, maíz, pollo a la parrilla, sour cream, pico de gallo y aguacate enrollado en pan servilleta.....\$ 17.900

Wrap Mediterráneo Nuevo

Con atún, aceitunas y paté de frijol.....\$ 16.900

Mozzarella Wrap

Caliente con queso mozzarella, tomate fresco, aceite de oliva y finas hierbas.....\$ 14.900

bagels

Bagel con Queso Crema.....\$ 9.000

Bagel con Salmón

Ahumado con queso crema al estilo myriam camhi.....\$ 19.900

Bagel con Atún

Servido con tomate fresco.....\$ 17.900

Bagel con Ensalada de Huevo

.....\$ 14.900

postres

Tiramisú de Frutas

Receta italiana de queso crema y frutos rojos.....\$ 8.200

Tiramisú de Café

Deditos de vainilla bañados en licor de café sobre nuestra deliciosa salsa inglesa.....\$ 7.800

Postre Tres Leches

Salsa tres leches sobre bizcochuelo, cubierto de merengue italiano ligeramente flambeado.....\$ 7.800

Postre de Deditos

Galletas de champagne bañadas en salsa de chocolate, salsa inglesa y crema de chantilly.....\$ 7.800

Soufflé Caliente de Chocolate y Nutella Nuevo

Con helado de vainilla.....\$ 8.200

Soufflé Caliente de Arequipe Nuevo

Irresistible fundido de arequipe.....\$ 7.800

Mousse de Dos Chocolates Nuevo

.....\$ 7.800

Crème Brulée

Cremona receta francesa caramelizada a la minuta.....\$ 7.800

Crème Brulée de Brownie Nuevo

.....\$ 7.800

Crème Brulée de Lychees Nuevo

.....\$ 9.500

Trifle Nuevo

Tradicional postre inglés con frutos rojos y crema de vainilla.....\$ 7.800

Milhoja

Crocante hojaldre de Paris, hecho en casa, relleno de crema pastelera a la vainilla.....\$ 8.200

Maria Luisa

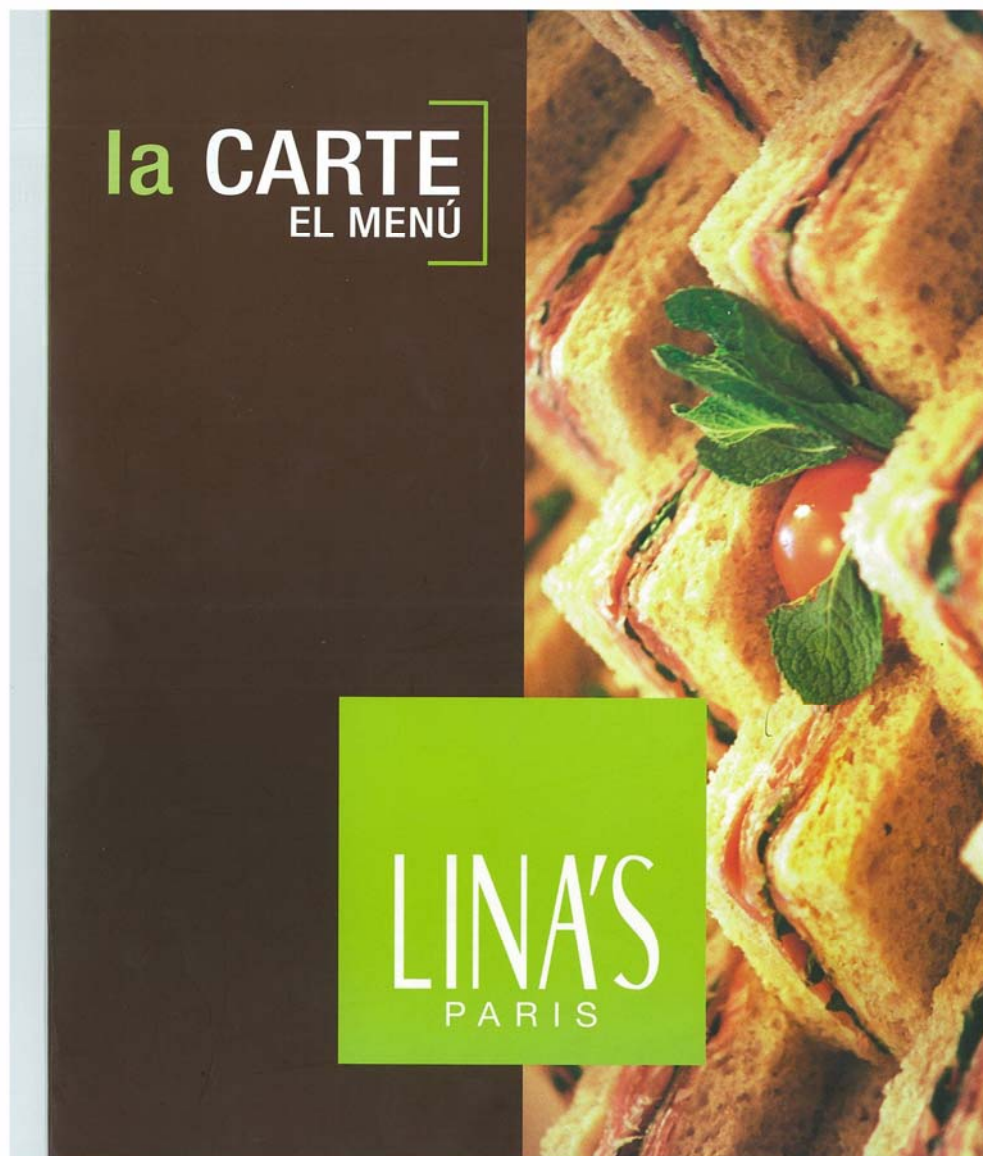
Hojaldre de guayaba, arequipe y merengue de coco.....\$ 8.200

Esponjado de Caramelo - Isla flotante

Acompañada de salsa inglesa.....\$ 8.200

Todos nuestros productos están sujetos a disponibilidad diaria y según punto de venta.

Anexo 3. Carta Lina's Paris



les SANDWICHES

LOS SANDWICHES

PREGUNTE POR NUESTRAS CAJAS LINA'S

Bacon	Tocineta crujiente.	\$ 14.900
Carpaccio	Lomo de res con rúgula y parmesano.	\$ 15.900
Crevettes	Camarones con salsa coctel.	\$ 17.600
Crevettes et Avocat	Camarones y tajadas de aguacate con salsa coctel.	\$ 18.800
Dinde	Jugosa pechuga de pavo preparada en LINA'S.	\$ 13.800
Dinde Bacon	Pavo con tocineta crujiente.	\$ 15.800
Fromage Brie		\$ 15.200
Fromage Emmental		\$ 13.200
Fromage Holandés o Mozzarella		\$ 12.600
Grilled Cheese	Queso gouda derretido, en pan integral.	\$ 9.800
Gouda Grilled	Queso gouda derretido y champiñones salteados. En pan integral	\$ 11.000
Gouda y Tomates Secos	Combinación de queso gouda con salsa de tomates secos.	\$ 14.300
Jambon Fromage Brie	Jamón y queso brie.	\$ 16.100
Jambon Fromage Emmental		\$ 14.100
Jamón y queso emmental.		\$ 13.400
Jambon Fromage Holandés o Mozzarella		\$ 13.400
Jamón y queso holandés o mozzarella.		\$ 11.500
Jambon Beurre	Jamón y mantequilla Muy Francés!	\$ 11.500
Jambon LINA'S	Jamón ahumado.	\$ 11.500
Croque Monsieur	Jamón y queso holandés gratinado en pan blanco o integral. Un clásico francés!	\$ 15.200
Croque Madame	Es el Croque Monsieur acompañado de huevo poché. Delicioso!	\$ 18.600
Le Club LINA'S (350grs)	Pavo, tocineta crujiente, jamón y queso holandés o mozzarella.	\$ 18.800
Le Club LINA'S Emmental (350grs)	Pavo, tocineta crujiente, jamón y queso emmental.	\$ 18.800

Todos los sandwiches tienen lechuga y tomate. Nuestros panes artesanales Integral, Pave, Baguette y Ciabatta son especialmente preparados para LINA'S

Le Club LINA'S Brie (350grs)	\$ 19.800
Pavo, tocineta crujiente, jamón y queso brie.	
Mozzarella Tomate y Albahaca	\$ 11.600
Oeuf Mayonnaise	\$ 10.300
Oeuf Bacon	\$ 12.900
Huevo preparación LINA'S.	
Oeuf Bacon Huevo con bacon.	
La perfecta combinación!	
Pastrami	\$ 16.900
De res con pepinillos.	
Pastrami Emmental	\$ 19.500
De res con pepinillos y queso emmental.	
Prosciutto Di Parma.	\$ 19.900
Roastbeef	\$ 13.400
Finas tajadas de res.	
Saumon Fumé	\$ 20.900
Salmon ahumado con fromage blanc.	
Thon	\$ 11.900
Atún receta LINA'S.	
Thon et Tomates Séchées	\$ 14.500
Atún receta LINA'S con salsa de tomates secos.	
Vegetariano	\$ 11.000
Variedad de vegetales salteados y fromage blanc.	

les SANDWICHES OUVERT

LOS SANDWICHES ABIERTOS

Prosciutto, Mozzarella y Salsa Pomodoro	\$ 21.500
Prosciutto con queso mozzarella caliente, salsa de tomates frescos y rúgula sobre una tostada de pan integral.	
Pollo, queso Holandés y Champiñones	\$ 18.500
Pollo salteado con queso holandés caliente y salsa de champiñones sobre una tostada de pan integral.	
Salmon y Aguacate	\$ 21.500
Salmon ahumado, tajadas de aguacate, mezcla de lechugas, alcaparras y salsa fromage, sobre una tostada de pan integral.	

En LINA'S, todas nuestras recetas son originales, elaboradas con productos frescos y 100% naturales, sin químicos ni preservativos y con la calidad del servicio LINA'S.

les SALADES

LAS ENSALADAS

	1/2 Porción	Porción
Bruschetta LINA'S		\$ 14.500
Mezcla de lechugas, tomate, mozzarella caliente sobre pan tostado y aguacate.		
Caesar	\$ 8.600	\$ 12.900
Lechuga romana, salsa de anchoas, parmesano y crutones de pan.		
con Pavo	\$ 10.600	\$ 16.800
con Pollo	\$ 10.200	\$ 16.200
con Jamón Ahumado	\$ 10.200	\$ 16.200
con Camarón	\$ 19.900	\$ 19.900
con Salmón Ahumado	\$ 13.400	\$ 21.500
Caesar Quiche		\$ 16.800
Caprese	\$ 9.900	\$ 14.600
Mozzarella, tomate y albahaca.		
Carpaccio de Salmón		\$ 22.600
Finas tajadas de salmón y vinagreta de alcaparras.		
Carpaccio de Lomo		\$ 17.900
Finas tajadas de lomo de res con rúgula y parmesano.		
Griega	\$ 11.400	\$ 16.900
Mezcla de lechugas, queso feta, pepino, tomate aceitunas negras y vinagreta balsámica.		
Mediterranea		\$ 17.900
Mezcla de lechugas, prosciutto, queso mozzarella, tomates secos aceitunas negras y vinagreta balsámica.		
Mexicana	\$ 11.500	\$ 17.300
Mezcla de lechugas con trozos de pollo, frijol negro, maíz tierno, aguacate, topos, tomate, queso holandés, un toque de jalapeño y vinagreta de cilantro.		

	1/2 Porción	Porción
Camarón, Aguacate y Maíz		\$ 19.700
Mezcla de lechugas, camarones en salsa coctel, maíz, tomate, cebolleta y aguacate.		
Nicoise	\$ 11.700	\$ 17.800
Mezcla de lechugas con trozos de atún, filetes de anchoa, papas, pimientos asados, habichuelin, huevo y tomate con vinagreta pesto.		
Pollo y Mango	\$ 10.800	\$ 16.500
Mezcla de lechugas, pollo, cuadritos de mango, queso de cabra fresco, nueces y vinagreta de mostaza y miel.		
Saumon Fumé	\$ 13.500	\$ 20.700
Mezcla de lechugas, salmón ahumado, tomate, alcaparras y fromage blanc.		
Thon	\$ 9.100	\$ 13.900
Mezcla de lechugas, atún, aceitunas negras, pepino, tomate y vinagreta balsámica.		
Cobb LINA'S		\$ 17.200
Mezcla de lechugas con cuadritos de pollo, bacón, tomate, huevo, queso mozzarella, aguacate y vinagreta de naranja.		
Mixta	\$ 7.800	\$ 11.900
Mezcla de lechugas, tomate, aguacate, apio, pepino cohombro, zanahoria y vinagreta balsámica.		
Salade de Fruits	\$ 7.800	\$ 11.900
Selección de frutas frescas.		

les EXTRAS

LOS EXTRAS

Mozzarella	\$ 3.900
Emmental	\$ 4.300
Holandés	\$ 4.300
Brie	\$ 5.100
Bacon	\$ 5.200
Pepinillos	\$ 2.300
Salsa de Anchoas	\$ 3.400
Salsa de Tomates Secos	\$ 4.400
Aguacate	\$ 2.600
Mini Ensalada Mixta	\$ 3.100

para PICAR

Variedad de Quesos con Prosciutto	\$ 28.400	Crostini con Tomate y Albahaca	\$ 2.600
Variedad de Quesos Italianos	\$ 32.000	Crostini con Mozzarella y Tomate	\$ 3.200
Chorizos Reducción de Balsámico	\$ 14.900	Crostini con Brie	\$ 4.200
Prosciutto con Melón	\$ 15.300	Crostini con Champiñón	\$ 2.900
Prosciutto con Mozzarella	\$ 19.800	Crostini con Parmesano y Pimientos Asados	\$ 3.200
Crostini con Prosciutto	\$ 4.700		



LES SOUPES ET LES QUICHES

LAS SOPAS Y LOS QUICHES



Soup Du Jour
Sopa del Día 1/2 o 1 porción
Sopa de Cebolla Gratinada
Sopa de Tomate y Albahaca
Quiche Lorraine
Quiche de Espinaca

Precio del Día
\$ 6.800
\$ 12.900
\$ 10.200
\$ 8.400
\$ 8.100

les PÂTES

LAS PASTAS

Usted puede escoger entre los siguientes tipos de pasta: Linguini, Penne y Fettucelle

1/2 Porción Porción

Camarón		\$19.900
Camarón, salsa de tomates frescos con un toque de peperoncino.		
Carbonara	\$11.400	\$18.200
Tocineta, crema de leche y queso parmesano.		
Goulash		\$17.900
Cuadritos de carne de res, tradicional receta Húngara.		
Lina's	\$ 9.600	\$15.200
Salsa de tomates frescos, mozzarella y albahaca.		
Pollo y Brócoli	\$10.600	\$17.700
Pollo, orégano, brócoli, salsa blanca o salsa de tomates frescos.		
Bolognesa	\$10.600	\$17.700
Clásica salsa Italiana a base de carne y tomate.		
Alfredo	\$11.400	\$18.200
Jamón ahumado, crema de leche y queso parmesano.		
Pomodoro	\$ 8.400	\$12.900
Salsa de tomates frescos y albahaca.		

les MENUS

LOS COMBOS

COMBO LINAS'1 \$ 10.300
1/2 Sopa de Tomate o 1/2 Ensalada Mixta y 1/2 Sandwich de Queso Holandés

COMBO LINA'S 2 \$ 12.700
1/2 Sopa de Tomate o 1/2 Ensalada Mixta y 1/2 Sandwich de Pollo, Queso Holandés y Champiñones



les DESSERTS

LOS POSTRES

Brownie con Chocolate Suizo	\$ 5.200
Crepes Rellenos de Arequipe	\$ 8.700
con Helado	
Cheese Cake	\$ 8.000
Chocoflan	\$ 8.000
Crème Brûlée	\$ 8.300
Pavlova	\$ 8.300
Moelleux Au Chocolat	\$ 9.100
Pecan Pie	\$ 8.300
Pie de Frutos Rojos	\$ 8.300
Pie de Limón o Maracuya	\$ 8.300
Tartaleta de Manzana	\$ 8.300
Tiramissu	\$ 8.800
Copa de Frutas con Yogurt y Pan de Banano	\$11.900
Copa de Yogurt con Granola	\$ 9.300

las ONCES

Galleta de Avena o Galleta LINA'S	\$ 2.700
Chocolate Chip Cookie	\$ 2.900
Rugelash de Nuez y Canela	\$ 2.600
Pain de Banano	\$ 2.800
Pain au Chocolat	\$ 2.000
Croissant	\$ 2.800

los HELADOS

Helado de Vainilla o Chocolate acompañado de:	
Mango, Salsa de Chocolate	\$ 8.800
Chocolate Chip y Salsa de Agraz	\$ 9.700
Pedacitos de Brownie, Fresas, Nueces, Salsa de Chocolate o Agraz	\$ 9.900
Fresas y Salsa de Chocolate	\$ 8.800
Vainilla, Baileys	\$10.200
Melocotones en Almibar, Salsa de Fresa y Chocolate	\$ 8.800
Affogato Helado de vainilla y espresso	\$ 6.500
Copa Niños Helado de vainilla y / o chocolate con salsa de chocolate y toppings para que decore tu propio helado.	\$ 7.800

les BOISSONS

LAS BEBIDAS

Malteada (Vainilla, chocolate, fresa)	\$ 8.300
Ice capuccino	\$ 6.400
Bières du Pays	
Club Colombia	\$ 5.300
Aguila, Aguila Light	\$ 5.300
Bières Importees	
Peroni	\$ 7.900
Eau du Pays	
Agua LINA'S	\$ 2.600
Agua Dasani	\$ 2.900
Brisa con o sin gas	\$ 2.800
Nacimiento	\$ 2.700
Eau Importees	
Perrier Natural	\$ 6.800
Perrier Limón	\$ 7.300
San Peregrino	\$ 5.900
Sodas	
Coca-Cola Botella (clásica, zero, light)	\$ 2.600
Pet 500 ml	
(Coca Cola o Sprite clásica y light, Quatro)	\$ 2.900
Manzana, Colombiana 10 onzas (clásica o light)	\$ 2.600
Ice Tea	\$ 3.900
Mister Tea (Durazno, limón)	\$ 3.300
Six Tea	
(Durazno manao, frambuesa v light)	\$ 3.500

Botella de Vino Personal	\$15.000
Luis Felipe Edwards Rosé Blanco o Tinto	
Copa de Vino	\$11.200

Bebidas Calientes

Agua Aromática	\$ 2.200
Té (Sabores)	\$ 3.600
Copa Caliente	\$ 5.600
Café	\$ 2.500
Café Latte	\$ 3.200
Capuccino	\$ 3.900
Machiatto	\$ 3.100
Moka	\$ 3.500
Tinto	\$ 2.100
Café Americano	\$ 2.700
Espresso Corto o Largo	\$ 2.900
Espresso Doble	\$ 3.200



LINA'S sirve café con la certificación RAIN FOREST ALLIANCE, que trabaja para conservar la biodiversidad y asegurar medios de vida sostenibles mediante la transformación de las prácticas de uso del suelo, las prácticas empresariales y el comportamiento del consumidor.

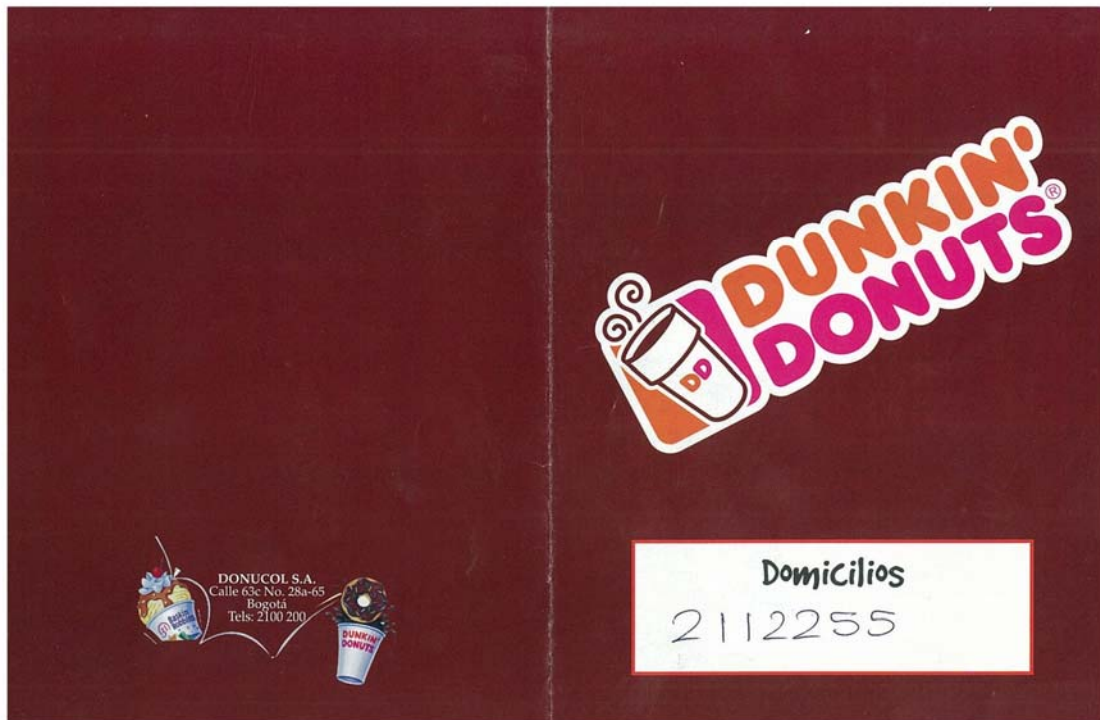
les JUS

LOS JUGOS

Jugos Naturales	\$ 4.900
(Fresa, lulo, feijoa, mango, mora)	
Mandarina o Guanábana	\$ 5.400
Jugos Mauros	\$ 3.200
(Lulo, naranja, limón)	
Limonada Natural	\$ 3.800



Anexo 4. Carta Dunkin`Donuts



Donuts

Arequipe, Fresa, Mora, Chantilly, Eclair,
Bavaria, Manzana, Limón, Boston.
Anillos Chocolate, Fantasías,
Caseras Chocolate, Miel ... Mas!

1 Donut
3 Donuts
6 Donuts
12 Donuts



Sandwiches

Sandwich
Jamón ahumado, Queso, Lechuga, Tomate, Salsa

Sandwich Especial
Lomo cerdo, Lechuga, Tomate, Salsa

Omelech
Omelette con jamón, Sausage, Queso y Verduras en
Croissant

English Muffin
Huevo Frito, Sausage o tocineta, Queso



Flats

Flat 3 quesos
Queso Cheddar, Suizo y Mozzarella

Flat Jamon y Queso Suizo

Flat Tocineta
Pavo, Tocineta, Queso Cheddar



NUEVOS

Desayunos

Continental
Jugo, Café Original, Croissant

Dunkin' Donuts
Huevos, Jugo, Café Original, Croissant

Omelech
Omelette en croissant, Sausage, Jugo, Café Original

English Muffin
Huevo, Sausage o Tocineta, Queso, Jugo, Café Original



Combos

Combo
Sandwich, Bebida, Papas, donita

Combo Especial
Sandwich Especial, Bebida, papas, Donita

Combo Espresso
Sandwich, Iced Dunkalatte

Combo Especial Espresso
Sandwich Especial, Iced Dunkalatte



Bebidas Frías

Jugo
Gaseosa
Kumis

Café Original
Cappuccino
Chocolate



Anexo 5. Tablas standar militar

LETRA CLAVE DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA		CÓDIGO	VERSIÓN
TB-04-01		01	

TABLA 1. LETRA CLAVE DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA								
TAMAÑO DEL LOTE	NIVELES DE INSPECCIÓN ESPECIALES (N.I.E.)				NIVELES DE INSPECCIÓN GENERALES (N.I.G.)			
	S-1	S-2	S-3	S-4	I	II	III	IV
2	A	A	A	A	A	A	A	B
9	A	A	A	A	A	A	B	C
16	A	A	B	B	B	C	D	E
25	A	B	B	C	C	D	E	F
51	A	B	C	C	C	E	F	G
91	A	B	C	D	D	F	G	H
151	A	B	C	D	E	G	H	I
281	A	B	C	E	F	H	I	J
501	A	C	C	E	F	G	J	K
1201	A	C	D	E	G	H	K	L
3201	A	C	D	E	G	J	L	M
10001	A	C	D	F	H	K	M	N
35001	A	D	E	G	J	L	N	P
150001	A	D	E	G	J	M	P	Q
500001	A	D	E	H	K	N	Q	R

CONTROL	
APROBADO POR	
JEFE DE ASEGURAMIENTO DE CALIDAD	

REVISIÓN: 02-06-18

PLANES DE MUESTREO SIMPLE PARA INSPECCIÓN NORMAL		CÓDIGO	VERSIÓN
TB-04-02		01	

LETRA CLAVE DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA	NIVEL ACEPTABLE DE CALIDAD (INSPECCIÓN NORMAL)																							
	0.01	0.05	0.10	0.15	0.25	0.40	0.65	1.0	1.5	2.5	4.0	6.5	10	15	25	40	65	100	150	250	400	650	1000	1500
A	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
B	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26
C	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27
D	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28
E	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29
F	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
G	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
H	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32
I	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33
J	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34
K	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35
L	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36
M	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37
N	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38
P	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39
Q	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
R	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41

CONVERSIONES

↑ = UTILIZAR EL PRIMER PLAN ENCIMA DE LA FLECHA

↓ = UTILIZAR EL PRIMER PLAN ABAJO DE LA FLECHA. SI EL TAMAÑO DE LA MUESTRA ES IGUAL O EXCEDE EL DEL LOTE, HACER INSPECCIÓN 100%

A.C. = NÚMERO DE ACEPTACIÓN

R.E. = NÚMERO DE RECHAZO

CONTROL

APROBADO POR

JEFE DE ASEGURAMIENTO DE CALIDAD

NOTA: SI CON EL PRIMER MUESTREO EL LOTE RESULTA NO CONFORME, VOLVER A REALIZAR MUESTREO DIFERENTE AL ANTERIOR Y APLICAR PLAN DE MUESTREO SIMPLE PARA INSPECCIÓN ESTRUCTA TB-04-03

REVISIÓN: 02-06-18

3 / 3
74,9%
Buscar

NIVEL DE LA MUESTRA	NIVEL ACEPTABLE DE C/															NAD (INSPECCIÓN ESTRICTA)														
	0,010	0,015	0,025	0,040	0,065	0,10	0,15	0,25	0,40	0,65	1,0	1,5	2,5	4,0	6,5	10	15	25	40	65	100	150	250	400	650	1000				
A - 2	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓				
B - 3	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓				
C - 5	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓				
D - 8	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓				
E - 13	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓				
F - 20	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓				
G - 32	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓				
H - 50	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓				
J - 80	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓				
K - 125	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓				
L - 200	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓				
M - 315	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓				
N - 500	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓				
P - 800	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓				
Q - 1250	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓				
R - 2000	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓				
S - 3150	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓				

IMPLE ESTRICTA

CONVENSIONES

↓ = UTILIZAR EL PRIMER PLAN ABAJO DE LA FLECHA. SI EL TAMAÑO DE LA MUESTRA ES IGUAL O EXCEDE EL DEL LOTE, HACER INSPECCIÓN 100%

↑ = UTILIZAR EL PRIMER PLAN ENCIMA DE LA FLECHA

A/C = NÚMERO DE ACEPTACIÓN

R/E = NÚMERO DE RECHAZO

CONTROL

PROBADO POR *[Firma]*

JEFE DE ASESURAMIENTO DE CALIDAD

REVISIÓN: 02-06-18

Anexo 6. Encuesta

POTENCIALES CLIENTES RESTAURANTE COMIDA CASUAL

Fecha: _____ Estrato: 3__ 4__ 5__ 6__

Barrio: _____

1. Con qué frecuencia visita usted un restaurante?

- ☐ Diariamente
- ☐ Varias veces a la semana
- ☐ Una vez a la semana
- ☐ Una vez al mes
- ☐ Nunca he ido

2.Cuál cree que es el mejor alternativa para ubicar un restaurante?

- | | | |
|------------------------------------|--------------------------------------|----------------------------------|
| ☐ Parque 93 | ☐ Calle 82/85 | ☐ Chía |
| ☐ Calle 72 | ☐ Calera | ☐ Usaquén |

3. Cual ha sido el medio de comunicación por el que se entera de la apertura de un nuevo restaurante?

- | | | |
|-------------------------------------|-------------------------------------|------------------------------------|
| ☐ Revistas | ☐ Periódicos | ☐ Internet |
| ☐ Televisión | ☐ Radio | ☐ Voz a voz |
| ☐ Volantes | | |

4. Con qué frecuencia sale a comer a un lugar fuera de su hogar?

- | | | |
|--|-------------------------------------|-------------------------------------|
| ☐ 1 a 2 días | ☐ 3 a 4 días | ☐ 5 a 7 días |
| ☐ Fines de semana | | |

5. Come sándwiches ricos y saludables fuera de casa?

- ☐ SI ☐ NO

6. Cuanto estaría dispuesto (a) a pagar por un sándwiches?

- ☐ \$6.000 - \$7.500 ☐ \$8.000 – 10.000 ☐ \$10.500 - \$12.500 ☐ mas de \$12.500

Anexo 7. Cotización JOSERRAGO



AVENIDA CARACAS N° 17 - 40 PBX 2436035
Tels. 318 76 30 - 608 69 90 - 608 69 91 Fax: 342 26 48
E-mail: ventas@joserrago.com.co
BOGOTÁ, D.C. - COLOMBIA

Señores
SANDRA OLIVEROS
ATT. Sandra Oliveros

Fax:

COTIZACION 13677 - 0

FECHA: 29 de julio del 2010

Detalle	Descripción	Cant.	V Unitario	V. Total
	MESA DE TRABAJO M-701 Línea modular. Mueble y entrepaño en acero inoxidable. Con salpicadero de 10 cm. Patas niveladoras en aluminio. Dimensiones: 100 x 69 x 87 cm. PLAZO DE ENTREGA:	1	\$ 991.379	\$ 991.379
	NEVERA M-13001 Fabricada en acero inoxidable. Ruedas para fácil manipulación. Termómetro digital. Graduación de temperatura. Capacidad: 19 pies cúbicos. Temperatura: 0 a 15 °C. Dimensiones: 70 x 80 x 203 cm. Potencia: 1/4 H. P., 110 V. PLAZO DE ENTREGA:	1	\$ 5.344.827	\$ 5.344.827
	FREIDOR DE 2 TANQUES M-7 Dos tanques de 10 litros c/u, dos canastillas. Sistema modular para conexión en serie. Mueble y tanque en acero inoxidable. Quemador indeformable en hierro, de alto rendimiento. Control manual de temperatura. Encendido electrónico. Dimensiones: 51 x 44 x 30 cm. Potencia: 30.000 BTU/h. A gas. PLAZO DE ENTREGA:	1	\$ 1.034.483	\$ 1.034.483
	PLANCHA ASADORA M-6 Plancha asadora grande en platina de hierro, con gratinador. Sistema modular para conexión en serie. Quemador indeformable en hierro, de alto rendimiento. Fabricada en acero inoxidable. Recolector de grasas. Encendido electrónico. Dimensiones: 80 x 44 x 22 cm. Potencia: 60.000 BTU/h. A gas. PLAZO DE ENTREGA:	1	\$ 991.379	\$ 991.379
	COCINA 6 PUESTOS M- 5107 Seis puestos grandes. Puntillas en fundición de hierro. Quemadores indeformables en hierro, de alto rendimiento. Mueble en acero inoxidable. Encendido electrónico. Dimensiones: 92 x 73 x 87 cm. Potencia: 132.000 BTU/h. PLAZO DE ENTREGA:	1	\$ 3.103.448	\$ 3.103.448

COTIZACION 13677 - 0 Hoja 1 de 2



AVENIDA CARACAS N° 17 - 40 PBX 2436035
Tels. 318 76 30 - 608 69 90 - 608 69 91 Fax: 342 26 48
E-mail: ventas@joserago.com.co
BOGOTÁ, D.C. - COLOMBIA

	HORNO DE 1 LATA PARA PAN Y PIZZA M-407 Sistema modular apilable. Termostato de seguridad. Mueble en acero inoxidable con aislamiento térmico. Encendido electrónico. Mesas opcionales: M- 623, para un horno; M- 622, para dos hornos. Dimensiones: 77 x 101 x 49 cm. Potencia: 60.000 BTU/h. A gas. PLAZO DE ENTREGA:	1	\$	2.758.621	\$	2.758.621
--	---	---	----	-----------	----	-----------

TIEMPO DE ENTREGA: A convenir
FORMA DE PAGO: CONTADO

VALOR	\$	14.224.137
SubTotal	\$	14.224.137
IVA (16%)	\$	2.275.862
Fletes	\$	0
TOTAL	\$	16.499.999

CONDICIONES GENERALES DE VENTA
Mercancia puesta en Bogotá D.C.; no incluye gastos de transporte ni instalación.

Garantía
En nuestros talleres de Bogotá D.C. 6 meses para equipos eléctricos y mecánicos, 1 año para equipos a gas.
IVA
Se cobrará de acuerdo a la tarifa vigente en el momento del despacho.

Validez de la oferta: 8 Días

Cordialmente,

Rafael Alberto Ramírez Serna

Atendido por

Anexo 8. Cotización Ventas Institucionales



ENTREGAS A 48 HORAS			
PRODUCTO	\$ DE VENTA POR KILO		
ACELGA	800	KIWI	6,500
AGUACATE EXTRA	4,300	LAUREL	10,000
AHUYAMA	560	LECHUGA BATAVIA	1,200
AJO IMPORTADO	2,800	LECHUGA CRESPA	4,100
AJO VERDE NACIONAL	5,600	LECHUGA MORADA	4,000
ALBAHACA	7,000	LIMON TAHITI	3,500
APIO	600	LIMONARIA	2,800
AROMATICAS	2,400	LULO	4,000
ARRACACHA	1,500	MANDARINA ARRAYANA	2,800
ARVEJA CON CASCARA	4,200	MANGO AZUCAR	1,800
ARVEJA DESGRANADA	8,100	MANGO TOMY	1,800
BANANO CRIOLLO	1,400	MANZANA ROJA IMPORTADA	5,000
BANANO URABA	1,100	MANZANA ROYAL GALA	3,800
BERENJENA	3,300	MANZANILLA	3,000
BREVAS	6,300	MARACUYA	2,800
BROCOLI	1,500	MAZORCA CON AMERO	4,000
CALABACIN	450	MAZORCA DESGRANADA	5,500
CALABAZA	1,200	MAZORCA SIN AMERO	4,500
CARAMBOLO	5,600	MELON	1,900
CEBOLLA ROJA	3,500	MORA	3,000
CEBOLLA CABEZONA BLANCA	2,500	MUTE	3,000
CEBOLLA LARGA LIMPIA	2,400	NARANJA TANGELO	1,600
CEBOLLA PUERRO	4,800	NARANJA VALENCIA	1,500
CEBOLLIN	8,400	OREGANO	14,000
CHAMPINONES	12,500	PAPA CRIOLLA	2,500
CILANTRO	3,500	PAPA PASTUSA SIN LAVAR	1,800
CIRUELA NACIONAL	3,000	PAPA PASTUSA LAVADA	2,400
CIRUELA IMPORTADA	6,000	PAPA R 12 SIN LAVAR	2,000
COCO	2,800	PAPA R 12 LAVADA	2,600
COLIFLOR	1,600	PAPA SABANERA	2,800
CUBIOS	1,600	PAPAYA MARADOL	2,500
CURUBA	1,800	PAPAYUELA	3,000
DURAZNO NACIONAL	4,200	PATILLA	800
DURAZNO IMPORTADO	6,500	PEPINO COHOMBRO	1,800
ESPINACA	1,900	PEPINO GUIZO	2,200
FEIJOA	5,000	PERA NACIONAL	3,600
FRESA EXTRA	4,500	PEREJIL CRESPO	2,900
FRIJOL DESGRANADO	4,900	PIMENTON	2,500
GRANADILLA	3,400	PINA CAYENA	1,600
GUASCAS	2,900	PINA PEROLELA	800
GUATILA	1,400	PITAYA	3,500
GUAYABA PERA	2,100	PLATANO COLICERO	1,400
HABAS DESGRANADA	4,800	PLATANO MADURO	1,550
HABICHUELA	2,400	PLATANO MADURO	1,550
HIERBABUENA	2,000	RABANO ROJO	2,200
HIGOS	5,600	RAIZ CHINA	3,800
		REMOLACHA	1,400
		REPOLLO BLANCO	500
		REPOLLO MORADO	800
		TALLOS	2,000
		TOMATE CHERRY	6,000
		TOMATE CHONTO	2,000
		TOMATE DE ARBOL	2,900
		TOMATE MILANO	2,200
		TOMILLO	7,000
		UCHUVA LIMPIA	3,280
UVA IMPORTADA	7,500		
UVA ISABELLA	3,500		
YUCA LLANERA	1,200		
YUCA ARMENIA	1,500		
ZANAHORIA	550		
ZUKINI AMARILLO	4,900		
ZUKINI VERDE	2,600		

Anexo 9. Normas Sanitarias para el montaje de restaurantes en Bogotá – Alcaldía Mayor de Bogotá

CAPÍTULO II

Equipos y utensilios

Artículo 10º.- Condiciones Generales. Los equipos y utensilios utilizados en el procesamiento, fabricación, preparación, de alimentos dependen del tipo de alimento, materia prima o insumo, de la tecnología a emplear y de la máxima capacidad de producción prevista. Todos ellos deben estar diseñados, contruidos, instalados y mantenidos de manera que se evite la contaminación del alimento, facilite la limpieza y desinfección de sus superficies y permitan desempeñar adecuadamente el uso previsto.

Artículo 11º.- Condiciones Específicas. Los equipos y utensilios utilizados deben cumplir con las siguientes condiciones específicas:

- a. Los equipos y utensilios empleados en el manejo de alimentos deben estar fabricados con materiales resistentes al uso y a la corrosión, así como a la utilización frecuente de los agentes de limpieza y desinfección;
- b. Todas las superficies de contacto con el alimento deben ser inertes bajo las condiciones de uso previstas, de manera que no exista interacción entre éstas o de éstas con el alimento, a menos que éste o los elementos contaminantes migren al producto, dentro de los límites permitidos en la respectiva legislación. De esta

forma, no se permite el uso de materiales contaminantes como: plomo, cadmio, zinc, antimonio, hierro u otros que resulten de riesgo para la salud;

c. Todas las superficies de contacto directo con el alimento deben poseer un acabado liso, no poroso, no obstante y estar libres de defectos, grietas, intersticios u otras irregularidades que puedan atrapar partículas de alimentos o microorganismos que afectan la calidad sanitaria del producto. Podrá emplearse otras superficies cuando exista una justificación tecnológica específica;

d. Todas las superficies de contacto con el alimento deben ser fácilmente accesibles o desmontables para la limpieza e inspección;

e. Los ángulos internos de las superficies de contacto con el alimento deben poseer una curvatura continua y suave, de manera que puedan limpiarse con facilidad;

f. En los espacios interiores en contacto con el alimento, los equipos no deben poseer piezas o accesorios que requieran lubricación ni roscas de acoplamiento u otras conexiones peligrosas;

g. Las superficies de contacto directo con el alimento no deben recubrirse con pinturas u otro tipo de material desprendible que represente un riesgo para la inocuidad del alimento;

h. En lo posible los equipos deben estar diseñados y contruidos de manera que se evite el contacto del alimento con el ambiente que lo rodeo;

- i. Las superficies exteriores de los equipos deben estar diseñadas y construidas de manera que faciliten su limpieza y eviten la acumulación de suciedades, microorganismos, plagas u otros agentes contaminantes del alimento;
- j. Las mesas y mesones empleados en el manejo de alimentos deben tener superficies lisas, con bordes sin aristas y estar construidas con materiales resistentes, impermeables y lavables;
- k. Los contenedores o recipientes usados para materiales no comestibles y desechos, deben ser a prueba de fugas, debidamente identificados, contruidos de metal u otro material impermeable, de fácil limpieza y de ser requerido provistos de tapa hermética. Los mismos no pueden utilizarse para contener productos comestibles;
- l. Las tuberías empleadas para la conducción de alimentos deben ser de materiales resistentes, inertes, no porosas, impermeables y fácilmente desmontables para su limpieza. Las tuberías fijas se limpiarán y desinfectarán mediante la recirculación de las sustancias previstas para este fin.

Artículo 12º.- Condiciones de Instalación y Funcionamiento. Los equipos y utensilios requerirán de las siguientes condiciones de instalación y funcionamiento:

- a. Los equipos deben estar instalados y ubicados según la secuencia lógica del proceso tecnológico, desde la recepción de las materias primas y demás ingredientes, hasta el envasado y embalaje del producto terminado;

- b. La distancia entre los equipos y las paredes perimetrales, columnas u otros elementos de la edificación, debe ser tal que les permita funcionar adecuadamente y facilite el acceso para la inspección, limpieza y mantenimiento;
- c. Los equipos que se utilicen en operaciones críticas para lograr la inocuidad de un alimento, deben estar dotados de los instrumentos y accesorios requeridos para la medición y registro de las variables del proceso. Así mismo, deben poseer dispositivos para captar muestras del alimento;
- d. Las tuberías elevadas no deben instalarse directamente por encima de las líneas de elaboración, salvo en los casos tecnológicamente justificados y en donde no exista peligro de contaminación del alimento;
- e. Los equipos utilizados en la fabricación de alimentos podrán ser lubricados con sustancias permitidas y empleadas racionalmente, de tal forma que se evite la contaminación del alimento.

CAPÍTULO III

Personal manipulador de alimentos

Artículo 13º.- Estado de Salud.

- a. El personal manipulador de alimentos debe haber pasado por un reconocimiento médico antes de desempeñar esta función. Así mismo, deberá efectuarse un reconocimiento médico cada vez que se considere necesario por razones clínicas y epidemiológicas, especialmente después de una ausencia del trabajo motivada por una infección que pudiera dejar secuelas capaces de provocar contaminación de los alimentos que se manipulan. La dirección de la

empresa tomará las medidas correspondientes para que al personal manipulador de alimentos se le practique un reconocimiento médico, por lo menos una vez al año;

b. La dirección de la empresa tomará las medidas necesarias para que no se permita contaminar los alimentos directa o indirectamente a ninguna persona que se sepa o sospeche que padezca de una enfermedad susceptible de transmitirse por los alimentos, o que sea portadora de una enfermedad semejante, o que presente heridas infectadas, irritaciones cutáneas infectadas o diarrea. . Todo manipulador de alimentos que represente un riesgo de este tipo deberá comunicarlo a la dirección de la empresa.

Artículo 14º.- Educación y Capacitación.

a. Todas las personas que han de realizar actividades de manipulación de alimentos deben tener formación en materia de educación sanitaria, especialmente en cuanto a prácticas higiénicas en la manipulación de alimentos. Igualmente deben estar capacitados para llevar las tareas que se les asignen, con el fin de que sepan adoptar las precauciones necesarias para evitar la contaminación de los alimentos;

b. Las empresas deberán tener un plan de capacitación continuo y permanente para el personal manipulador de alimentos desde el momento de su contratación y luego ser reforzado mediante charlas, cursos u otros medios efectivos de actualización. Esta capacitación estará bajo la responsabilidad de la empresa y podrá ser efectuada por esta, por personas naturales o jurídicas contratadas y por las autoridades sanitarias. Cuando el plan de capacitación se realice a través de personas naturales o jurídicas diferentes a la empresa, estas deberán contar con

la autorización de la autoridad sanitaria competente. Para este efecto se tendrá en cuenta el contenido de la capacitación, materiales y ayudas utilizadas, así como la idoneidad del personal docente.

c. La autoridad sanitaria en cumplimiento de sus actividades de vigilancia y control, verificará el cumplimiento del plan de capacitación para los manipuladores de alimentos que realiza la empresa;

d. Para reforzar el cumplimiento de las prácticas higiénicas, se han de colocar en sitios estratégicos avisos alusivos a la obligatoriedad y necesidad de su observancia durante la manipulación de alimentos;

e. El manipulador de alimentos debe ser entrenado para comprender y manejar el control de los puntos críticos que están bajo su responsabilidad y la importancia de su vigilancia o monitoreo; además, debe conocer los límites críticos y las acciones correctivas a tomar cuando existan desviaciones en dichos límites.

Artículo 15º.- Prácticas Higiénicas y Medidas de Protección. Toda persona mientras trabaja directamente en la manipulación o elaboración de alimentos, debe adoptar las prácticas higiénicas y medidas de protección que a continuación se establecen:

a. Mantener una esmerada limpieza e higiene personal y aplicar buenas prácticas higiénicas en sus labores, de manera que se evite la contaminación del alimento y de las superficies de contacto con éste;

b. Usar vestimenta de trabajo que cumpla los siguientes requisitos: De color claro que permita visualizar fácilmente su limpieza; con cierres o cremalleras y/o

broches en lugar de botones u otros accesorios que puedan caer en el alimento; sin bolsillos ubicados por encima de la cintura; cuando se utiliza delantal, este debe permanecer atado al cuerpo en forma segura para evitar la contaminación del alimento y accidentes de trabajo. La empresa será responsable de una dotación de vestimenta de trabajo en número suficiente para el personal manipulador, con el propósito de facilitar el cambio de indumentaria el cual será consistente con el tipo de trabajo que desarrolla;

c. Lavarse las manos con agua y jabón, antes de comenzar su trabajo, cada vez que salga y regrese al área asignada y después de manipular cualquier material u objeto que pudiese representar un riesgo de contaminación para el alimento. Será obligatorio realizar la desinfección de las manos cuando los riesgos asociados con la etapa del proceso así lo justifiquen;

d. Mantener el cabello recogido y cubierto totalmente mediante malla, gorro u otro medio efectivo. Se debe usar protector de boca y en caso de llevar barba, bigote o patillas anchas se debe usar cubiertas para estas;

e. Mantener las uñas cortas, limpias y sin esmalte;

f. Usar calzado cerrado, de material resistente e impermeable y de tacón bajo;

g. De ser necesario el uso de guantes, estos deben mantenerse limpios, sin roturas o desperfectos y ser tratados en el mismo cuidado higiénico de las manos sin protección. El material de los guantes, debe ser apropiado para la operación realizada. El uso de guantes no exime al operario de la obligación de lavarse las manos, según lo indicado en el literal c);

- h. Dependiendo del riesgo de contaminación asociado con el proceso será obligatorio el uso de tapabocas mientras se manipula el alimento;
- i. No se permite utilizar anillos, aretes, joyas u otros accesorios mientras el personal realice sus labores. En caso de usar lentes, deben asegurarse a la cabeza mediante bandas, cadenas u otros medios ajustables;
- j. No está permitido comer, beber o masticar cualquier objeto o producto, como tampoco fumar o escupir en las áreas de producción o en cualquier otra zona donde exista riesgo de contaminación del alimento;
- k. El personal que presente afecciones de la piel o enfermedad infectocontagiosa deberá ser excluido de toda actividad directa de manipulación de alimentos;
- l. Las personas que actúen en calidad de visitantes a las áreas de fabricación deberán cumplir con las medidas de protección y sanitarias estipuladas en el presente capítulo.

CAPÍTULO VIII

Restaurantes y establecimientos de consumo de alimentos

Artículo 36º.- Condiciones Generales. Los restaurantes y establecimientos destinados a la preparación y consumo de alimentos cumplirán con las siguientes condiciones sanitarias generales:

- a. Se localizarán en sitios secos, no inundables y en terrenos de fácil drenaje;
- b. No se podrán localizar junto a botaderos de basura, pantanos, ciénagas y sitios que puedan ser criaderos de insectos y roedores;

- c. Los alrededores se conservarán en perfecto estado de aseo, libres de acumulación de basuras, formación de charcos o estancamientos de agua;
- d. Deben estar diseñados y contruidos para evitar la presencia de insectos y roedores;
- e. Deben disponer de suficiente abastecimiento de agua potable;
- f. Contarán con servicios sanitarios para el personal que labora en el establecimiento, debidamente dotados y separados del área de preparación de los alimentos;
- g. Deberán tener sistemas sanitarios adecuados, para la disposición de aguas servidas y excretas;
- h. Contarán con servicios sanitarios para uso del público, separados para hombres y mujeres, salvo a aquellos establecimientos en donde por razones de limitaciones del espacio físico no lo permita caso en el cual podrá emplearse los servicios sanitarios de uso del personal que labora en el establecimiento y los ubicados en centros comerciales.

Artículo 37º.- Condiciones Específicas del Área de Preparación de Alimentos. El área de preparación de los alimentos, cumplirá con las siguientes condiciones específicas:

- a. Los pisos deben estar contruidos con materiales que no generen sustancias o contaminantes tóxicos, residentes, no porosos, impermeables no absorbentes, no

deslizantes y con acabados libres de grietas o defectos que dificulten la limpieza, desinfección y el mantenimiento sanitario;

b. El piso de las áreas húmedas debe tener pendiente mínima del 2% y al menos un drenaje de 10 cm de diámetro por cada 40 cm² de área servida; mientras que en las áreas de baja humedad ambiental y en los depósitos, la pendiente mínima será del 1% hacia los drenajes, que requiere de al menos un drenaje por cada 90 m² de área servida;

c. Las paredes deben ser de materiales resistentes, impermeables, no absorbentes y de fácil limpieza y desinfección, además hasta una altura adecuada, las mismas deben poseer acabado liso y sin grietas, pueden recubrirse con material cerámico o similar o con pinturas plásticas de colores claros que reúnan los requisitos antes indicados;

d. Los techos deben estar diseñados de manera que se evite la acumulación de suciedad, la condensación, la formación de hongos, el desprendimiento superficial y además se facilite la limpieza y el mantenimiento;

e. Los residuos sólidos deben ser removidos frecuentemente del área de preparación de los alimentos y disponerse de manera que se elimine la generación de malos olores, el refugio y alimento para animales y plagas y que no contribuya de otra forma al deterioro ambiental;

f. Deben disponerse de recipientes, locales e instalaciones para la recolección y almacenamiento de los residuos sólidos, conforme a lo estipulado en las normas sanitarias vigentes;

g. Deberá disponerse de recipientes de material sanitario para el almacenamiento de desperdicios orgánicos debidamente tapados, alejados del lugar donde se preparan los alimentos y deberán ser removidos y lavados frecuentemente;

h. Se prohíbe el acceso de animales domésticos y la presencia de personas diferentes a los manipuladores de alimentos;

i. Se prohíbe el almacenamiento de sustancias peligrosas en la cocina o en las áreas de preparación de los alimentos.

Artículo 38º.- Equipos y Utensilios. Los equipos y utensilios empleados en los restaurantes y establecimientos de consumo de alimentos, deben cumplir con las condiciones establecidas en el capítulo II del presente Decreto.

Artículo 39º.- Operaciones de Preparación y Servido de los Alimentos. Las operaciones de preparación y servido de los alimentos cumplirán con los siguientes requisitos:

a. El recibo de insumos e ingredientes para la preparación y servido de alimentos se hará en lugar limpio y protegido de la contaminación ambiental y se almacenarán en recipientes adecuados;

b. Los alimentos o materias primas crudos tales como hortalizas, verduras, carnes, y productos hidro biológicos que se utilicen en la preparación de los alimentos deberán ser lavados con agua potable corriente antes de su preparación;

- c. Las hortalizas y verduras que se consuman crudas deberán someterse a lavados y desinfección con sustancias autorizadas;
- d. Los alimentos perecederos tales como leche y sus derivados, carne y preparados, productos de la pesca deberán almacenarse en recipientes separados, bajo condiciones de refrigeración y/o congelación y no podrá almacenarse conjuntamente con productos preparados para evitar la contaminación;
- e. El personal que está directamente vinculado a la preparación y/o servicio de los alimentos no debe manipular dinero simultáneamente;
- f. Los alimentos y bebidas expuestos para la venta deben mantenerse en vitrina, campanas plásticas, mallas metálicas o plásticas o cualquier sistema apropiado que los proteja del ambiente exterior;
- g. El servicio de los alimentos deberá hacerse con utensilios (pinzas, cucharas, etc.) según sea el tipo de alimento, evitando en todo caso el contacto del alimento con las manos;
- h. El lavado de utensilios debe hacerse con agua potable corriente, jabón o detergente y cepillo, en especial las superficies donde se pican o fraccionan los alimentos, las cuales deben estar en buen estado de conservación e higiene; las superficies para el picado deben ser de material sanitario, de preferencia plástico, nylon, polietileno o teflón;
- i. La limpieza y desinfección de los utensilios que tengan contacto con los alimentos se hará en tal forma y con elementos o productos que no generen ni dejen sustancias peligrosas durante su uso. Esta desinfección deberá realizarse

mediante la utilización de agua caliente, vapor de agua o sustancias químicas autorizadas para este efecto;

j. Cuando los establecimientos no cuenten con agua y equipos en cantidad y calidad suficientes para el lavado y desinfección, los utensilios que se utilicen deberán ser desechables con el primer uso.

Artículo 40º.- Responsabilidad. El propietario, la administración del establecimiento y el personal que labore como manipulador de alimentos, serán responsables de la higiene y la protección de los alimentos preparados y expendios al consumidor; y estarán obligados a cumplir y hacer cumplir las prácticas higiénicas y medidas de protección establecidas en el capítulo III del presente Decreto.

Parágrafo 1º.- Los manipuladores de alimentos de los restaurantes y establecimientos de consumo de alimentos deben recibir capacitación sobre manipulación higiénica de alimentos, a través de cursos a cargo de la autoridad local de salud, de la misma empresa o por personas naturales o jurídicas debidamente autorizadas por la autoridad sanitaria local. Para este efecto se tendrán en cuenta el contenido de la capacitación, materiales y ayudas utilizadas, así como la idoneidad del personal docente.

Parágrafo 2º.- La autoridad sanitaria competente en cumplimiento de sus actividades de vigilancia y control verificará el cumplimiento de la capacitación para los manipuladores de alimentos a que se refiere este artículo.

Anexo 10. Proyecciones macroeconómicas: Fuente: Cálculos grupo Bancolombia. Última actualización: 22 de Julio de 2010.



Julio 22 de 2010

Tabla Macroeconómicos Proyectados

Última actualización: 22 de julio de 2010

Cifras proyectadas:	2008	2009	2010 py	2011 py	2012 py	2013 py	2014 py
Inflación (IPC variación anual)	7.67%	2.00%	3.38%	3.80%	3.50%	3.50%	3.50%
Precio al Productor (PPP variación anual)	9.00%	-2.18%	3.84%	3.50%	3.80%	3.40%	3.40%
PIB (variación Anual)	2.73%	0.83%	4.31%	4.00%	4.00%	4.50%	4.50%
Déficit GNC (%PIB)	-2.30%	-4.10%	-4.10%	-3.80%	-3.50%	-3.00%	-3.00%
Déficit cuenta corriente (%PIB)	-2.82%	-2.15%	-2.04%	-2.50%	-2.50%	-2.50%	-2.50%
Tasa de desempleo (trece ciudades)	10.88%	12.32%	12.90%	12.50%	12.30%	12.00%	11.90%
Devaluación (TRM fin de Año)	11.60%	-8.41%	-7.14%	4.47%	-2.47%	-9.09%	2.78%
Devaluación (Promedio Anual)	-5.48%	9.75%	-11.90%	6.84%	-3.25%	-13.39%	6.08%
Precio del Dólar (\$ TRM fin de año)	2,234.00	2,045.20	1,900.00	1,985.00	1,899.00	1,780.00	1,809.00
Precio del Dólar (\$ promedio anual)	1,985.08	2,156.75	1,900.00	2,030.00	1,964.00	1,701.00	1,804.00
Euro (US\$/EUR, fin de año)	1.3071	1.4326	1.2500	1.4000	1.3600	1.4300	1.4500
DTF (E.A. fin de año)	10.12%	4.12%	3.34%	4.33%	5.88%	6.43%	6.58%
DTF (Promedio anual)	9.70%	6.14%	3.48%	3.98%	5.17%	6.15%	6.52%
Tasa de referencia BR (fin de año)	9.50%	3.50%	3.25%	4.25%	5.75%	6.50%	6.50%
Tasa de referencia FED (fin de año)	0.0-0.25	0.0-0.25	0.0-0.25	0.50%	1.50%	1.75%	2.50%
Inflación EE.UU. (IPC variación anual)	-0.80%	2.70%	0.90%	0.70%	2.40%	2.50%	2.20%
PIB EE.UU. (variación anual)	-1.90%	-2.44%	2.35%	3.13%	2.90%	2.90%	2.70%
Tasa de referencia ECB (fin de año)	2.50%	1.00%	1.00%	1.50%	3.50%	3.50%	4.00%
Inflación Zona Euro (IPC variación anual)	1.60%	0.84%	1.85%	1.70%	2.18%	2.13%	2.18%
PIB Zona Euro (variación Anual)	1.60%	-4.04%	1.05%	1.18%	2.00%	2.20%	2.10%
Tasa de referencia BoJ (fin de año)	0.10%	0.10%	0.10%	0.10%	0.75%	0.75%	1.00%
Inflación Japón (IPC variación anual)	0.40%	-1.34%	-0.70%	-0.50%	0.30%	1.00%	1.00%
PIB Japón (variación Anual)	-4.30%	-5.22%	3.23%	2.18%	2.25%	2.40%	2.40%

Fuente: Cálculos Grupo Bancolombia py.proyectado

Aunque los conceptos y opiniones contenidos en este documento han sido recopilados y elaborados de buena fe y tomando fuentes que se consideran confiables. La ORGANIZACIÓN BANCOLOMBIA no se hace responsable por las decisiones o interpretaciones que puedan efectuarse con base en la anterior información.

Favor leer las condiciones de uso al final del documento

Investigaciones.bancolombia.com
Bloomberg: BCLB

1