

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE  
COMIDA FITNESS, CON INCLUSIÓN DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD  
VISUAL, EN LA CIUDAD DE BOGOTÁ D.C.

ADRIANA LUCÍA BARÓN VALDERRAMA  
MARÍA CAMILA EDUARDA QUINTERO OJEDA

FUNDACIÓN UNIVERSIDAD DE AMÉRICA  
FACULTAD DE INGENIERÍAS  
PROGRAMA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL  
BOGOTÁ  
2016

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE  
COMIDA FITNESS, CON INCLUSIÓN DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD  
VISUAL, EN LA CIUDAD DE BOGOTÁ D.C.

ADRIANA LUCÍA BARÓN VALDERRAMA  
MARÍA CAMILA EDUARDA QUINTERO OJEDA

Proyecto Integral de Grado para optar por el título de:  
INGENIERO INDUSTRIAL

Orientador  
Florentino Moreno Salcedo  
Administrador de Empresas

FUNDACIÓN UNIVERSIDAD DE AMÉRICA  
FACULTAD DE INGENIERÍAS  
PROGRAMA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL  
BOGOTÁ  
2016

Nota de aceptación:

---

---

---

---

---

---

---

Florentino Moreno Salcedo

---

Jorge Humberto Enciso

---

Luis Jaime López Díez

Bogotá, Julio de 2016

## **DIRECTIVAS DE LA UNIVERSIDAD**

Presidente de la Universidad y Rector del Claustro

**Dr. JAIME POSADA DÍAZ**

Vicerrector de Desarrollo y Recursos Humanos

**Dr. LUIS JAIME POSADA GARCÍA-PEÑA**

Vicerrectora Académica y de Posgrados

**Ing. ANA JOSEFA HERRERA VARGAS**

Secretario General

**Dr. JUAN CARLOS POSADA GARCÍA-PEÑA**

Decano Facultad de Ingenierías

**Ing. JULIO CESAR FUENTES ARISMENDI**

Director Programa Ingeniería Industrial

**ING. JORGE EMILIO GUTIÉRREZ CANCINO**

Las directivas de la Universidad de América, los jurados calificadores y el cuerpo docente no son responsables por los criterios e ideas expuestas en el presente documento. Estos corresponden únicamente a los autores.

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo de grado es dedicado a mi madre Martha Lucía Valderrama Bohórquez, a mi padre Jairo Humberto Barón Moreno, a mi hermano Mauricio Alejandro y a mi hermana Diana Carolina, por ser los pilares en mi vida y mi apoyo incondicional, por su esfuerzo y amor en mí; además agradezco a María Camila por brindarme su amistad y conocimientos, fue un camino largo y con adversidades, pero junto a ella todo fue más sencillo, por último agradezco a Graham Niño por sus palabras de aliento y apoyo absoluto.

Adriana Lucía Barón Valderrama

Este proyecto está dedicado a mis padres Eduardo Quintero y Myriam Ojeda ya que son el apoyo fundamental en mi día a día, ellos dos son las personas que me dieron razones para continuar y no desistir en este recorrido, a mis hermanos Ángela María y Juan Eduardo ya que son un apoyo incondicional, a ellos cuatro les agradezco por el apoyo en toda mi educación, tanto académica como personal; además le doy gracias a Adriana Lucía especialmente por su absoluta confianza a lo largo de este camino.

María Camila Quintero Ojeda

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradecemos a Dios y a la virgen María por acompañarnos en este camino y permitirnos culminar esta etapa en nuestras vidas.

Gracias infinitas a nuestras familias por su apoyo incondicional y confianza depositada, por las palabras sabias, consejos necesarios, valores inculcados y recursos invertidos.

De la misma manera nuestros gratos agradecimientos al cuerpo de docentes de la Fundación Universidad de América, por ser la base de nuestra formación y brindarnos sus conocimientos, especialmente a Florentino Moreno Salcedo por su apoyo y asesoría en el desarrollo del proyecto y el Ingeniero Gonzalo Sabogal.

Finalmente, también agradecemos a nuestros compañeros de clase durante todos los semestres de Universidad, gracias por su amistad, apoyo moral y miles de recuerdos que prevalecerán en nosotras.

## CONTENIDO

	pág.
INTRODUCCIÓN	26
1. DIAGNÓSTICO	27
1.1 DIAGNÓSTICO PESTAL COLOMBIA	27
1.1.1 Factores políticos	27
1.1.1.1 Organización del Estado Colombiano	27
1.1.1.2 Reforma Tributaria	28
1.1.1.3 Legislación en materia de empleo	31
1.1.1.4 Acuerdos comerciales y de inversión	33
1.1.2 Factores económicos	34
1.1.2.1 Índice de precios al consumidor	34
1.1.2.2 Producto interno bruto	38
1.1.2.3 Producto Interno Bruto Colombia- ramas de actividad económica	40
1.1.3 Factores sociales	41
1.1.3.1 Demografía	41
1.1.3.2 Tasa de empleo y desempleo	42
1.1.3.3 Proceso de paz	42
1.1.4 Factores tecnológicos	42
1.1.4.1 Subsector TIC	42
1.1.4.2 Avances tecnológicos en Colombia	46
1.1.5 Factor medio ambiental	47
1.1.6 Factores legales	48
1.2 DIAGNÓSTICO PESTAL BOGOTÁ	49
1.2.1 Factores políticos	49
1.2.2 Factores económicos	50
1.2.2.1 Índice de precios al consumidor	50
1.2.2.2 Producto Interno Bruto	51
1.2.3 Factores sociales	54
1.2.3.1 Demografía	54
1.2.3.2 Tasa de empleo y desempleo	55
1.2.3.3 Desplazados	55
1.2.4 Factores tecnológicos	56
1.2.5 Factor medio ambiental	57
1.2.6 Factores legales	59
1.3 SUBSECTOR RESTAURANTES	59
1.3.1 Concepto restaurante	59
1.3.2 Sector restaurantes Colombia	60
1.3.3 Sector restaurantes Bogotá	61
1.3.4 Clasificación de los restaurantes	61
1.3.4.1 Tipos de restaurantes	61
1.3.4.2 Categorías de los restaurantes	62



1.4 RESTAURANTES FITNESS	63
1.5 ANÁLISIS DE INCLUSIÓN LABORAL	65
1.5.1 Análisis de inclusión laboral nivel Latinoamérica	66
1.5.2 Análisis de inclusión laboral nivel Colombia	67
1.5.3 Análisis de inclusión laboral nivel Bogotá	68
1.6 ANÁLISIS DOFA	69
2. ESTUDIO DE MERCADO	72
2.1 ESTADO ACTUAL DEL SECTOR	72
2.1.1 Caracterización del sector	72
2.1.1.1 Tasa de empleo y desempleo de la rama restaurantes	72
2.1.1.2 Consumo per cápita Bogotá	74
2.1.1.3 Comidas fuera del Hogar	77
2.1.1.4 Tasa de Cambio	77
2.1.1.5 Costos fijos y costos variables	78
2.1.1.6 Tecnología	79
2.1.1.7 Demanda	80
2.1.1.8 Competencia	80
2.1.2 Barreras de entrada	80
2.1.2.1 Barreras políticas	80
2.1.2.2 Barreras económicas	81
2.1.2.3 Barreras socio – culturales	81
2.1.2.4 Barreras tecnológicas	82
2.1.2.5 Barreras ambientales	82
2.1.2.6 Barreras legales	82
2.2 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO	84
2.2.1 Segmentación geográfica	85
2.2.2 Segmentación demográfica	86
2.2.2.1 Estrato	86
2.2.2.2 Edad	88
2.2.3 Segmentación psicográfica	90
2.2.4 Segmentación conductual	90
2.3 INVESTIGACIÓN DE MERCADO	90
2.3.1 Plan de muestreo	90
2.3.2 Tipo muestreo	91
2.3.3 Tipo de investigación	91
2.3.4 Tamaño de la muestra	91
2.3.5 Diseño de la encuesta	92
2.3.6 Análisis de la encuesta	93
2.4 ANÁLISIS DE LA DEMANDA	104
2.4.1 Demanda potencial	104
2.4.2 Demanda real	105
2.4.3 Demanda insatisfecha	105
2.4.4 Ajuste de la demanda	106
2.4.5 Pronóstico de la demanda	106

2.5 ANÁLISIS DE LA OFERTA	110
2.6 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	113
2.7 MARKETING MIX	118
2.7.1 Imagen corporativa	118
2.7.1.1 Nombre corporativo	118
2.7.1.2 Logotipo	119
2.7.1.3 Eslogan	119
2.7.2 Estrategia producto	119
2.7.3 Estrategia de servicio	120
2.7.4 Estrategia plaza	121
2.7.5 Estrategia precio	122
2.7.6 Estrategia promoción	123
2.8 RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS ESTUDIO DE MERCADO	127
3. ESTUDIO TÉCNICO	128
3.1 UBICACIÓN GEOGRÁFICA	128
3.1.1 Macro localización	128
3.1.2 Micro localización	132
3.2 FICHA TÉCNICA DE LOS PRODUCTOS Y RECETA ESTÁNDAR	135
3.3 MÉTODOS DE TRABAJO	138
3.4 ESTUDIO DE TIEMPOS	139
3.5 DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PROCESO	143
3.5.1 Descripción general del proceso para la elaboración de platos	146
3.5.2 Descripción general de recepción de materia prima	148
3.5.3 Descripción general proceso del servicio	149
3.5.4 Descripción general para selección de proveedores	152
3.6 SUMINISTROS E INSUMOS DE MATERIA PRIMA	154
3.6.1 Definir el perfil del proveedor	154
3.6.2 Matriz de posibles proveedores	154
3.6.3 Evaluación de proveedores	155
3.6.4 Política de inventarios	159
3.7 DISTRIBUCIÓN DE ESPACIOS	162
3.8 CÁLCULO DE CAPACIDADES	164
3.8.1 Capacidad del proyecto	164
3.8.1.1 Datos e información	164
3.8.1.2 Capacidad del proyecto para el año 2016	166
3.8.2 Tamaño y mercado del proyecto	167
3.9 MAQUINARIA REQUERIDA	168
3.10 MANO DE OBRA NECESARIA	169
3.11 CARACTERÍSTICAS DE LA MAQUINARIA, EQUIPO E INSUMOS	171
3.12 SEGURIDAD Y SALUD OCUPACIONAL EN EL RESTAURANTE	181
3.12.1 Elementos de seguridad	181
3.12.2 Señalización reglamentaria	183
3.12.3 Plan de seguridad	186
3.12.4 Ergonomía	187

3.13 ANÁLISIS AMBIENTAL	193
3.14 RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS ESTUDIO TÉCNICO	195
4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO	196
4.1 PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO	196
4.1.1 Misión organizacional	196
4.1.2 Visión organizacional	196
4.1.3 Valores organizacionales	196
4.1.4 Política empresarial	197
4.1.5 Objetivos corporativos	199
4.2 ORGANIGRAMA	201
4.2.1 Funciones generales del cargo	201
4.2.2 Manual de funciones	203
4.3 ADMINISTRACIÓN DEL PERSONAL	205
4.3.1 Perfil del cargo	205
4.3.2 Reclutamiento	205
4.3.3 Documentación requerida	205
4.3.4 Selección	206
4.3.5 Contratación	207
4.3.6 Inducción del personal	207
4.3.7 Dotación del personal	207
4.4 ESTRUCTURA SALARIAL	208
4.4.1 Valoración cargos restaurante “Kalú”	211
4.4.2 Salarios mensuales con Horas extra	213
4.4.3 Prestaciones sociales	215
4.4.4 Seguridad social	216
4.4.5 Nómina	219
4.5 RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS ESTUDIO ADMINISTRATIVO	221
5. ESTUDIO LEGAL	222
5.1 CONSULTAS PRINCIPALES	222
5.1.1 Tipo de empresa	222
5.1.2 Consulta tipo de sociedad	222
5.1.3 Consulta nombre de la empresa	223
5.1.4 Consulta de marca	223
5.1.5 Consulta Código Internacional Industrial Uniforme (CIIU)	223
5.2 PROCESO PARA FORMALIZACIÓN DE LA EMPRESA	224
5.2.1 Original del documento de identidad	224
5.2.2 Formulario del Registro Único Tributario RUT	224
5.2.3 Formulario del Registro Único Empresarial y Social RUES	225
5.2.4 Formulario de Registro con otras entidades	225
5.2.5 Registro de Matrícula Mercantil	226
5.2.6 Razón social	227
5.2.7 Tipo de sociedad	227
5.2.8 Objeto social	228

5.3 CÓDIGO INDUSTRIAL INTERNACIONAL UNIFORME (CIIU)	228
5.4 ACTA DE CONSTITUCIÓN	229
5.5 OBLIGACIONES DE LA ORGANIZACIÓN	229
5.6 ESTATUTO TRIBUTARIO	229
5.6.1 Impuesto sobre la renta y complementarios	230
5.6.2 Retención en la fuente	230
5.6.3 Impuesto sobre el valor agregado (IVA)	231
5.6.4 Impuesto de Industria y Comercio	231
5.7 REQUISITOS LEGALES DE FUNCIONAMIENTO	231
5.8 NORMATIVIDAD	233
5.9 RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS ESTUDIO LEGAL	235
6. EVALUACIÓN FINANCIERA	236
6.1 ÍNDICE DE PROYECCIÓN IPC	236
6.2 INVERSIÓN INICIAL	236
6.2.1 Activos fijos	236
6.2.2 Capital de trabajo	237
6.2.3 Cargos diferidos	237
6.2.3.1 Constitución de la empresa	238
6.2.3.2 Adecuaciones	238
6.3 FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO	239
6.4 DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS	241
6.5 COSTOS DE PRODUCCIÓN	243
6.5.1 Costos materia prima	243
6.5.2 Costos mano de obra directa	246
6.5.3 Costos indirectos de fabricación	248
6.5.3.1 Servicios públicos	248
6.5.3.2 Arriendo	250
6.6 PRECIO DE VENTAS E INGRESOS	255
6.7 GASTOS	258
6.7.1 Gatos administrativos	258
6.7.1.1 Gastos mano de obra	258
6.7.1.2 Servicios públicos área administrativa	259
6.7.1.3 Arriendo área administrativa	261
6.7.2 Gastos de ventas	262
6.7.2.1 Servicios públicos área de ventas	263
6.7.2.2 Arriendo área de ventas	265
6.8 FLUJO DE CAJA	266
6.9 EVALUACIÓN DE INDICADORES	268
6.9.1 Tasa interna de oportunidad (TIO)	268
6.9.2 Valor presten neto (VPN)	269
6.9.3 Tasa interna de retorno (TIR)	269
6.9.4 Periodo de recuperación de la Inversión (PRI)	270
6.9.5 Relación Beneficio costo (B/C)	271

7. CONCLUSIONES	273
8. RECOMENDACIONES	275
BIBLIOGRAFÍA	276
ANEXOS	284

## LISTA DE TABLAS

	pág.
Tabla 1. Impuesto a la riqueza	29
Tabla 2. Sobretasa impuesto CREE	30
Tabla 3. Valores IPC	35
Tabla 4. Participación mensual y anual según grupos	36
Tabla 5. Participación mensual y anual según subgrupos	37
Tabla 6. Producto Interno Bruto 2012 / I - 2015 / III series desestacionalizadas	39
Tabla 7. Variación porcentual del PIB de Colombia	40
Tabla 8. Población Colombiana	41
Tabla 9. Variación mensual, total y por grupos de bienes servicios, Bogotá	50
Tabla 10. Producto Interno Bruto Bogotá D.C.	51
Tabla 11. Variación porcentual del PIB de Bogotá D.C.	53
Tabla 12. Población Bogotá	54
Tabla 13. Niveles de empleo y desempleo Bogotá D.C.	55
Tabla 14. Indicadores trimestrales del mercado laboral.	73
Tabla 15. Consumo de alimentos per cápita, por hogar y por vivienda.	74
Tabla 16. Consumo de alimentos per cápita estratificada.	76
Tabla 17. Divisas	77
Tabla 18. Población por rango de edad	88
Tabla 19. Estrato económico	94
Tabla 20. Frecuencia visita de clientes	95
Tabla 21. Servicio de parqueadero	96
Tabla 22. Posibles visitantes del restaurante Fitness	97
Tabla 23. Personas que se alimentan de manera Fitness	98
Tabla 24. Comidas Fitness que las personas esperan encontrar	99
Tabla 25. Nueva Experiencia	100
Tabla 26. Aceptación de inclusión laboral	101
Tabla 27. Comodidad frente al servicio prestado por un discapacitado visual	102
Tabla 28. Intervalo de precios por plato	103
Tabla 29. Porcentaje de participación sector restaurantes (miles de millones \$)	107
Tabla 30. Pronóstico de la demanda	108
Tabla 31. Participación en el mercado de restaurantes Fitness en Bogotá	111
Tabla 32. Calificación de los factores críticos de éxito	116
Tabla 33. Peso de los factores críticos de éxito	116
Tabla 34. Matriz de perfil competitivo	117
Tabla 35. Resumen de costos y gastos estudio de mercado	127
Tabla 36. Calificación de los factores relevancia	130
Tabla 37. Peso de los factores de relevancia	130
Tabla 38. Matriz de Selección por localidad	131
Tabla 39. Calificación de los factores	133
Tabla 40. Peso de los factores de relevancia	134
Tabla 41. Matriz selección local	134

Tabla 42. Análisis CPM/PERT Entrada Do It	142
Tabla 43. Porcentaje por criterio	156
Tabla 44. Matriz Decisoria	158
Tabla 45. Datos generales proveedores	164
Tabla 46. Jornada laboral "Kalú"	165
Tabla 47. Tiempo efectivo para el área de producción (Min/día)	167
Tabla 48. Platos diarios a producir	167
Tabla 49. Tiempo estándar por máquina	168
Tabla 50. Máquinas necesarias	169
Tabla 51. Tiempos de producción	170
Tabla 52. Maquinaria	172
Tabla 53. Equipos tecnológicos	174
Tabla 54. Utensilios y enseres	176
Tabla 55. Muebles	180
Tabla 56. Costo Elementos de Seguridad	182
Tabla 57. Costo de la señalización de seguridad	186
Tabla 58. Resumen de costos y gastos del estudio técnico	195
Tabla 59. Dotación anual del restaurante año 2016	208
Tabla 60. Definición de los factores y grados	209
Tabla 61. Ponderación a cada factor sub-factor	210
Tabla 62. Determinación de la base puntual	210
Tabla 63. Asignación de puntos	211
Tabla 64. Valoración cargos por habilidades	211
Tabla 65. Salarios promedio referencia 2016	212
Tabla 66. Salario mensual 2016	213
Tabla 67. Salario pago hora extra 2016 - Mes	214
Tabla 68. Salario con prestaciones sociales 2016	216
Tabla 69. Salario Seguridad social pago empleador 2016	218
Tabla 70. Salario Seguridad social pago empleado 2016	219
Tabla 71. Nómina "Kalú" 2016	220
Tabla 72. Resumen de costos y gastos año 2016 estudio administrativo	221
Tabla 73. Resumen de costos y gastos del estudio legal	235
Tabla 74. Inflación cierre año, var.% anual IPC 2016-2020	236
Tabla 75. Activos fijos	237
Tabla 76. Capital de trabajo	237
Tabla 77. Constitución de la empresa	238
Tabla 78. Adecuaciones	238
Tabla 79. Total cargos diferidos	238
Tabla 80. Amortización de cargos diferidos	239
Tabla 81. Inversión inicial	239
Tabla 82. Aportes a capital	239
Tabla 83. Datos generales crédito	240
Tabla 84. Amortización del crédito	241
Tabla 85. Depreciación activos fijos	242
Tabla 86. Total depreciación activos fijos por área	243

Tabla 87. Porcentaje anual demanda ajustada	243
Tabla 88. Cantidad de productos a producir por año	244
Tabla 89. Costo de la materia prima	245
Tabla 90. Proyección sueldo mano de obra directa	247
Tabla 91. Costo total mano de obra directa	247
Tabla 92. Costo gas natural área de producción 2016	248
Tabla 93. Proyección costo gas natural área de producción	248
Tabla 94. Costo energía eléctrica área de producción 2016	249
Tabla 95. Proyección costo energía eléctrica área de producción	249
Tabla 96. Costo agua área de producción 2016	249
Tabla 97. Proyección costo agua área de producción	250
Tabla 98. Proyección costo arriendo área de producción (21%)	250
Tabla 99. Total costos indirectos de fabricación	250
Tabla 100. Costos de producción anual	251
Tabla 101. Proyección costos MOD y CIF anual/ unidad	251
Tabla 102. Costos de producción unitario entradas y platos fuertes	252
Tabla 103. Costos de producción unitario bebidas y postres	253
Tabla 104. Costos de producción por producto anual	254
Tabla 105. Margen de utilidad esperado	255
Tabla 106. Precio de venta años	256
Tabla 107. Ingresos totales años	257
Tabla 108. Proyección sueldo mano de obra administrativa	259
Tabla 109. Costo total mano de obra administrativa	259
Tabla 110. Costo energía eléctrica área administrativa 2016	260
Tabla 111. Proyección costo energía eléctrica área administrativa	260
Tabla 112. Costo agua área administrativa 2016	260
Tabla 113. Proyección costo agua área administrativa	261
Tabla 114. Proyección costo arriendo área administrativa (15%)	261
Tabla 115. Total gastos administrativos	261
Tabla 116. Proyección sueldo mano de obra ventas	262
Tabla 117. Costo total mano de obra ventas	263
Tabla 118. Costo energía eléctrica área de ventas 2016	263
Tabla 119. Proyección costo energía eléctrica	264
Tabla 120. Costo agua área de ventas 2016	265
Tabla 121. Proyección costo agua área de ventas	265
Tabla 122. Proyección costo arriendo área de ventas (64%)	265
Tabla 123. Total gastos ventas	265
Tabla 124. Flujo de caja	267
Tabla 125. DTF	268
Tabla 126. Tasa interna de oportunidad	268



## LISTA DE IMÁGENES

	<b>pág.</b>
Imagen 1. Organización del Estado Colombiano	28
Imagen 2. Cadena de valor del sector TIC	45
Imagen 3. Organización Alcaldía mayor de Bogotá	49
Imagen 4. Mapa ciudad de Bogotá y sus localidades.	85
Imagen 5. Logotipo	119
Imagen 6. Menú	120
Imagen 7. Cuenta en Facebook	124
Imagen 8. Cuenta en Instagram	124
Imagen 9. Página Web Oficial	125
Imagen 10. Código QR	126
Imagen 11. Extintor tipo k	181
Imagen 12. Botiquín	182
Imagen 13. Señales de prohibición	184
Imagen 14. Señales obligatorias	184
Imagen 15. Señales de peligro o advertencia	185
Imagen 16. Señales informativas	185
Imagen 17. Certificado homonimia para nombres de establecimientos	223
Imagen 18. Pago matrícula mercantil para constitución de la empresa	227

## LISTA DE GRÁFICOS

	pág.
Gráfico 1. Valores IPC	35
Gráfico 2. Participación mensual y anual según grupos	36
Gráfico 3. Participación mensual y anual según subgrupos	38
Gráfico 4. Producto Interno Bruto 2012 / I - 2015 / III	39
Gráfico 5. Variación porcentual del PIB de Colombia	40
Gráfico 6. Población Colombiana	41
Gráfico 7. Variación, contribución, participación mensual y anual según grupos	51
Gráfico 8. Producto Interno Bruto Bogotá D.C. variación anual	52
Gráfico 9. Variación porcentual del PIB de Bogotá D.C.	53
Gráfico 10. Población Bogotá	54
Gráfico 11. Niveles de empleo y desempleo Bogotá D.C.	55
Gráfico 12. Indicadores trimestrales del mercado laboral.	73
Gráfico 13. Consumo de alimentos per cápita, por hogar y por vivienda.	74
Gráfico 14. Consumo de alimentos per cápita estratificada.	77
Gráfico 15. Divisas	78
Gráfico 16. Población por rango de edad	89
Gráfico 17. Estrato económico	94
Gráfico 18. Frecuencia visita de clientes	95
Gráfico 19. Servicio de parqueadero	96
Gráfico 20. Posibles visitantes del restaurante Fitness	97
Gráfico 21. Personas que se alimentan de manera Fitness	98
Gráfico 22. Comidas Fitness que las personas esperan encontrar	99
Gráfico 23. Nueva Experiencia	100
Gráfico 24. Aceptación de inclusión laboral	101
Gráfico 25. Comodidad frente al servicio prestado por un discapacitado visual	102
Gráfico 26. Intervalo de precios por plato	103
Gráfico 27. Pronóstico de la demanda anual	109
Gráfico 28. Participación en el mercado de restaurantes Fitness en Bogotá	112
Gráfico 29. Crecimiento de restaurantes Fitness por año	115
Gráfico 30. Línea promedio de salarios	212
Gráfico 31. Inversión inicial	239
Gráfico 32. Flujo de caja	266

## LISTA DE CUADROS

	pág.
Cuadro 1. Salarios 2016	32
Cuadro 2. Acuerdos comerciales y de inversión	33
Cuadro 3. Normatividad ambiental	47
Cuadro 4. Normatividad legal	48
Cuadro 5. Legislación ambiental	58
Cuadro 6. Legislación del sector gastronómico	59
Cuadro 7. Análisis DOFA	70
Cuadro 8. Normas integrales de protección a la discapacidad en Colombia	84
Cuadro 9. Localidades con estratos 4,5 y 6 en Bogotá D.C.	87
Cuadro 10. Características competencia directa	113
Cuadro 11. Factores críticos de éxito	115
Cuadro 12. Factores de relevancia para la selección de la localidad	129
Cuadro 13. Inmuebles seleccionados	132
Cuadro 14. Factores importantes para selección del local	133
Cuadro 15. Método de trabajo plato "Huamantanga"	139
Cuadro 16. Esquema de actividades para hallar tiempos	141
Cuadro 17. Matriz posibles proveedores	155
Cuadro 18. Criterios de calificación a proveedores	156
Cuadro 19. Escalas de valoración	157
Cuadro 20. Política de inventarios	160
Cuadro 21. Requisitos de planta Norma NTS-USMA 008	162
Cuadro 22. Cargos Restaurante "Kalú"	169
Cuadro 23. Clasificación de la señalización de seguridad	183
Cuadro 24. Plan de seguridad	186
Cuadro 25. Plan de evacuación	187
Cuadro 26. Aspectos ergonómicos en los puestos de trabajo	189
Cuadro 27. Análisis ambiental	193
Cuadro 28. Políticas del restaurante "Kalú"	198
Cuadro 29. Plan estratégico restaurante "Kalú"	199
Cuadro 30. Remuneración horas extra	213
Cuadro 31. Prestaciones sociales	215
Cuadro 32. Seguridad social	217
Cuadro 33. Pasos para registrar una marca	223
Cuadro 34. Pasos para consultar el Código CIU	224
Cuadro 35. Documentos requeridos para el RUT	225
Cuadro 36. Integración registros RUES	225
Cuadro 37. Beneficios Sociedad por Acciones Simplificada	228
Cuadro 38. Requisitos acta de constitución	229
Cuadro 39. Obligación tributaria	231
Cuadro 40. Requisitos de funcionamiento	232
Cuadro 41. Normatividad	234



## LISTA DE ECUACIONES

	<b>pág.</b>
Ecuación 1. Tamaño de la muestra	91
Ecuación 2. Capacidad del proyecto	166
Ecuación 3. Capacidad máxima diaria	166
Ecuación 4. Máquinas necesarias	168
Ecuación 5. Mano de obra necesaria	170
Ecuación 6. Distribución de puntos por progresión aritmética	210
Ecuación 7. Anualidad	241
Ecuación 8. Método de línea recta	242
Ecuación 9. Precio de venta	255
Ecuación 10. Valor presente neto	269
Ecuación 11. PRI	270
Ecuación 12. Relación Costo/beneficio	271

## LISTA DE DIAGRAMAS

	<b>pág.</b>
Diagrama 1. Canal de distribución	122
Diagrama 2. Flujo general del proceso	144
Diagrama 3. Flujo elaboración de platos	146
Diagrama 4. Flujo de recepción de materia prima	148
Diagrama 5. Flujo general proceso de servicio	150
Diagrama 6. Flujo selección de proveedores	153
Diagrama 7. Ciclo de compras del abastecimiento	161

## LISTA DE PLANOS

	<b>pág.</b>
Plano 1. Distribución de Espacio "Kalú"	163

## LISTA DE ANEXOS

	<b>pág.</b>
Anexo A. Proceso de validación (Encuesta)	284
Anexo B. Menú restaurante	289
Anexo C. Cotizaciones estudio de mercado	293
Anexo D. Fotos locales para arrear	295
Anexo E. Fichas técnicas y receta estándar de los platos del menú	299
Anexo F. Métodos de trabajo de los productos del restaurante “Kalú”	313
Anexo G. Diagramas de procesos	319
Anexo H. Tiempos de preparación CPM/PERT	334
Anexo I. Fichas técnicas maquinaria	349
Anexo J. Cotizaciones maquinaria, equipo e insumos	352
Anexo K. Fichas técnicas indicadores plan estratégico	373
Anexo L. Cotizaciones tercerización de cargos	375
Anexo M. Manuales de funciones	377
Anexo N. Costo de la dotación del personal	387
Anexo Ñ. Asignación y variación de puntos por factor y cargos	397
Anexo O. Liquidación salarios 2017-2021	400
Anexo P. Registro único tributario (RUT)	404
Anexo Q. Registro único empresarial y social (RÚES)	406
Anexo R. Acta de constitución	409
Anexo S. Cotizaciones de costos y gastos estudio legal	415



## RESUMEN

La creación de un restaurante de comida Fitness, con inclusión laboral a personas con discapacidad visual en la ciudad de Bogotá D.C., es posible gracias a la necesidad de alimentarse de manera Fitness de los capitalinos y a la falta de inclusión de las organizaciones hacia las personas con discapacidad visual; en el proyecto se diseñan las instalaciones del restaurante, las cuales cubren las necesidades de los clientes externos e internos, garantizando la seguridad industrial y salud ocupacional; la mano de obra del proyecto será de excelente calidad, debido a la selección y capacitación de los empleados de la empresa, realizados en el proyecto, además de la plataforma estratégica creada para garantizar un clima organizacional ideal, se investigó el área legal para cumplir con los requerimientos necesarios y obligatorios para la puesta en marcha del negocio, finalmente se realizó un estudio financiero para demostrar la rentabilidad económica del proyecto.

El estudio financiero realizado por las autoras del proyecto logró resultados financieros rentables y en crecimiento, con una tasa interna de oportunidad (TIO) de 12,66%, un valor presente neto (VPN) de \$158.219.000 y una tasa interna de retorno (TIR) del 41,275%, valores que aseguran la factibilidad de invertir en esta idea de negocio.

Palabras claves: fitness, discapacidad visual, inclusión.

## INTRODUCCIÓN

Actualmente existen en Bogotá 22.000 restaurantes que brindan todo tipo de comida, de los cuales son escasos los que ofrecen alimentos balanceados y sanos; las personas que buscan alimentarse fuera de su hogar y desean este tipo de comida, les es difícil encontrar un sitio que les brinde este servicio con diferentes productos que satisfagan sus necesidades.

Comer sano es una tendencia, comienza por cuidarse y alimentarse de forma adecuada, a través de los alimentos se ingieren los nutrientes necesarios que hacen funcionar adecuadamente el cuerpo y que regulan las funciones del organismo; por lo cual existe un nicho de mercado insatisfecho que busca comida fitness (saludable).

El término Fitness se define de manera general como salud física, a través de una forma de vida, asimismo la cultura Fitness se considera un estilo de vida, donde se involucran una alimentación balanceada, una actividad física regular, además de un descanso fisiológico-mental y actualmente se involucra el Fitness virtual, a Colombia la tendencia Fitness llego a finales del año 2011.

Por otro lado Colombia actualmente presenta un índice de desconocimiento frente a las personas con discapacidad visual, el cual lleva a comportamientos de indiferencia y rechazo, esto se debe a la cultura colombiana que impone una barrera entre las personas del “común” y las personas con algún tipo de discapacidad.

Debido a la falta de aceptación, estas personas enfrentan una problemática en su vida laboral, ya que aun estando preparados académicamente no existe suficiente oferta en el mercado de trabajo por parte de las organizaciones.

El presente estudio de factibilidad va dirigido a la creación de un restaurante de comida fitness, con inclusión laboral a personas con discapacidad visual; de esta manera brindar disponibilidad de empleo y aportar económicamente al sub sector, además servirá como guía para aquellas personas interesadas en la creación de un restaurante.

El restaurante en proyecto, presenta una nueva idea en el mercado, innovadora, atractiva para los posibles clientes, busca romper con los esquemas tradicionales; para el proyecto se desarrolló un diagnóstico, un estudio de mercado, estudio técnico, estudio administrativo, estudio legal y estudio financiero, con el fin de evaluar cada área que afecta el proyecto y cumplir con los objetivos debidamente planteados.

## 1. DIAGNÓSTICO

En este capítulo se realizará un diagnóstico general de Colombia y Bogotá, en el cual se analizan factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambientales y legales, los cuales permiten al lector identificar características específicas del entorno actual del país, seguido de un análisis del sector restaurantes, continuando con un análisis de la inclusión a personas con discapacidad visual, finalizando con un análisis DOFA del sector.

### 1.1 DIAGNÓSTICO PESTAL COLOMBIA

Se desarrollará un diagnóstico de dicho sector en Colombia estudiando los factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambientales y legales que afectan el desarrollo del proyecto.

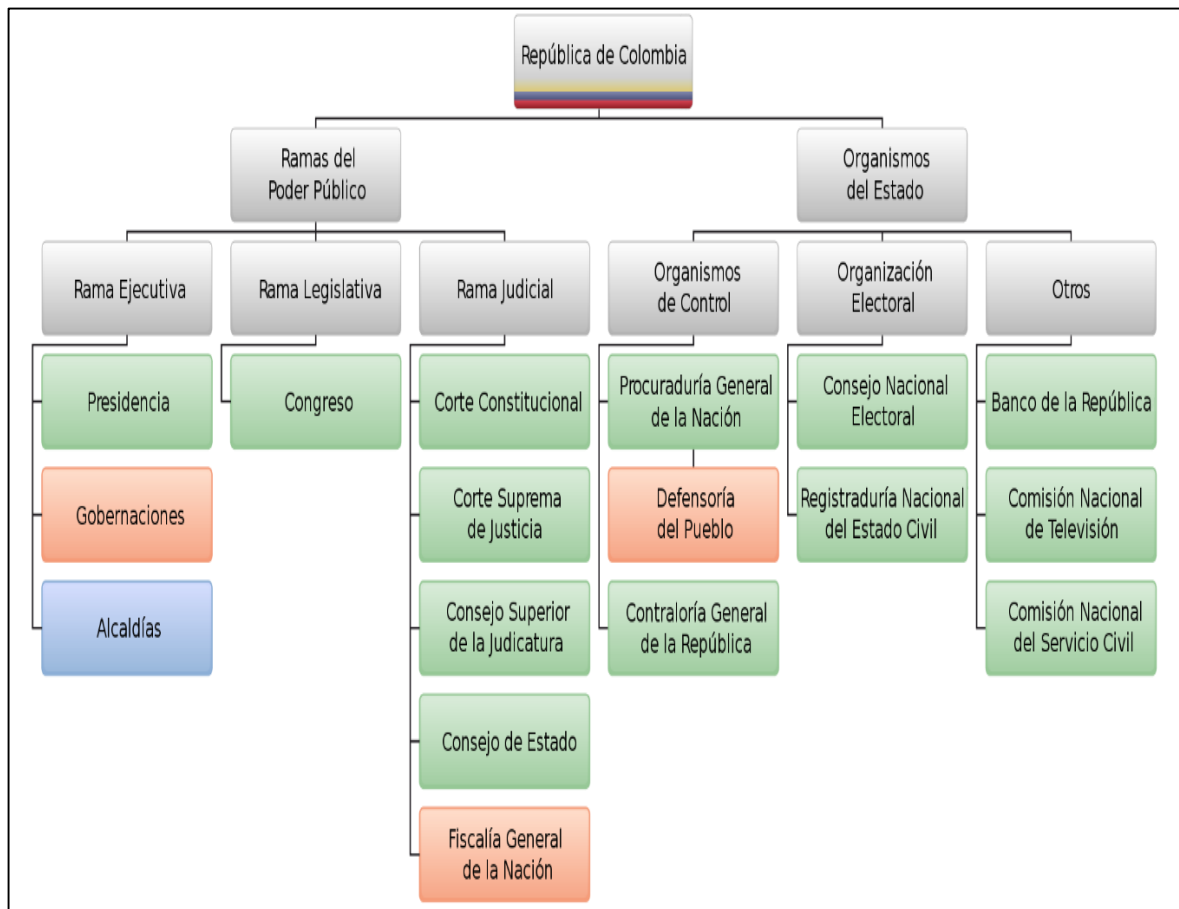
**1.1.1 Factores políticos.** Entre los factores políticos que actualmente rigen en Colombia e intervienen en el desarrollo de este proyecto se encuentran: la organización del estado colombiano, la reforma tributaria, la legislación en materia de empleo, finalizando los actuales acuerdos comerciales.

**1.1.1.1 Organización del Estado Colombiano.** La estructura del estado colombiano está compuesta por las ramas del poder público y los organismos del estado.

Como se observa en la Imagen 1., dentro de las ramas del poder público de encuentran la rama ejecutiva, la rama legislativa y la rama judicial.

Por otra parte, los organismos del estado están conformado por los organismos de control, la organización electoral, el Banco de la República, la Comisión Nacional de Televisión y la Comisión Nacional del Servicio Civil.

**Imagen 1. Organización del Estado Colombiano**



**Fuente:** [http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/politica/organizacion\\_del\\_estado\\_colombiano](http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/politica/organizacion_del_estado_colombiano). (Consultado 04/02/2016)

**1.1.1.2 Reforma Tributaria.** El día 23 de diciembre de 2014 el Congreso de Colombia decreta la modificación de la Ley 1607 del 2012 que expedía las normas en materia tributaria en Colombia y se crea la Ley 1739 del 2014 que regirá el sistema tributario desde el año 2015 hasta el año 2018. Con la llegada de la Ley 1739 de 2014 se crea el impuesto a la riqueza el cual debe ser pagado por personas jurídicas y naturales que posean riqueza igual o mayor a \$1.000 millones de pesos colombianos. Además este impuesto no será deducible del impuesto de renta ni del CREE. Entre los años 2016 - 2018, este impuesto tendrá las siguientes tarifas para personas jurídicas y naturales, como se observa en la Tabla 1.

**Tabla 1. Impuesto a la riqueza**

AÑO – FORMA DE CONSTITUCIÓN	RANGOS DE BASE GRAVABLE EN \$		TARIFA MARGINAL	IMPUESTO
	Límite inferior	Límite superior		
Año 2016 - Personas Jurídicas	>0	<2.000.000.000	0,15%	(Base gravable) *0,15%
	> = 2. 000. 000. 000	<3.000.000.000	0,25%	«Base gravable - \$2.000.000.000) * 0,25%) + \$3.000.000
	> = 3. 000. 000. 000	<5.000.000.000	0,50%	«Base gravable \$3.000.000.000) * 0,50%) + \$5.500.000
	>=5.000.000.000	En adelante	1,00%	«Base gravable - \$5.000.000.000) *1,00%) + \$15.500.000
Año 2017 - Personas Jurídicas	>0	<2.000.000.000	0,05%	(Base gravable) *0,05%
	> = 2. 000. 000. 000	<3.000.000.000	0,10%	«Base gravable - \$2.000.000.000) , 0,10%) + \$1000.000
	> = 3. 000. 000. 000	<5.000.000.000	0,20%	«Base gravable \$3.000.000.000) ' 0,20%) + \$2.000.000
	>=5.000.000.000	En adelante	0,40%	«Base gravable - \$5.000.000.000) , 0,40%) + \$6.000.000
Personas Naturales	>0	<2.000.000.000	0,125%	(Base gravable) * 0,125%
	> = 2. 000. 000. 000	<3.000.000.000	0,35%	((Base gravable - \$2.000.000.000) * 0,35%) + \$2.500.000
	> = 3. 000. 000. 000	<5.000.000.000	0,75%	((Base gravable - \$3.000.000.000) * 0,75%) + \$6.000.000
	>=5.000.000.000	En adelante	1,50%	((Base gravable - \$5.000.000.000) * 1,50%) + \$21.000.000

**Fuente:** <http://wp.presidencia.gov.co/sitios/normativa/leyes/Paginas/leyes-2014.asp>. (Consultado 04/02/2016)

Además de la creación del impuesto a la riqueza también se crea la sobretasa al CREE. “Es importante resaltar que la base de esta sobretasa no será el CREE como tal sino la base gravable del mismo, sobre la cual liquidó dicho impuesto para el año anterior. Esta sobretasa se pagará en dos cuotas anuales a modo de anticipo”.<sup>1</sup>

Para los años 2017, 2018 y el año presente 2016 se manejará la sobretasa del impuesto CREE de la forma en que se ilustra en la Tabla 2.

**Tabla 2.** Sobretasa impuesto CREE

AÑO	RANGOS DE BASE GRAVABLE EN \$		TARIFA MARGINAL	SOBRETASA
	límite inferior	límite superior		
Año 2016	0	<800.000.000	0,0%	(Base gravable) • 0%
	>=800.000.000	En adelante	6,0%	(Base gravable - \$800.000.000) • 6,0%
Año 2017	0	<800.000.000	0,0%	(Base gravable) • 0%
	>=800.000.000	En adelante	8,0%	(Base gravable - \$800.000.000) • 8,0%
Año 2018	0	<800.000.000	0,0%	(Base gravable) • 0%
	>=800.000.000	En adelante	9,0%	(Base gravable - \$800.000.000) • 9,0%

**Fuente:** <http://wp.presidencia.gov.co/sitios/normativa/leyes/Documents/LEY%201739%20DEL%2023%20DE%20DICIEMBRE%20DE%202014>. (Consultado 04/02/2016)

Según el Banco de la República, el 4 por mil, impuesto que actualmente se aplica a los movimientos financieros pasará a una tarifa del 3 por mil en el año 2019, 2 por mil en el año 2020, 1 por 1000 en el año 2021 y desde el 1 de enero de 2022 este impuesto será derogado.

Se modifica el impuesto mínimo alternativo simple (IMAS) de empleados, el cual se aplica sobre personas naturales residentes en el país clasificado como empleados,

<sup>1</sup>COMUNIDAD CONTABLE. “Nueva reforma Tributaria, ley 1739 del 2014. Disponible en <[http://www.comunidadcontable.com/BancoNorma/N/nueva\\_reforma\\_tributaria\\_ley\\_1739\\_del\\_2014/nueva\\_reforma\\_tributaria\\_ley\\_1739\\_del\\_2014.asp?CodSeccion=106](http://www.comunidadcontable.com/BancoNorma/N/nueva_reforma_tributaria_ley_1739_del_2014/nueva_reforma_tributaria_ley_1739_del_2014.asp?CodSeccion=106)>. [En línea]. [4 de febrero de 2016].

que hayan obtenido ingresos brutos inferiores a 2.800 unidades de valor tributario y hayan poseído un patrimonio líquido inferior 12.000 unidades de valor tributario.

**1.1.1.3 Legislación en materia de empleo.** Las leyes del empleo se rigen a través del Código Sustantivo del Trabajo que fue adoptado por el Decreto Ley 2663 del 5 de agosto de 1950, donde se establecen las formas de contratación, los derechos y deberes de los trabajadores y empleadores, el concepto de salario y sus formas.

En el año 2016 el salario mínimo legal mensual vigente en Colombia es de \$ 689.454 donde tuvo un aumento del 7% (\$45.104) con respecto al año anterior. El salario integral mínimo vigente es de \$8.962.915 para el año 2016.

En el Cuadro 1. (Salarios 2016), se ilustra la información de salarios, auxilio de transporte, horas extras, horas dominicales, vacaciones, prestaciones a cargo del empleador, prestaciones a cargo de terceros y parafiscales.

El auxilio de transporte se paga a los empleados que devenguen menos de dos salarios mínimos legales mensuales vigentes, para el año 2016 este auxilio es de \$77.700 y debe ser pagado por los empleadores.

Las horas extras en la legislación Colombiana tiene la Ley 50 de 1990 Art.24, la cual dicta el valor en pesos colombianos por cada tipo de hora extra; las horas dominicales y festivos tienen un recargo adicional, por otra parte la Ley 50 Art.186 hace referencia a las vacaciones.

Las prestaciones sociales en la normatividad colombiana, son “beneficios legales que el empleador debe pagar a sus trabajadores adicionalmente al salario ordinario, para atender necesidades o cubrir riesgos originados durante el desarrollo de su actividad laboral”.<sup>2</sup> Existen prestaciones a cargo del empleador, también están las prestaciones a cargo de terceros y parafiscales.

Las prestaciones a cargo de tercero y parafiscales son: salud, pensiones, riesgos profesionales, aporte del ICBF, subsidio familiar; las cuales están regidas por leyes y decretos de la legislación colombiana como se ilustra en el Cuadro 1.

---

<sup>2</sup>UNIVERSIDAD SANTO TOMAS, “Prestaciones sociales a cargo del empleador”. Disponible en <[http://soda.ustadistancia.edu.co/enlinea/rossyquintana\\_derecholaboral/prestaciones\\_sociales\\_a\\_cargo\\_del\\_empleador.html](http://soda.ustadistancia.edu.co/enlinea/rossyquintana_derecholaboral/prestaciones_sociales_a_cargo_del_empleador.html)>. [En línea]. [10 de febrero de 2016].

**Cuadro 1. Salarios 2016**

RUBRO	DESCRIPCIÓN
Sueldos	Salario mínimo al año: Jornada Ordinaria 48 horas semanales, 8 horas diarias, con un valor de \$ 689.454,00
	Salario mínimo al día : Jornada Ordinaria Día 8 horas, con un valor de \$22.981.81
	Salario mínimo hora ordinaria: Jornada Ordinaria 6 a.m. a 10 p.m. , con un valor de \$2.872,71
	Salario mínimo hora nocturna: Jornada Nocturna 10 p.m. a 6 a.m. Valor Hora Ordinaria+35% de recargo, con un valor de \$3.878,16
Auxilio de Transporte	Se paga a quienes devenguen hasta 2 salarios mínimos mes, un valor de \$77.700,00 y al día un valor de \$2.590,00
Horas Extras	Ordinaria: Valor Hora Ordinaria+25% de recargo, con un valor de \$3.590,91
	Nocturna: Valor Hora Ordinaria+75% de recargo, con un valor de \$5.027,28
	Dominical y Festivo Ordinaria: Valor hora ordinaria +75% por festivo +25% recargo diurno, con un valor de \$5.745,46
	Dominical y Festivo Nocturno: Valor hora ordinaria +75% por festivo +75% recargo nocturno, con un valor de \$7.181,82
Dominicales	Ordinaria: Si se trabaja Hora Básica +75% de recargo, con un valor \$5.027,28
	Nocturna: Hora básica +75% recargo festivo 35% recargo nocturno
Vacaciones	Provisión mensual \$28.727, 15 días hábiles consecutivos de vacaciones remuneradas por cada año de servicios
Cesantías	Un mes de salario por cada año de servicios y proporcionalmente por fracciones de año, provisión Mensual \$63.928
Intereses de Cesantías	Intereses legales del 12% anual sobre el valor de la cesantía acumulada al 31 de diciembre de cada año, provisión Mensual \$7.670
Prima de Servicios	Un mes de salario pagaderos por semestre calendario así; 15 días el último día de junio y 15 días en los primeros 20 días de diciembre de cada año, provisión Mensual \$63.928
Dotación	Se entrega a quienes devenguen hasta \$1.378.910 (2 salarios mínimos mensuales), con más de 3 meses de servicio, Un par de zapatos y un vestido de labor Entregas así: 30 de abril, 31 de agosto, 20 de diciembre
Salud	Con la Ley 1607 de 2012, Art. 25, quedan exonerados excepcionalmente de aportes a salud: por salario mínimo mes \$86.100, empleador \$58.500, trabajador \$27.600 Las sociedades y personas jurídicas y asimiladas contribuyentes del impuesto de renta y complementarios. Las personas naturales empleadoras que tengan dos o más empleados. Requisito: No superen los 10 Salarios mínimos
Pensiones	Cotización: 16%. Empleador:12%Trabajador:4% por salario mínimo mes \$110.200, empleador \$82.600, trabajador \$27.598
Riesgos Profesionales	VALOR INICIAL Según Actividad Económica: Riesgo I \$3.600, 0.522% Riesgo II:\$7.200, 1.044% Riesgo III: \$16.800, 2.436% Riesgo IV: \$30.000, 4.350% Riesgo V: \$48.000, 6.960% A cargo del Empleador
Aporte ICBF	Aportes al ICBF y SENA: 3% ICBF, 2% SENA, 4% CAJAS, Base sobre los pagos que constituyan salario \$62.000; Las sociedades y personas jurídicas y asimiladas contribuyentes del impuesto de renta y complementarios. Las personas naturales empleadoras que tengan dos o más empleados. Requisito: No superen los 10 Salarios mínimos
Subsidio Familiar	Suma de dinero, pagos en especie y en servicios, que paga la Caja de Compensación Familiar al trabajador, se paga por las Cajas de Compensación Familiar en dinero a quienes devenguen hasta \$2.757.820 (4 salarios mínimos legales mes), Resultante del aporte que la empresa hace a las Cajas.

**Fuente:** [http://consultaslaborales.com.co/index.php?option=com\\_content&view=article&id=441:2015-12-30-00-49-00&catid=1:laboral&Itemid=86](http://consultaslaborales.com.co/index.php?option=com_content&view=article&id=441:2015-12-30-00-49-00&catid=1:laboral&Itemid=86). Consultado 04/02/2016)



**1.1.1.4 Acuerdos comerciales y de inversión.** Estos acuerdos se llevan a cabo entre dos o más países con el fin de obtener ganancias tales como inversiones en el turismo, industria e intercambios culturales, Colombia actualmente se encuentra con los acuerdos que se ilustran en el Cuadro 2.

**Cuadro 2.** Acuerdos comerciales y de inversión

ACUERDOS VIGENTES	DESCRIPCIÓN
Colombia - México - Estados Unidos	Tratado de Libre Comercio entre los Estados Unidos Mexicanos y la República de Colombia.
Colombia – Chile	El Acuerdo de Complementación Económica, el Acuerdo de Libre Comercio y el Acuerdo para la Promoción y Protección Recíproca de las Inversiones.
Colombia – Canadá	Acuerdo de Promoción Comercial entre la República de Colombia y Canadá.
Colombia - Estados Unidos	El Acuerdo de Promoción Comercial entre la República de Colombia y los Estados Unidos de América.
Colombia – Venezuela	Acuerdo de Alcance Parcial de Naturaleza Comercial AAP.C N° 28 entre la República de Colombia y la República Bolivariana de Venezuela.
Colombia – Cuba	Acuerdo de complementación económica.
Colombia – Nicaragua	Acuerdo de alcance parcial suscrito entre la República de Colombia y la República de Nicaragua.
Colombia – España	Acuerdo para la promoción y protección recíproca de inversiones.
Colombia – Japón	Acuerdo para la liberación, promoción y protección de inversión.
Colombia – Suiza	Convenio sobre la promoción protección recíproca de inversiones.
Colombia – Perú	Acuerdo sobre promoción y protección recíproca de inversión.
Colombia – China	Acuerdo bilateral para la promoción y protección de inversión.
Colombia – India	Acuerdo para la promoción y protección de inversión.
Colombia - Reino Unido	Acuerdo bilateral para la promoción y protección de inversión.
Colombia- Triángulo Norte	Tratado de Libre Comercio, entre El Salvador, Guatemala y Honduras, Con Colombia.
CARICOM	Acuerdo principal sobre comercio y cooperación económica y técnica entre la República de Colombia y la Comunidad del Caribe (CARICOM), conformada por Jamaica, Belice, Barbados, Dominica, Antigua y Barbuda, Trinidad y Tobago, Guayana, Granada, Monserrat, San Cristóbal y Nieves, Santa Lucía, San Vicente y las Granadinas, Colombia.

**Fuente:** <http://www.tlc.gov.co/>. (Consultado 04/02/2016)

**Cuadro 2.** (Continuación.)

ACUERDOS VIGENTES	DESCRIPCIÓN
CAN- MERCOSUR	Acuerdo de Complementación Económica N° 59 (ACE 59) CAN – Mercosur, conformado por Argentina, Brasil, Uruguay, Paraguay y Colombia.
Colombia - Estados AELC (EFTA)	Acuerdo de Libre Comercio entre la República de Colombia y los Estados AELC (EFTA), conformada por Dinamarca, Reino Unido, Portugal, Austria, Finlandia, Suecia, Suiza, Liechtenstein, Noruega, Islandia, y Colombia.
Colombia- Perú – Unión Europea	Acuerdo Comercial entre la Unión Europea, Colombia y Perú, los países que pertenecen a la Unión Europea actualmente son: Alemania, Austria, Bélgica, Bulgaria, Chipre, Croacia, Dinamarca, Eslovaquia, Eslovenia, España, Estonia, Finlandia, Francia, Grecia, Holanda, Hungría, Irlanda, Italia, Letonia, Lituania, Luxemburgo, Malta, Polonia, reino unido, república checa, Rumania, Suecia.
CAN	La Comunidad Andina es hoy una organización subregional con personería jurídica internacional integrada por Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú, para el beneficio económico de los países.

**Fuente:** <http://www.tlc.gov.co/>. (Consultado 04/02/2016)

Por otro lado existen negociaciones en curso como lo son con Japón, Turquía y TISA (Trade in Services Agreement); también existen acuerdos suscritos con la Alianza del Pacífico, Corea del Sur, Costa Rica, Israel y Panamá.<sup>3</sup>

**1.1.2 Factores económicos.** Entre los factores económicos se encuentra el comportamiento el Índice de Precios al Consumidor (IPC), El Producto Interno Bruto (PIB) de Colombia.

**1.1.2.1 Índice de precios al consumidor.** Según el DANE se define como “Un instrumento estadístico que permite medir la evolución a través del tiempo, de los precios de un conjunto de bienes y servicios representativo del consumo final de los hogares del país, relacionando siempre entre dos periodos de tiempo”.<sup>4</sup> Es utilizado para ajustar los precios según la inflación. Los valores del Índice de Precios al Consumidor desde el año 2011 hasta el 2015 en Colombia se presentan en la Tabla 3., y Gráfico 1.

<sup>3</sup>MINCOMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO, “Acuerdos Comerciales y de Inversión”. Disponible en < <http://www.tlc.gov.co/>>. [En línea]. [11 de febrero de 2016].

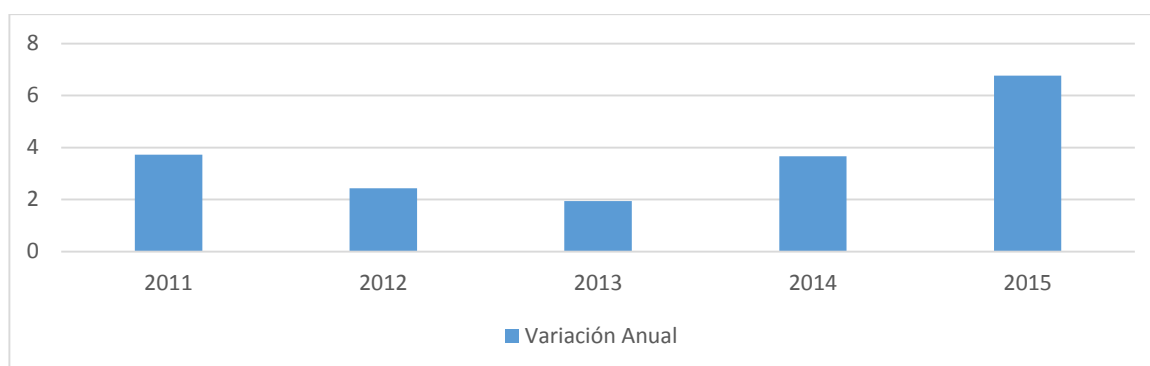
<sup>4</sup>DANE, “Índice de precios al consumidor”. Disponible en <[https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ipc/ipc\\_autocapacita.pdf](https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ipc/ipc_autocapacita.pdf)>. [En línea]. [04 de febrero de 2016].

**Tabla 3. Valores IPC**

AÑOS	VARIACIÓN %	
	Mensual	Anual
2011	0,42	3,73
2012	0,09	2,44
2013	0,26	1,94
2014	0,27	3,66
2015	0,62	6,77

**Fuente:** <http://www.dane.gov.co/index.php/precios-e-inflacion/indice-de-precios-al-consumidor>. (Consultado 04/02/2016)

**Gráfico 1. Valores IPC**



**Fuente:** <http://www.dane.gov.co/index.php/precios-e-inflacion/indice-de-precios-al-consumidor>. (Consultado 04/02/2016)

Se puede observar la variación que ha tenido a través de los años, en el año 2011 se presentó una variación anual del 3,73%, la cual decrece en los dos siguientes años (2012, 2013), para el 2014 muestra un comportamiento creciente en 3,66%, finalmente en el año 2015 incrementa el doble 6,77%, lo cual indica que al pasar los años los valores del Índice de Precios al Consumidor incrementan directamente con el comportamiento de la inflación.

“El promedio de las variaciones de los precios de los bienes y servicios que componen la canasta familiar que es adquirida por los hogares colombianos para su consumo registró en 2015 variación del 6,77%, superior en 3,11 puntos porcentuales a la registrada en 2014, cuando llegó a 3,66%”.<sup>5</sup> Por otro lado es importante para el proyecto, mirar la variación, contribución, participación de los grupos de bienes y servicios de la canasta familiar de diciembre 2015, lo mencionado anteriormente se ilustran en la Tabla 4., y Gráfico 2.

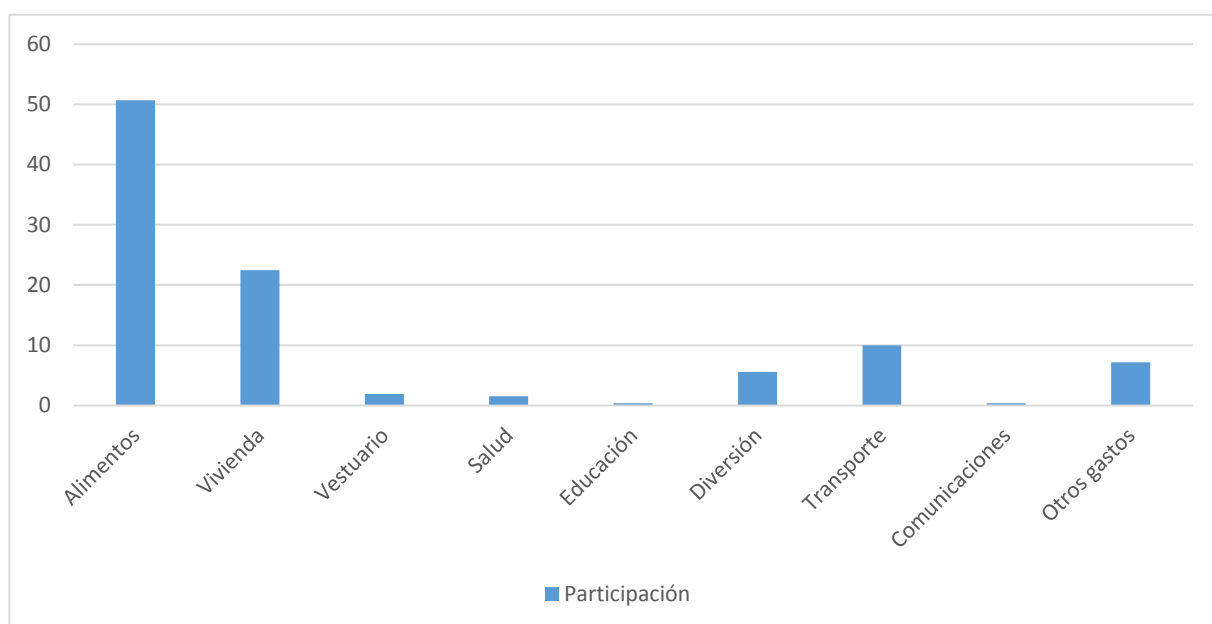
<sup>5</sup>DANE, “Índice de precios al consumidor”. Disponible en <<http://www.dane.gov.co/index.php/precios-e-inflacion/indice-de-precios-al-consumidor>>. [En línea]. [04 de febrero de 2016].

**Tabla 4.** Participación mensual y anual según grupos

GRUPOS	PONDERACIÓN	VARIACIÓN %		CONTRIBUCIÓN (PUNTOS PORCENTUALES)	PARTICIPACIÓN %
		Mensual	Anual	Mensual	Mensual
Alimentos	28,21	1,08	10,85	0,31	50,67
Vivienda	30,10	0,45	5,38	0,14	22,45
Vestuario	5,16	0,27	2,99	0,01	1,89
Salud	2,43	0,37	5,30	0,01	1,55
Educación	5,73	0,04	5,11	0,00	0,38
Diversión	3,10	1,28	4,52	0,03	5,57
Transporte	15,19	0,43	4,87	0,06	9,98
Comunicaciones	3,72	0,06	4,70	0,00	0,34
Otros gastos	6,35	0,72	6,90	0,04	7,17
Total	100	0,62	6,77	0,62	100,00

**Fuente:** <http://www.dane.gov.co/index.php/precios-e-inflacion/indice-de-precios-al-consumidor>. (Consultado 04/02/2016)

**Gráfico 2.** Participación mensual y anual según grupos



**Fuente:** <http://www.dane.gov.co/index.php/precios-e-inflacion/indice-de-precios-al-consumidor>. (Consultado 04/02/201)

“En los últimos doce meses dos grupos se ubicaron por encima del promedio nacional (6,77%): alimentos (10,85%) y otros gastos (6,90%). El resto de los grupos de gastos se ubicaron por debajo del promedio: vivienda (5,38%); salud (5,30%); educación (5,11%); transporte (4,87%); comunicaciones (4,52%) y vestuario (2,99%).

Los mayores aportes a la variación en los últimos doce meses se registraron en los grupos de: alimentos y vivienda, los cuales en conjunto contribuyeron con 4,75 puntos porcentuales al acumulado anual de dicha variación. Todos los grupos de bienes y servicios registraron crecimientos superiores al 2014”.<sup>6</sup>

“Los subgrupos que más aportaron a la variación en lo corrido del año (6,77%), fueron: gasto de ocupación (3,81%); hortalizas y legumbres (41,53%); gas y servicios públicos (9,67%); comidas fuera del hogar (5,95%) aumentando con respecto año anterior; cereales y productos de panadería (13,90%); transporte personal (5,60%); lácteos, grasas y huevos (7,39%); transporte público (4,13%); carnes y derivados de la carne (6,70%) y artículos para el aseo y cuidado personal (7,58%)”.<sup>7</sup>

En la Tabla 5., y Gráfico 3., se muestra la variación y contribución mensual y anual de algunos grupos y subgrupos de diciembre de 2015.

**Tabla 5.** Participación mensual y anual según subgrupos

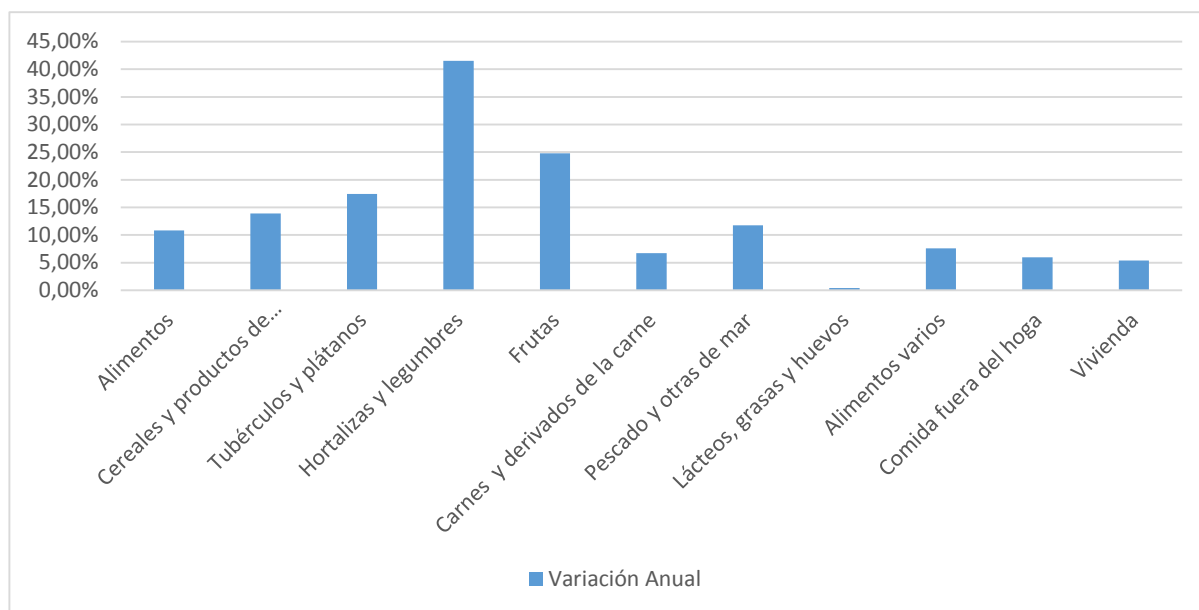
CÓDIGO	GRUPOS Y SUBGRUPOS	VARIACIÓN %		CONTRIBUCIÓN (PUNTOS PORCENTUAL)	
		Mensual	Anual	Mensual	Anual
1	Alimentos	1,08	10,85	0,31	3,06
11	Cereales y productos de panadería	0,43	13,90	0,01	0,45
12	Tubérculos y plátanos	8,60	17,46	0,09	0,17
13	Hortalizas y legumbres	-0,63	41,53	-0,01	0,73
14	Frutas	0,55	24,78	0,01	0,27
15	Carnes y derivados de la carne	1,36	6,70	0,06	0,30
16	Pescado y otras de mar	0,58	11,73	0,00	0,07
17	Lácteos, grasas y huevos	1,71	7,39	0,07	0,30
18	Alimentos varios	0,68	7,61	0,02	0,24
19	Comidas fuera del hogar	0,77	5,95	0,07	0,53
2	Vivienda	0,45	5,38	0,14	1,69

**Fuente:** [dane.gov.co/index.php/precios-e-inflacion/indice-deprecios-al-consumidor](http://dane.gov.co/index.php/precios-e-inflacion/indice-deprecios-al-consumidor).  
(Consultado 04/02/201)

<sup>6</sup>DANE, “Índice de precios al consumidor”. Disponible en <[http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ipc/bol\\_ipc\\_dic15.pdf](http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ipc/bol_ipc_dic15.pdf)> [En línea]. [04 de febrero de 2016].

<sup>7</sup> Ibíd.

**Gráfico 3.** Participación mensual y anual según subgrupos



**Fuente:** <http://www.dane.gov.co/index.php/precios-e-inflacion/indice-deprecios-al-consumidor>. (Consultado 04/02/201)

Hortalizas y legumbres presentan una variación anual del 41,53% liderando el grupo, los lácteos, grasas y huevos presentan una variación anual del 7,39%; se evidencia como el subgrupo de comidas fuera del hogar es oportuno para el proyecto a realizar, éste aporta un porcentaje del 5,95% aumentando en comparación del año anterior, potencialmente hablando es un rubro que tiende a aumentar.

**1.1.2.2 Producto interno bruto (PIB).** Es el valor total de la producción de los bienes y servicios dentro del área geográfica de un país en un período de tiempo que generalmente es un trimestre o un año.

El comportamiento del PIB durante los cuatro últimos años, ha sido creciente con excepción del tercer semestre del 2015, puesto que en el 2012-III tiene una variación año corrido del 4,4%, en el 2013-III presenta un 4,6% de variación, en 2014-III presenta una variación año corrido del 4,9% y en 2015 presenta una variación del 3,0% del año corrido, lo que significa que el PIB ha bajado, dado a la disminución porcentual del trimestre del presente año.

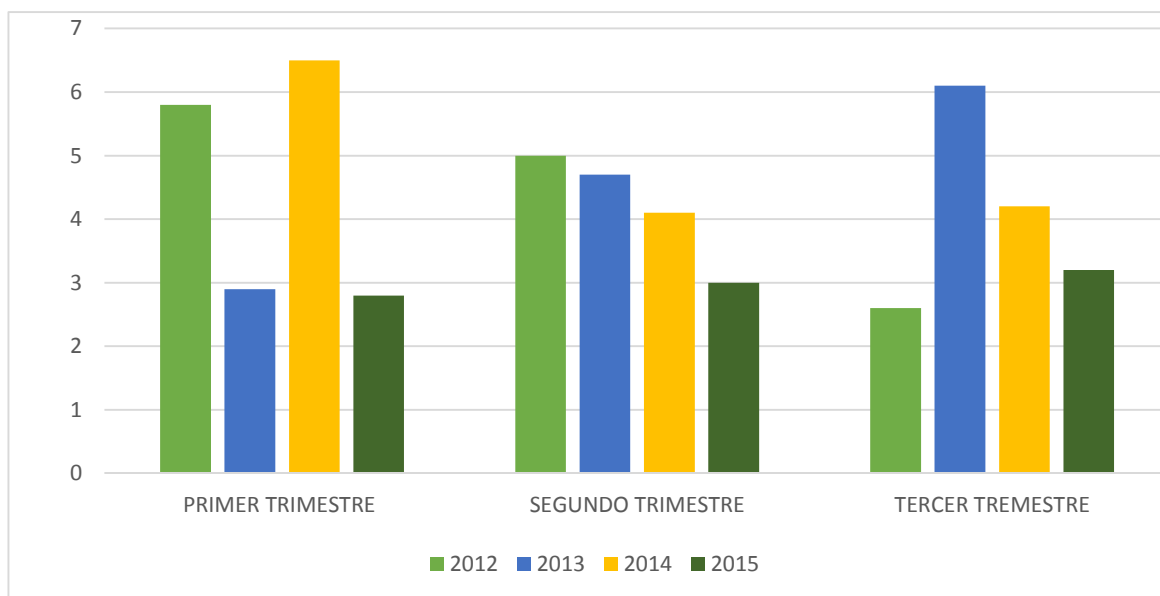
Los valores del PIB desde el año 2012 hasta el año 2015 en Colombia se presentan en la Tabla 6., y Gráfico 4.

**Tabla 6.** Producto Interno Bruto 2012 / I - 2015 / III series desestacionalizadas

PERIODO	VARIACIÓN ANUAL (%)	VARIACIÓN TRIMESTRAL (%)	VARIACIÓN AÑO CORRIDO (%)
2012-I	5,8	1,0	
II	5,0	0,8	
III	2,6	-0,3	4,4
IV	2,9	1,3	
2013-I	2,9	1,0	
II	4,7	2,6	
III	6,1	1,0	4,6
IV	6,0	1,2	
2014-I	6,5	1,5	
II	4,1	0,3	
III	4,2	1,1	4,9
IV	3,4	0,5	
2015-I	2,8	0,9	
II	3,0	0,5	
III	3,2	1,2	3,0

**Fuente:** [www.dane.gov.co/index.php/cuentas-economicas/cuentas-trimestrales](http://www.dane.gov.co/index.php/cuentas-economicas/cuentas-trimestrales).  
(Consultado 18/02/2016)

**Gráfico 4.** Producto Interno Bruto 2012 / I - 2015 / III



**Fuente:** [www.dane.gov.co/index.php/cuentas-economicas/cuentas-trimestrales](http://www.dane.gov.co/index.php/cuentas-economicas/cuentas-trimestrales).  
(Consultado 18/02/2016)

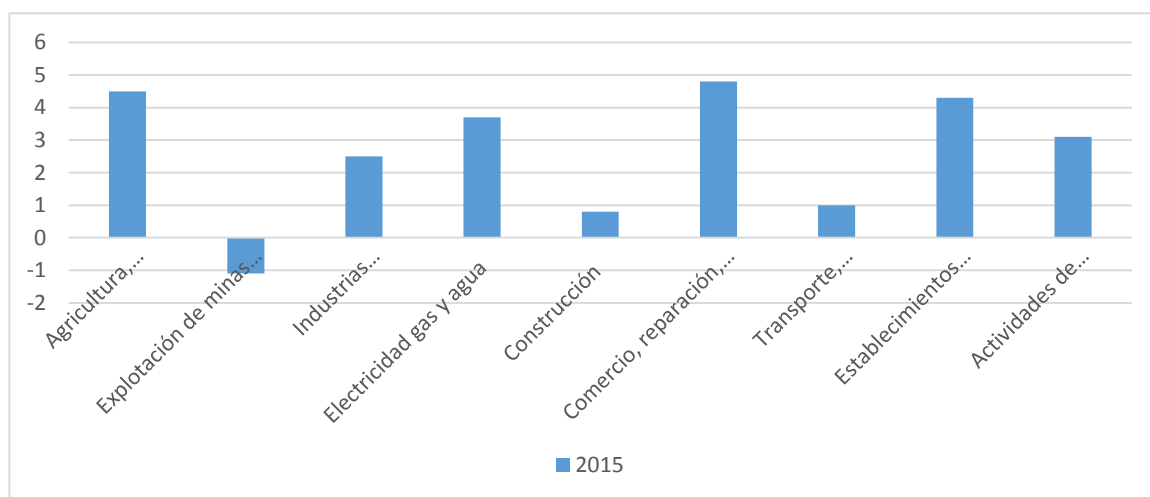
**1.1.2.3 Producto Interno Bruto Colombia- ramas de actividad económica.** La rama de comercio, reparación, hoteles y restaurantes es la actividad económica que mayor porcentaje presenta en la variación anual, con un 4,8%, por otro lado la actividad económica que presenta menor variación anual es la construcción con 0,8%, se ilustran en el Tabla 7., y Gráfico 5.

**Tabla 7.** Variación porcentual del PIB de Colombia

GRANDES RAMAS DE ACTIVIDAD ECONÓMICA	VARIACIÓN ANUAL	VARIACIÓN TRIMESTRAL	VARIACIÓN AÑO CORRIDO
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	4,5	1,1	2,9
Explotación de minas y canteras	-1,1	-2,2	1,2
Industrias manufactureras	2,5	1,8	0,0
Electricidad gas y agua	3,7	2,1	2,6
Construcción	0,8	-0,7	4,6
<b>Comercio, reparación, hoteles y restaurantes</b>	<b>4,8</b>	<b>1,8</b>	<b>2,0</b>
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	1,8	2,0	1,7
Establecimientos financieros, seguros, actividades inmobiliarias y servicios a las empresas	4,3	1,3	4,1
Actividades de servicios comunales, sociales y personales	3,1	1,2	3,0
PIB total	3,2	1,2	3,0

**Fuente:** BOLETÍN TÉCNICO. Producto Interno Bruto Trimestral Bogotá D.C. Tercer Trimestre de 2015 preliminar. Bogotá D.C. (Consultado 19/02/2016)

**Gráfico 5.** Variación porcentual del PIB de Colombia



**Fuente:** BOLETÍN TÉCNICO. Producto Interno Bruto Trimestral Bogotá D.C. Tercer Trimestre de 2015 preliminar. Bogotá D.C. (Consultado 19/02/2016)



**1.1.3 Factores sociales.** Son todas las variables que son referentes a las costumbres, genero, ubicación geográfica, gustos de las personas y que determinan el entorno en el que se va a desarrollar la empresa, en el caso en particular se analizará la demografía, la tasa de empleo y desempleo finalizando con el proceso de paz.

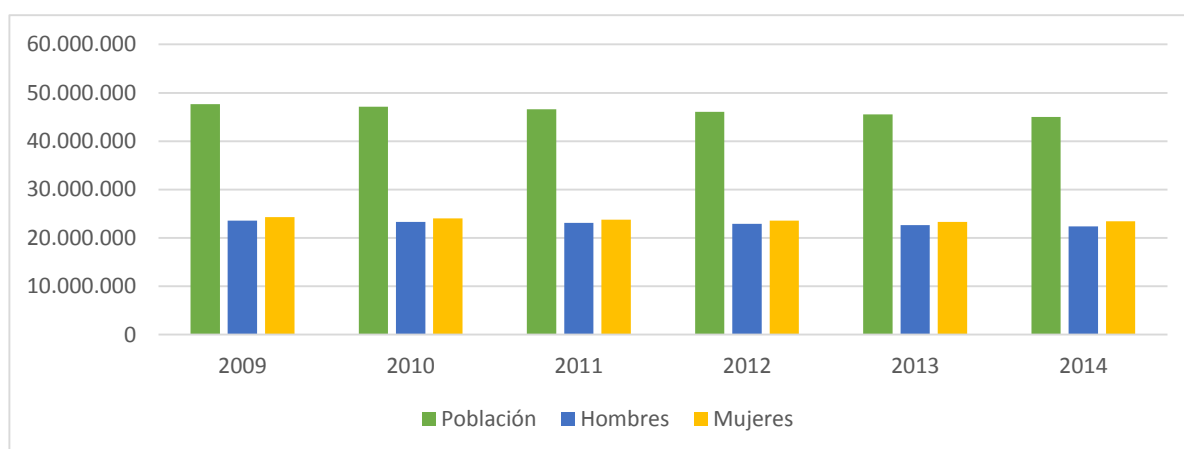
**1.1.3.1 Demografía.** Colombia puede considerarse un “país con un número de habitantes significativo, si lo comparamos con el resto de los países, ya que ocupa el puesto número 28 del ranking de 196 estados que componen la tabla de población mundial de datosmacro.com; Colombia cerró 2014 con una población de 47.662.000 personas, lo que supone un incremento de 541.000 habitantes respecto a 2013”.<sup>8</sup> La información se ilustra en la Tabla 8., y Gráfico 6., a continuación.

**Tabla 8.** Población Colombiana

FECHA	POBLACIÓN	HOMBRES	MUJERES	DENSIDAD
2014	47.662.000	23.535.505	24.255.888	42
2013	47.121.000	23.321.551	24.020.812	41
2012	46.582.000	23.101.390	23.779.628	41
2011	46.045.000	22.874.593	23.531.853	40
2010	45.510.000	22.640.899	23.277.202	40
2009	44.979.000	22.400.477	23.015.799	39

**Fuente:** <http://www.datosmacro.com/demografia/poblacion/Colombia>. (Consultado 4/02/2016)

**Gráfico 6.** Población Colombiana



**Fuente:** <http://www.datosmacro.com/demografia/poblacion/Colombia>. (Consultado 18/02/2016)

<sup>8</sup>DEMOGRAFIA COLOMBIANA. “Aspectos demográficos”. Disponible en <<http://www.datosmacro.com/demografia/poblacion/colombia>>. [En línea]. [04 de febrero de 2016].

“En 2014, la población femenina fue mayoritaria, con 24.255.888 mujeres, lo que supone el 50,75% del total, frente a los 23.535.505 hombres que son el 49,25%”.<sup>9</sup>

**1.1.3.2 Tasa de empleo y desempleo.** Según el DANE “en el año 2015 el desempleo se situó en 8,9 %, la tasa más baja de los últimos 15 años, mientras que en 2014 se ubicó en 9,1%. Las tasas de participación y ocupación también fueron las más altas en el mismo periodo con 64,7% y 59,0%, respectivamente, según los datos entregados por el Director del Departamento Administrativo Nacional de Estadística- DANE, Mauricio Perfetti del Corral.

Durante diciembre de 2015, la tasa de desempleo se ubicó en 8,6%, frente a 8,7% de diciembre de 2014, con una tasa de ocupación de 59,5% y de participación de 65,1%, lo que significa que se generaron 545 mil nuevos empleos en el país”.<sup>10</sup>

**1.1.3.3 Proceso de paz.** Colombia atraviesa por un proceso de paz incierto, el cual inicio con el presidente Juan Manuel Santos en el año 2011 el cual tiene como objetivo general: “Contribuir a la construcción social de paz, el desarrollo humano, la gobernabilidad democrática y la reconciliación a través del respaldo y fortalecimiento, nacional y territorial, de iniciativas de la sociedad civil y del Estado, promoviendo su participación en procesos políticos, económicos y sociales incluyentes, su capacidad de transformar escenarios de violencia y conflictos e incidir en la construcción de políticas públicas (nacionales, locales y sectoriales)”.<sup>11</sup>

El proceso de paz actualmente no ha culminado, ya que no han llegado acuerdos en los que ambas partes se sientan a gusto, es un proceso sin fecha límite.

**1.1.4 Factores tecnológicos.** En este ítem se hablará de la composición general del subsector TIC en Colombia y de los avances tecnológicos.

**1.1.4.1 Subsector TIC.** Pueden ser “definidas en dos sentidos: Como las tecnologías tradicionales de la comunicación, constituidas principalmente por la radio, la televisión y la telefonía convencional, y por las tecnologías modernas de la información caracterizadas por la digitalización de las tecnologías de registros de contenidos como la informática, de las comunicaciones, telemática y de las interfaces.

---

<sup>9</sup>DEMOGRAFÍA COLOMBIANA. “Aspectos demográficos”. Disponible en <<http://www.datosmacro.com/demografia/poblacion/colombia> >. [En línea]. [04 de febrero de 2016].

<sup>10</sup>DANE. “Mercado laboral”. Disponible en <<http://www.dane.gov.co/index.php/mercado-laboral/empleo-y-desempleo>>. [En línea]. [04 de febrero de 2016].

<sup>11</sup> PNUD PROGRAMA DE LA NACIONES UNIDAS PARA EL DESARROLLO EN COLOMBIA. “Paz, Desarrollo y Reconciliación”. Disponible en <[http://www.pnud.org.co/sitio.shtml?apc=&s=a&m=a&c=02003&e=A#.Vr0bM\\_nhDIU](http://www.pnud.org.co/sitio.shtml?apc=&s=a&m=a&c=02003&e=A#.Vr0bM_nhDIU)>. [En línea]. [11 de febrero de 2016].

Las TIC (tecnologías de la información y de la comunicación) son aquellas tecnologías que se necesitan para la gestión y transformación de la información, y muy en particular el uso de ordenadores y programas que permiten crear, modificar, almacenar, administrar, proteger y recuperar esa información.

Los primeros pasos hacia una Sociedad de la Información se remontan a la invención del telégrafo eléctrico, pasando posteriormente por el teléfono fijo, la radiotelefonía y, por último, la televisión. Internet, la telecomunicación móvil y el GPS pueden considerarse como nuevas tecnologías de la información y la comunicación”.<sup>12</sup>

“En el año 2010 la Comisión de Regulación de Comunicaciones – CRC, realizó una revisión del estado y evolución del sector TIC hasta ese momento en el documento Análisis del sector TIC en Colombia: Evolución y Desafíos (2010). En este resalta como el sector TIC recibe sus mayores ingresos de segmentos tradicionales como son telefonía fija y móvil, donde se evidenciaba el dominio por los dos proveedores de telecomunicaciones más grandes en el país.

De igual forma, se mostraban grandes retos al iniciar el Plan Vive Digital 2010 – 2014 como: conectar el país facilitando el acceso a internet y banda ancha a estratos bajos, por lo que se identificó la necesidad de avanzar en el componente de infraestructura del Ecosistema Digital que permitiera la evolución estos servicios.

En el año 2010, se comenzaba a observar el crecimiento potencial de servicios de valor agregado, nombre con el que se identificaban en ese momento a los servicios de datos e internet.

La cadena de valor del sector TIC se destacaba principalmente por la infraestructura que provee el acceso a los servicios de telecomunicaciones, el auge de contenidos y uso de aplicativos de software específicos donde la industria TI, tenía una proporción pequeña del mercado.

Luego de cinco años, se observa un sector evolucionado, donde las metas de política del cuatrienio 2010- 2014 se han cumplido, y donde aparecen términos como el de Economía Digital e Internet de las Cosas para ofrecer nuevos retos en el mercado”.<sup>13</sup>

---

<sup>12</sup>TIC. “Tecnologías de la información y la comunicación”. Disponible en <<https://mao9328.wordpress.com/2009/04/21/hello-world/>>. [En línea]. [11 de febrero de 2016].

<sup>13</sup>PANORAMA TIC. “Tecnologías de la información y la comunicación”. Disponible en <[http://colombiatic.mintic.gov.co/602/articles-14305\\_panoranatic.pdf](http://colombiatic.mintic.gov.co/602/articles-14305_panoranatic.pdf)>. [En línea]. [19 de febrero de 2016].

Sin embargo el crecimiento del sector TIC no se refleja dentro del Producto Interno Bruto de Colombia, “por tal razón es importante complementar a la cadena de valor del sector TIC, el componente de la industria de las plataformas digitales que emerge de la economía digital”.<sup>14</sup>

“En consecuencia, hoy la cadena de valor del sector TIC en Colombia se compone de cinco grandes dimensiones:

- La infraestructura que soporta la utilización de los servicios y productos.
- La fabricación y/o venta de los bienes TIC.
- La producción de los servicios de telecomunicaciones, donde el servicio de Internet comienza a ser el punto de surgimiento de una nueva industria.
- La industria de las plataformas digitales. Toda la cadena de valor tiene como componente transversal el conjunto de actividades.
- Investigación, desarrollo e innovación necesarios para la continua evolución del sector”.<sup>15</sup>

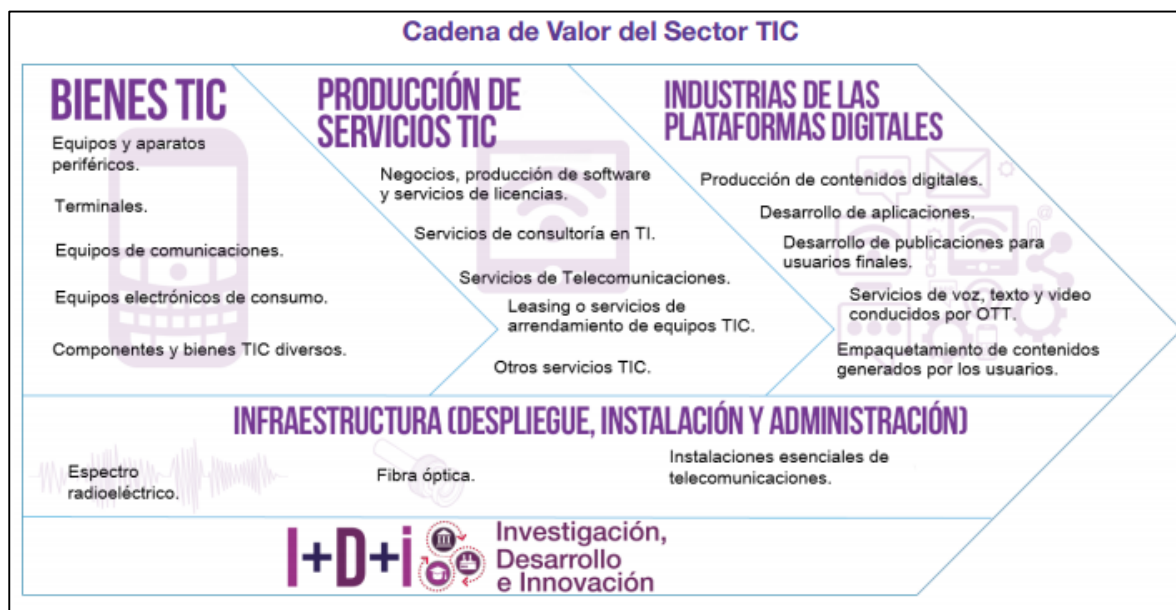
A continuación se mostrará en la Imagen 2., la cadena de valor del sector TIC.

---

<sup>14</sup>PANORAMA TIC. “Tecnologías de la información y la comunicación”. Disponible en <[http://colombiatic.mintic.gov.co/602/articles-14305\\_panoranatic.pdf](http://colombiatic.mintic.gov.co/602/articles-14305_panoranatic.pdf) >. [En línea]. [19 de febrero de 2016].

<sup>15</sup> Ibíd.

**Imagen 2.** Cadena de valor del sector TIC



**Fuente:** [http://colombiatic.mintic.gov.co/602/articles-1430145245\\_panoranatic.pdf](http://colombiatic.mintic.gov.co/602/articles-1430145245_panoranatic.pdf). (Consultado 18/02/2016)

“El componente de infraestructura es indispensable para la prestación de servicios de telecomunicaciones y prioridad para el transporte de información, en este se hace referencia en primer lugar al espectro radioeléctrico que es definido por la Agencia Nacional de Espectro, como “el medio por el cual se transmiten las frecuencias de ondas de radio electromagnéticas que permiten las telecomunicaciones (radio, televisión, Internet, telefonía móvil, televisión digital terrestre, entre otros).

En segundo lugar, la fibra óptica es el medio más utilizado en telecomunicaciones para enviar gran cantidad de información, simultáneamente con gran velocidad y calidad, ya que a través de un hilo de fibra óptica se pueden enviar millones de bits por segundo. Por último, dentro de la infraestructura se encuentran las instalaciones esenciales de telecomunicaciones, las cuales son definidas por la CRC en la Resolución 3101 de 2011 Art 30”.<sup>16</sup>

“En el componente de bienes TIC se identifican las categorías de equipos, aparatos periféricos y terminales que hacen referencia a computadores, tabletas, terminales

<sup>16</sup>PANORAMA TIC. “Tecnologías de la información y la comunicación”. Disponible en <[http://colombiatic.mintic.gov.co/602/articles-14305\\_panoranatic.pdf](http://colombiatic.mintic.gov.co/602/articles-14305_panoranatic.pdf)>. [En línea]. [19 de febrero de 2016].

de pago electrónicos, máquinas para procesamientos de datos, escáner, unidades como teclado, ratón, entre otros.

Equipos de comunicaciones como alarmas para incendios, cámaras de televisión, aparatos telefónicos para recepción de voz o datos, entre otros. Equipos electrónicos de consumo, que hacen referencia a consolas de video juegos, cámaras digitales, aparatos para grabación o reproducción de sonido, micrófonos, auriculares, amplificadores entre otros.

Dentro de la categoría componentes y bienes TIC diversos se encuentran las tarjetas de sonido, video o similares para máquinas de procesamiento automático de datos, circuitos impresos, transistores, circuitos electrónicos, tarjetas de bandas magnéticas entre otros. Y por último en la categoría de fabricación de equipos TIC se hace referencia a servicios de fabricación de tableros y componentes electrónicos, computadores, entre otros.

En resumen el componente de bienes TIC se refiere principalmente a los elementos físicos o hardware que hacen parte de un sistema informático.”<sup>17</sup>

**1.1.4.2 Avances tecnológicos en Colombia.** En Colombia los nuevos “avances tecnológicos se están revelando, año tras año, como un eficaz elemento, clave a la hora de satisfacer las nuevas necesidades de los clientes, profesionales o aficionados en todo tipo de sectores, entre ellos el de la gastronomía en general y la restauración y los hogares en concreto.

Nueva tecnología para controlar en todo momento el estado de los alimentos. El sistema, bautizado como «Intellex Freshness Management» (Gestión de frescura) permite a productores, cooperativas, distribuidores, establecimientos de venta, restaurantes y prestadores de servicios de alimentación disponer permanentemente y de forma visible de información en tiempo real sobre las condiciones de los alimentos y el respeto a la cadena de congelación, sin desempaquetar o ni siquiera descargar los palés.

El 25% de reservas online de restaurantes se realiza a través de Smartphone. Según eltenedor.es, web líder de las reservas online de restaurantes en España, el 25% de las reservas online de restaurantes se realizan a través de las aplicaciones para Smartphone.

---

<sup>17</sup>PANORAMA TIC. “Tecnologías de la información y la comunicación”. Disponible en <[http://colombiatic.mintic.gov.co/602/articles-14305\\_panoranatic.pdf](http://colombiatic.mintic.gov.co/602/articles-14305_panoranatic.pdf)>. [En línea]. [19 de febrero de 2016].

El número de reservas que se han realizado a través de los Smartphone ha sido de 175.000, desde enero 2012 a octubre 2012”.<sup>18</sup>

Para una empresa dedicada a la producción de alimentos, es vital la tecnología por el servicio al cliente, ya que este se siente más cercano a la organización generando una lealtad para la empresa, para un restaurante sería de gran ayuda un software que facilite las transacciones de pago con los proveedores y clientes, ya que hará una mejor tarea a la hora de ser efectivo y nuevas tecnologías como hornos, estufas y demás elementos tecnológicos de la cocina.

**1.1.5 Factor medio ambiental.** De acuerdo a la normatividad ambiental vigente en Colombia, los siguientes factores, deben ser tenidos en cuenta para el análisis PESTAL.

La normatividad ambiental se ilustra en el Cuadro 3.

**Cuadro 3.** Normatividad ambiental

NORMA	DESCRIPCIÓN
Ley 1466 de 2011	Comparendo ambiental a los infractores de las normas de aseo, limpieza y recolección de escombros.
Decreto 2331 de 2007	Uso racional y eficiente de la energía eléctrica.
Decreto 976 de 2006	Reglamento de protección y control de la calidad del medio ambiente.
Decreto 2811 de 1974.	Código nacional de recursos naturales renovables y de protección al medio ambiente.
Decreto 2 de 1982.	Emisiones atmosféricas.
Decreto 1594 de 1984	Usos del agua y residuos líquidos

**Fuente:** <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=184521617>.  
(Consultado 04/02/2016)

<sup>18</sup>EL GOURMET URBANO. “La tecnología al servicio de la gastronomía”. Disponible en <<http://elgourmeturbano.blogspot.com.co/2013/01/la-tecnologia-al-servicio-de-la.html>>. [En línea]. [04 de febrero de 2016].

**1.1.6 Factores legales.** Entre la legislación y las normas que debe cumplir el sector gastronómico en el país están las que se ilustran en el Cuadro 4.

**Cuadro 4.** Normatividad legal

NORMA	DESCRIPCIÓN
Ley 300 de 1996	Se entiende por establecimientos gastronómicos, bares y similares aquellos establecimientos comerciales en cabeza de personas naturales o jurídicas cuya actividad económica esté relacionada con la producción, servicio y venta de alimentos y/o bebidas para el consumo. Además podrán prestar otros servicios complementarios
Ley 09 de 1979	Regula las actividades que pueden generar riesgo para el consumo de alimentos. La salud es un bien de interés público. En consecuencia, las disposiciones contenidas en el presente Decreto son de orden público, regulan todas las actividades que puedan generar factores de riesgo por el consumo de alimentos.
ISO 9001	Válidas para sistemas de producción y de servicios. Establece los requisitos mínimos que debe cumplir un Sistema de Gestión de la Calidad. Puede utilizarse para su aplicación interna, para certificación o para fines contractuales.
ISO 22000	La norma ISO 22000 para sistemas de gestión de seguridad alimentaria permite que cualquier compañía involucrada directa o indirectamente en la cadena de suministro alimentario identifique los riesgos pertinentes y los gestione de modo eficiente. Prevenir posibles fracasos en la inocuidad de los alimentos y evaluar el cumplimiento legal vigente pueden ayudar a proteger su marca.
Las Normas OHSAS 18000	La Seguridad y Salud en el lugar de trabajo son claves para cualquier organización. Un Sistema de Gestión en Seguridad y Salud Ocupacional (SGSSO) ayuda a proteger a la empresa y a sus empleados. OHSAS 18001 es una especificación internacionalmente aceptada que define los requisitos para el establecimiento, implantación y operación de un Sistema de Gestión en Seguridad y Salud laboral efectivo

**Fuente:** [http://www.ucongreso.edu.ar/grado/carreras/lsi/2006/ele\\_calsof/MaterialCoplemISO9000%20A.pdf](http://www.ucongreso.edu.ar/grado/carreras/lsi/2006/ele_calsof/MaterialCoplemISO9000%20A.pdf). (Consultado 04/02/2016)



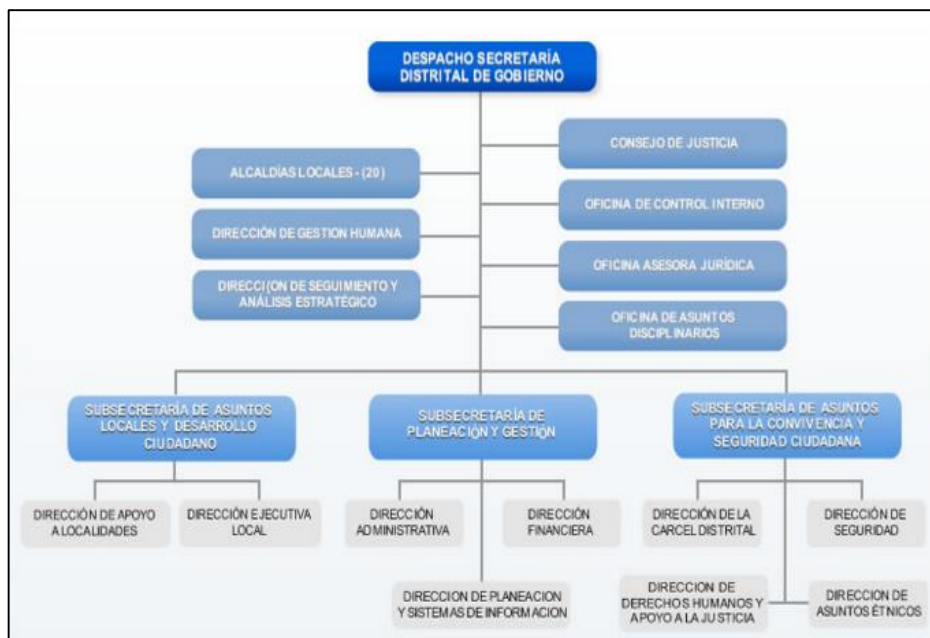
## 1.2 DIAGNÓSTICO PESTAL BOGOTÁ

A través del diagnóstico PESTAL de Bogotá se realizará un estudio de los factores políticos, económicos, sociales, ambientales, tecnológicos y legales que afectan el desarrollo del proyecto.

**1.2.1 Factores políticos.** Los factores políticos que actualmente rigen Bogotá y pueden llegar a interceder frente al desarrollo de este proyecto se encuentran en la organización de la alcaldía mayor de Bogotá, la organización del estado colombiano, la reforma tributaria, la legislación en materia de empleo, prestaciones sociales y pensión además de acuerdos comerciales y de inversión, dado que Bogotá es la capital de Colombia los últimos cinco factores fueron analizados en el diagnóstico PESTAL Colombia.

- **Organización Alcaldía Mayor de Bogotá.** La ciudad de Bogotá, cuenta con un organigrama jerárquico vertical ascendente, además es un sistema administrativo consultivo. Como se observa en la Imagen 3., la mayor autoridad es la Secretaría General de Gobierno, bajo esta autoridad al mismo nivel se encuentra el Consejo, las Alcaldías Locales entre otros, posteriormente esta ramificado por secretarías como son secretaría de asuntos locales y desarrollo ciudadano, secretaría de planeación y gestión, además de la secretaría de asuntos para la convivencia y seguridad ciudadana.

**Imagen 3.** Organización Alcaldía mayor de Bogotá



**Fuente:** [www.gobiernobogota.gov.co/quienes-somos/horizonte institucional/organigrama](http://www.gobiernobogota.gov.co/quienes-somos/horizonte-institucional/organigrama). (Consultado 4/02/2016)

**1.2.2 Factores económicos.** Entre los factores económicos se encuentra el comportamiento del índice de precios al consumidor (IPC) y la canasta familiar, el producto interno bruto (PIB), de acuerdo al aporte que tuvieron en la ciudad de Bogotá para el año 2015.

**1.2.2.1 Índice de precios al consumidor.** Este instrumento estadístico ajusta los precios según la inflación, los resultados para el año 2015 en el mes de diciembre para la ciudad de Bogotá según el informe del DANE tuvo un comportamiento por debajo del promedio, con un 6,62%<sup>19</sup>.

Por otro lado, la variación mensual, en la canasta familiar con respecto a los ingresos en la ciudad de Bogotá, los grupos de la canasta, se muestran en la Tabla 9., y Gráfico 7., datos que soportan el bajo comportamiento con respecto al IPC de la ciudad de Bogotá.

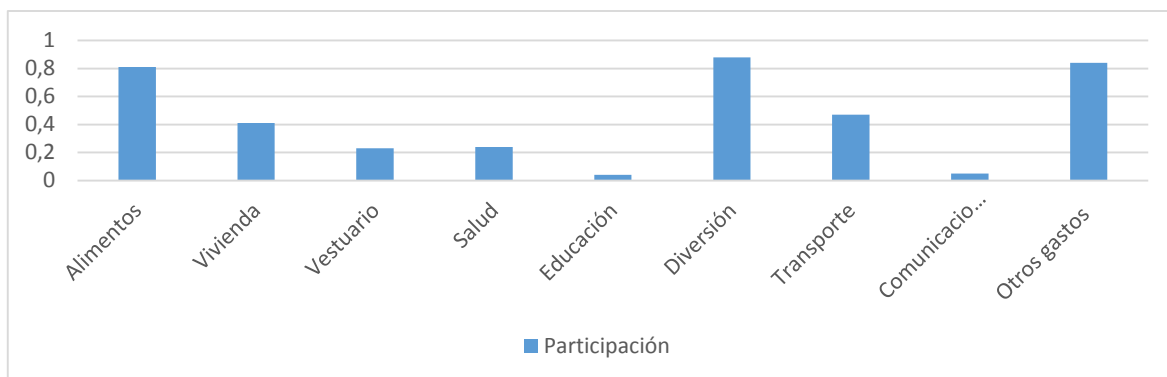
**Tabla 9.** Variación mensual, total y por grupos de bienes servicios, Bogotá

GRUPOS	VARIACIÓN %
Alimentos	0,81
Vivienda	0,41
Vestuario	0,23
Salud	0,24
Educación	0,04
Diversión	0,88
Transporte	0,47
Comunicaciones	0,05
Otros gastos	0,84
Total	0,52

**Fuente:** <http://www.dane.gov.co/index.php/precios-e-inflacion/indice-de-precios-al-consumidor>. (Consultado 4/02/2016)

<sup>19</sup>DANE, “Índice de precios al consumidor”. Disponible en <[http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ipc/bol\\_ipc\\_dic15.pdf](http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ipc/bol_ipc_dic15.pdf)> [En línea]. [04 de febrero de 2016].

**Gráfico 7.** Variación, contribución, participación mensual y anual según grupos



**Fuente:** <http://www.dane.gov.co/index.php/precios-e-inflacion/indice-de-precios-al-consumidor>. (Consultado 4/02/2016)

Con respecto a la variación, contribución, participación mensual y anual según grupos, el grupo que obtuvo mayor participación para el mes de diciembre de 2015, fue diversión con un 0,88% seguido por otros gastos con un 0,84%, mientras que los grupos que tuvieron menor participación son los de educación 0,04% y comunicación 0,05%; sin dejar de lado el grupo de alimentos el cual puede afectar el desarrollo del presente proyecto, siendo así este obtuvo una participación de 0,81%.

**1.2.2.2 Producto Interno Bruto.** El producto interno bruto de Bogotá en el tercer trimestre de 2015, fue de \$34.7 billones de pesos lo que significó el crecimiento del 3,5% en comparación con el mismo trimestre del año 2014.

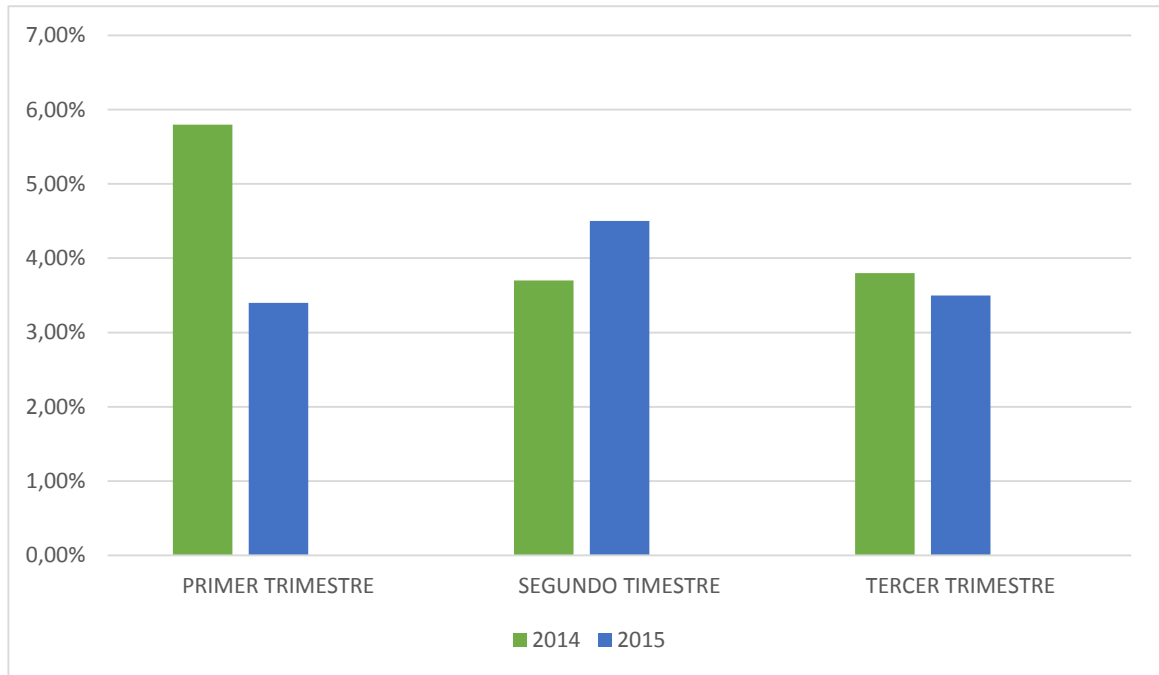
A continuación en la Tabla 10., y Gráfico 8., se presenta el Producto Interno Bruto trimestral del año 2014 y 2015 de la ciudad de Bogotá.

**Tabla 10.** Producto Interno Bruto Bogotá D.C.

PERIODO	MILES DE MILLONES	VARIACIÓN ANUAL	VARIACIÓN TRIMESTRAL	VARIACIÓN AÑO CORRIDO
2014 – I	32.964	5,8	1,9	
II	32.966	3,7	0,0	
III	33.475	3,8	1,5	4,4
IV	33.825	4,6	1,0	
2015 – I	34.076	3,4	0,7	
II	34.442	4,5	1,1	
III	34.651	3,5	0,6	3,8

**Fuente:** BOLETÍN TÉCNICO. Producto Interno Bruto Trimestral Bogotá D.C. Tercer Trimestre de 2015 preliminar. Bogotá D.C. (Consultado 19/02/2016)

**Gráfico 8.** Producto Interno Bruto Bogotá D.C. variación anual



**Fuente:** BOLETÍN TÉCNICO. Producto Interno Bruto Trimestral Bogotá D.C. Tercer Trimestre de 2015 preliminar. Bogotá D.C. (Consultado 19/02/2016)

En el tercer trimestre de 2015, el crecimiento anual de 3,5% del PIB de Bogotá D.C., se dio por el crecimiento de algunas actividades con respecto al año anterior, el las cuales son: “Establecimientos financieros, seguros, inmuebles y servicios a las empresas con 5,5 %; Actividades de servicios sociales, comunales y personales con 5,1 % y comercio, reparación, restaurantes y hoteles con 4,1 %”.<sup>20</sup> Situado en la Tabla 11., y Gráfico 9.

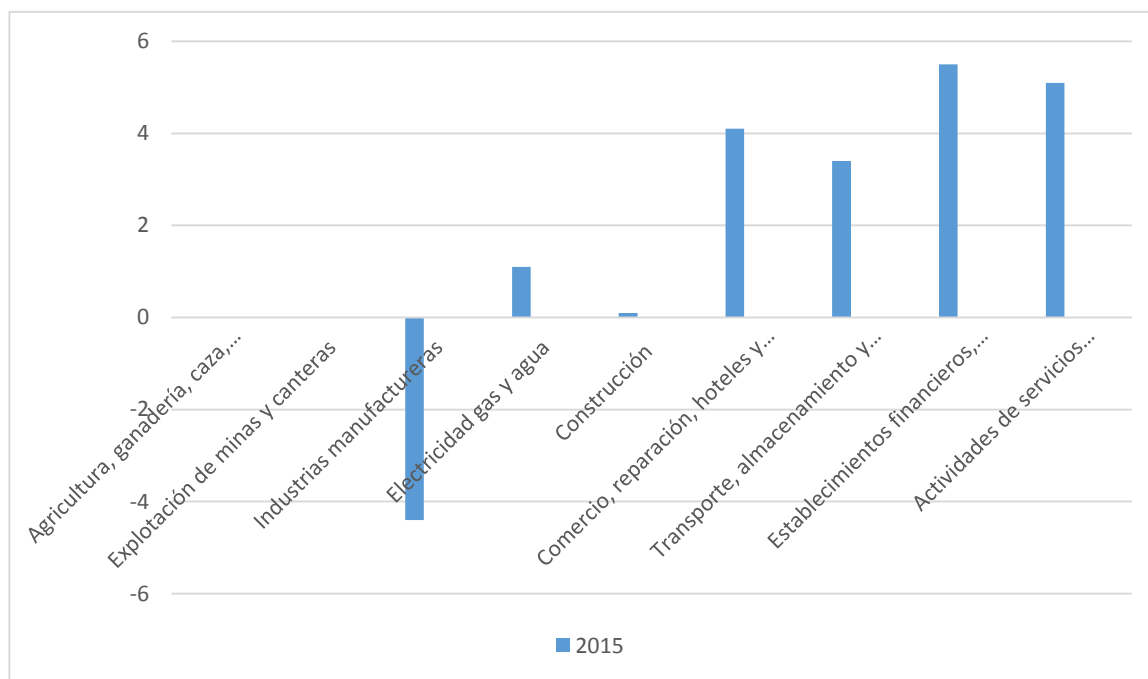
<sup>20</sup>DANE, “Producto Interno Bruto Bogotá D.C.”. Disponible en <[http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/Bogota/present\\_PIB\\_Bta\\_III\\_trim\\_15.pdf](http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/Bogota/present_PIB_Bta_III_trim_15.pdf)> [En línea]. [04 de febrero de 2016].

**Tabla 11.** Variación porcentual del PIB de Bogotá D.C.

GRANDES RAMAS DE ACTIVIDAD ECONÓMICA	VARIACIÓN ANUAL	VARIACIÓN TRIMESTRAL	VARIACIÓN AÑO CORRIDO
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	N/A	N/A	N/A
Explotación de minas y canteras	N/A	N/A	N/A
Industrias manufactureras	-4,4	-2,8	3,9
Electricidad gas y agua	1,1	0,7	0,3
Construcción	0,1	-5,9	13,1
<b>Comercio, reparación, hoteles y restaurantes</b>	<b>4,1</b>	<b>1,2</b>	<b>3,9</b>
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	3,4	2,1	2,4
Establecimientos financieros, seguros, actividades inmobiliarias y servicios a las empresas	5,5	1,5	5,2
Actividades de servicios comunales, sociales y personales	5,1	2,4	4,0
<b>PIB total</b>	<b>5,5</b>	<b>0,6</b>	<b>3,8</b>

**Fuente:** BOLETÍN TÉCNICO. Producto Interno Bruto Trimestral Bogotá D.C. Tercer Trimestre de 2015 preliminar. Bogotá D.C. (Consultado 19/02/2016)

**Gráfico 9.** Variación porcentual del PIB de Bogotá D.C.



**Fuente:** BOLETÍN TÉCNICO. Producto Interno Bruto Trimestral Bogotá D.C. Tercer Trimestre de 2015 preliminar. Bogotá D.C. (Consultado 19/02/2016)

Este proyecto se ve afectado por el PIB comercio, reparación, restaurantes y hoteles con 4,1%, en el tercer trimestre de 2015, comparado con el mismo trimestre del año 2014. “Este resultado obedeció al crecimiento de los servicios de reparación de

automotores con 5,7%; hoteles, restaurantes y bares con 4,7% y comercio con 3,8%”.<sup>21</sup>

**1.2.3 Factores sociales.** Determina el entorno en el que la empresa se situará, con el fin de definir el perfil del posible consumidor de los bienes y servicios que prestará la misma.

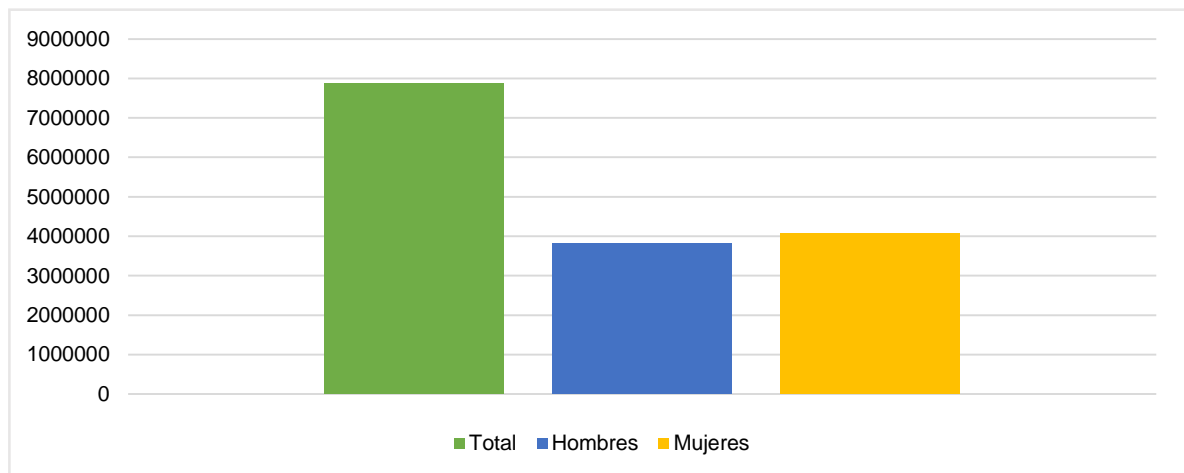
**1.2.3.1 Demografía.** La Tasa de la población humana en Bogotá para el año 2015 contó con un total de 7.878.783 personas. Situado en la Tabla 12., y Gráfico 10.

**Tabla 12.** Población Bogotá

GÉNERO	POBLACIÓN	PORCENTAJE
Mujeres	4.068.770	51,64%
Hombres	3.810.013	48,35%
Total	7.878.783	100%

**Fuente:** <http://www.sdp.gov.co/PortalSDP>. (Consultado 4/02/2016)

**Gráfico 10.** Población Bogotá



**Fuente:** <http://www.sdp.gov.co/PortalSDP>. (Consultado 4/02/2016)

Bogotá para el año 2015, contó con una población de 7.878.783 de personas, donde la población femenina representó un 51,64% del total de la población, en cuanto a la población masculina representó el 48,35%.<sup>22</sup>

<sup>21</sup>BOLETÍN TÉCNICO. Producto Interno Bruto Trimestral Bogotá D.C. Tercer Trimestre de 2015 preliminar. Bogotá D.C.

<sup>22</sup>SECRETARÍA DISTRITAL DE PLANEACIÓN. “Aspectos demográficos”. Disponible en <<http://www.sdp.gov.co/PortalSDP/InformacionTomaDecisiones/Estadisticas/ProyeccionPoblacion>> . [En línea]. [05 de febrero de 2016].

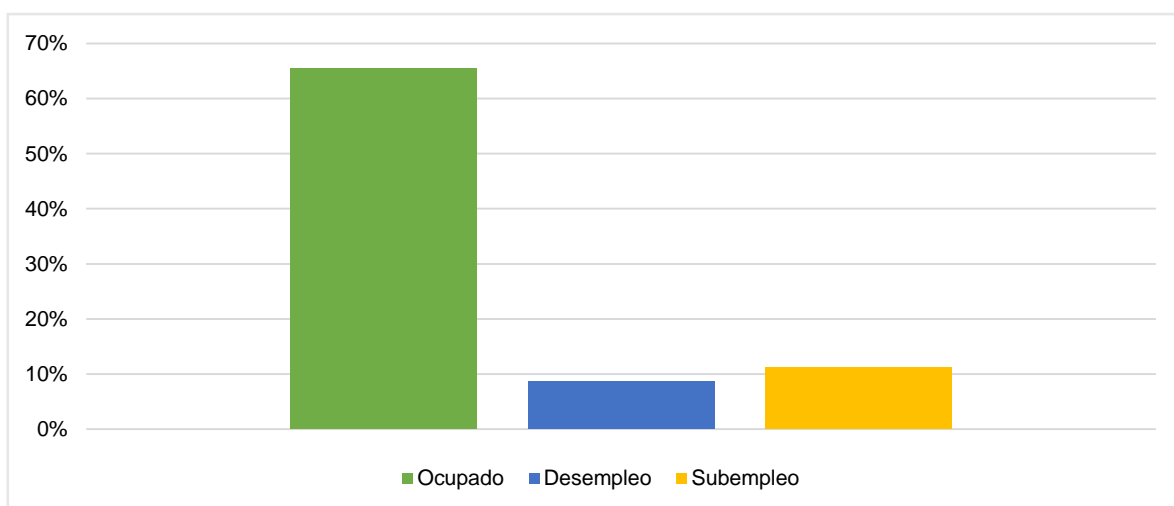
**1.2.3.2 Tasa de empleo y desempleo.** Este es un dato estadístico que expresa el nivel de desocupación entre la población económicamente activa, para el último semestre del año 2015 en Bogotá el nivel de ocupación fue 65.4%. Situado en la Tabla 13., y Gráfico 11.

**Tabla 13.** Niveles de empleo y desempleo Bogotá D.C.

ESTADO	PORCENTAJE
Ocupado	65,4%
Desempleo	8,7%
Subempleo	11,2%

**Fuente:** [http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech/bol\\_empleo\\_dic\\_15.pdf](http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech/bol_empleo_dic_15.pdf). (Consultado 4/02/2016)

**Gráfico 11.** Niveles de empleo y desempleo Bogotá D.C.



**Fuente:** [http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech/bol\\_empleo\\_dic\\_15.pdf](http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech/bol_empleo_dic_15.pdf). (Consultado 4/02/2016)

Según el informe del último semestre del año 2015 realizado por el DANE, en la ciudad de Bogotá la tasa de desempleo es del 8,7% y la tasa de subempleo es del 11,2%,<sup>23</sup> lo cual expresa que más de la mitad de la población se encuentra ocupada.

**1.2.3.3 Desplazados.** Colombia es el segundo país a nivel mundial más afectado por migración forzosa aproximadamente para el año 2014 hubo alrededor de 5,3 millones de desplazados, a Bogotá llegaron 350.000 desplazados y 40.000 de Soacha, catalogando así a Bogotá como la ciudad con más desplazados en el mundo, según la Asociación Internacional para el Estudio de la Migración Forzosa.

<sup>23</sup>DANE. “Principales indicadores del mercado laboral enero de 2015”. Disponible en <[http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech/bol\\_empleo\\_dic\\_15.pdf](http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech/bol_empleo_dic_15.pdf)>. [En línea]. [05 de febrero de 2016].

Según el foro realizado en el año 2014 la Asociación Internacional para el Estudio de la Migración Forzosa generó un informe donde advierte que se está agudizando la llegada de personas a Bogotá, Medellín, Quibdó y Cúcuta. Así mismo para el año 2013 se desplazaron, según Codhes, unas 220 mil personas de estas personas la gran mayoría vienen del Pacífico o de la zona fronteriza en Cúcuta.<sup>24</sup>

A través de la implementación de la ley de víctimas y retribución de tierras de 2011, el gobierno colombiano aborda la problemática del desplazamiento, creando nuevas instituciones gubernamentales con el apoyo de la comunidad internacional, con el fin de garantizar una adecuada y oportuna atención a víctimas, desde su registro hasta la garantía de la seguridad de estas comunidades, con el compromiso de reclamar y devolver las tierra destituidas.<sup>25</sup>

**1.2.4 Factores tecnológicos.** Son factores procedentes de los desarrollos científicos y resultados económicos favorables de los mismos.

En Bogotá al igual que Colombia la tecnología toma poco a poco posesión como un eficaz elemento, importante a la hora de satisfacer ciudadanos, clientes y expertos en todo tipo de sectores.

Según un estudio realizado por IESE Cities in Motion, el cual tenía como fin clasificar las ciudades del mundo por factores como “Innovación, sostenibilidad y calidad de vida. Equilibrar esos tres factores e integrarlos en una sociedad constituyen las bases de una ciudad inteligente”<sup>26</sup>.

Este estudio contó con diez dimensiones claves, como lo fueron gobernanza, gestión pública, tecnología, medio ambiente entre otros, con el fin de llevar a cabo la evolución por ciudad, en este estudio se clasificó a Bogotá en el puesto 107 de 135 ciudad más inteligentes del mundo.<sup>27</sup>

Por otro lado, “la tecnología día a día evoluciona brindando cada vez más herramientas que permiten mejorar y facilitar la calidad de vida de las personas, razón por la cual la administración del Alcalde Gustavo Petro incluyó, por primera vez, en su Plan de Desarrollo “Bogotá Humana” un amplio programa dedicado a la

---

<sup>24</sup>LASILLAVACIA. “Bogotá, capital mundial del desplazamiento”. Disponible en <<http://lasillavacia.com/queridodiario/bogota-capital-mundial-del-desplazamiento-48162>>. [En línea]. [21 de febrero de 2016].

<sup>25</sup>SEMANA. “Colombia conserva el deshonoroso título del segundo país con más desplazados”. Disponible en <<http://www.semana.com/nacion/articulo/colombia-es-el-segundo-pais-con-mas-desplazados/426628-3>>. [En línea]. [21 de febrero de 2016].

<sup>26</sup>EL TIEMPO. “Las 10 ciudades más inteligentes del mundo”. Disponible en <<http://www.eltiempo.com/estilo-de-vida/ciencia/las-diez-ciudades-mas-inteligentes-del-mundo/14014577>>. [En línea]. [21 de febrero de 2016].

<sup>27</sup> Ibíd.



aplicación y desarrollo de las Tecnologías de la Información y Comunicación -TIC- en Bogotá”<sup>28</sup>.

En la actualidad Bogotá, de acuerdo al desarrollo tecnológico cuenta con puntos de conexión como: 10 puntos vive digital, 14 portales interactivos, 15 aulas TIC, también cuenta con servicios como: acceso a internet, trámites y servicio gobierno en línea, alfabetización digital, además cuenta con conectividad en Wi-Fi libre en 82 zonas públicas, 9 portales y 34 estaciones de Transmilenio, además de 4.800.000 usuarios conectados, 290 colegios distritales conectados con internet banda ancha de 30 megas.

Por otro lado, el sector restaurantes en cuanto a la comunicación con sus clientes, empieza por el uso de las redes sociales, debido a que ellos “antes de elegir un restaurante, consultan referencias y opiniones de otros usuarios, información útil del restaurante, imágenes de la comida, imágenes del local y después de haber realizado su elección reservan en el mismo, para después disfrutar de la experiencia en el restaurante, compartir en las redes sociales y sitios web dicha experiencia, ayudando así a otros usuarios a encontrar nuevas referencias de ese restaurante”<sup>29</sup>.

A nivel de la ciudad de Bogotá, algunos de los restaurantes se ven en la necesidad de introducir nuevas tecnologías de la información y comunicación TIC en sus operaciones, aunque realmente no del todo, estos se limitan al uso de algunas redes sociales y páginas web estáticas, hace falta de mayor implementación de TIC con el fin de tener mayor atracción de clientes nacionales e internacionales.

**1.2.5 Factor medio ambiental.** De acuerdo a la normatividad ambiental vigente en Colombia, ya mencionada en el diagnóstico PESTAL Colombia Cuadro 1., para este diagnóstico específicamente en la ciudad de Bogotá, los siguientes factores mencionados en el Cuadro 5., deben ser tenidos en cuenta para la realización de este estudio.

---

<sup>28</sup>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ. “Alta Consejería Distrital de TIC”. Disponible en <<http://www.secretariageneralalcaldiamayor.gov.co/dependencias/consejeria-tic>>. [En línea]. [21 de febrero de 2016].

<sup>29</sup> ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ. “Alta Consejería Distrital de TIC (Bogotá cuenta con)”. Disponible en <<http://tic.bogota.gov.co/#>>. [En línea]. [21 de febrero de 2016].

### Cuadro 5. Legislación ambiental

LEY	DESCRIPCIÓN
Decreto 948 de 1995	Artículo 23º.- Control a Emisiones Molestas de Establecimientos Comerciales.
Proyecto de acuerdo 284 de 2012	tiene como objetivo establecer los parámetros para la actualización del Registro de restaurantes, procesamiento de comida donde se generan residuos orgánicos de origen alimenticio (lavazas)
Ley 373 de 1997	Uso eficiente y ahorro de agua
Resolución 10984 de 1993	Por la cual se modifica la Resolución 000717, de marzo 18 de 1992 en el sentido de señalar el documento que certifica el funcionamiento sanitario de los establecimientos como Licencia Sanitaria y se establecen los procedimientos para su obtención.
Decreto 1594 de 1984	Usos del agua y residuos líquidos
Código de Policía de Bogotá D.C.	ARTÍCULO 26 Comportamientos en relación con el tabaco y sus derivados ARTÍCULO 56 Comportamientos que favorecen la conservación y protección del aire ARTÍCULO 83 Comportamientos en relación con la contaminación por residuos sólidos o líquidos ARTÍCULO 111 Comportamientos que favorecen la libertad de industria y comercio

**Fuente:** <http://legilacion.vlex.com.co/vid//código-policia-bogota-sede-4284567933>.  
(Consultado 4/02/2016)

**1.2.6 Factores legales.** La legislación y las normas que debe cumplir el sector gastronómico en Colombia, fueron mencionadas en el diagnóstico PESTAL Colombia en el Cuadro 4., para Bogotá se ilustra en el Cuadro 6.

**Cuadro 6.** Legislación del sector gastronómico

LEY	DESCRIPCIÓN
Ley 300 de 1996	Se entiende por establecimientos gastronómicos, bares y similares aquellos establecimientos comerciales en cabeza de personas naturales o jurídicas cuya actividad económica esté relacionada con la producción, servicio y venta de alimentos y/o bebidas para el consumo. Además podrán prestar otros servicios complementarios. <sup>30</sup>
Ley 09 de 1979	Regula las actividades que pueden generar riesgo para el consumo de alimentos. La salud es un bien de interés público. En consecuencia, las disposiciones contenidas en el presente Decreto son de orden público, regulan todas las actividades que puedan generar factores de riesgo por el consumo de alimentos. <sup>31</sup>
Resolución 10984 de 1993	Documento que certifica el funcionamiento sanitario de los establecimientos como Licencia Sanitaria y se establecen los procedimientos para su obtención. <sup>32</sup>

### 1.3 SUBSECTOR RESTAURANTES

En el siguiente estudio del subsector restaurantes se definirá el concepto “restaurante”, posteriormente se hará una descripción del crecimiento de dicho sector, también se analizarán las diferentes clasificaciones y tipos de establecimientos que existen a nivel mundial y cuál ha sido su desarrollo a través del tiempo; seguido de cuantos establecimientos (restaurantes) hay en Colombia y en Bogotá, además se definirá a grandes rasgos que tipo de comida predomina en estos, finalmente si hay restaurantes Fitness en el país y en la capital del mismo.

**1.3.1 Concepto restaurante.** Para llegar al concepto definitivo de restaurante como establecimiento o comercio, hay que hacer un recorrido corto desde la diferencia de un alimento de un hombre a un animal, esta diferencia se da por “el descubrimiento del fuego por lo que su alimentación además de ser Heterótrofa (siendo esta la saciedad de las necesidades nutricionales mediante el consumo de otros

<sup>30</sup>ALCALDÍA DE BOGOTÁ. “Ley 300 de 1996”. Disponible en <<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=8634>>. [En línea]. [04 de febrero de 2016].

<sup>31</sup>ALCALDÍA DE BOGOTÁ. “Ley 09 de 1979”. Disponible en <<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=1177>>. [En línea]. [04 de febrero de 2016].

<sup>32</sup>ALCALDÍA DE BOGOTÁ. “RESOLUCIÓN 10984 DE 1993”. Disponible en <<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=648>>. [En línea]. [04 de febrero de 2016].

organismos) se caracteriza por contar con Comidas Elaboradas, las cuales no son las mismas en todas partes del mundo”.

Siendo las comidas elaboradas parte de la gastronomía, entonces se habla de “Gastronomía como la aplicación de distintas técnicas, ingredientes o recetas para poder elaborar distinta clase de platillos, teniendo distintos factores que inciden en la selección de los Ingredientes que depende de variados factores, desde la influencia de una Cultura y Tradición que puede inclusive hasta prohibir la utilización de distintos productos”.<sup>33</sup>

Una vez descrito heterótrofa alimentación del hombre, continuado por de una breve descripción de gastronomía, se pasa al concepto de restaurante el cual se define como “aquel establecimiento o comercio en el cual se provee a los clientes con un servicio alimenticio de diverso tipo”.<sup>34</sup> Este es un espacio público, pero no es una entidad de bien público, ya que se presta un servicio a cambio de un pago y no gratuitamente.

En la actualidad hay diversos tipos de restaurantes los cuales pueden ser lujosos donde existen ciertos parámetros y exigen protocolos, como también espacios de comidas rápidas que son lugares más económicos y sencillos.

**1.3.2 Sector restaurantes Colombia.** En el año 1902 se inaugura el primer restaurante en Colombia, exactamente en la ciudad de Bogotá, este se conoce como las margaritas, restaurante tan exitoso que en la actualidad sigue funcionando, este año cumple 114 años, de atención al cliente. A finales de la década de los 50, llega a Colombia exactamente al Atlántico el restaurante francés, La Parissiene, tuvo tal acogimiento en la capital del Atlántico que en los años 70 abre un nuevo local en Bogotá, generando buen impacto en el sector.

Para las décadas de los 80 y 90 llegan a Colombia franquicias como Mc Donal`s, expandiendo y aportando al crecimiento del mercado, teniendo un enfoque hacia el mercado infantil; en los últimos diez años, las ventas por consumo fuera del hogar, se incrementaron en un 151,89%, causando un gran impacto y cambio cultural en los hogares colombianos.

En el año 2014 la gastronomía en Colombia contó con alrededor de 90.000 restaurantes legales, dedicados a la preparación de diferentes clases de comida, parte de ellos conformados por franquicias y microempresas que registraron ventas

---

<sup>33</sup>EDUKAVITAL. “Definición de restaurante”. Disponible en <<http://edukavital.blogspot.com.co/2013/10/definicion-de-restaurante.html>>. [En línea]. [07 de febrero de 2016].

<sup>34</sup> Ibíd.

por \$30,7 billones, de los cuales se estima que el 5% se vendió en restaurantes de gama alta.<sup>35</sup>

“De acuerdo con la Asociación Colombiana de la Industria Gastronómica (Acodres), el sector tuvo en promedio un crecimiento en todo el país superior a 22%, pero hay regiones como el Caribe que registraron un crecimiento mayor a 40%.

El sector gastronómico en Colombia se encuentra en un crecimiento continuo por su influencia y potencial económico, con una tendencia de comida gourmet en el auge del Fitness, según Acodrés, este aumento obedece también al auge turístico que ha tenido el país, lo que ha generado crecimiento económico y aseguró que este ‘boom’ también se ha dado por la inversión extranjera, marcas que se han posicionado en el país, lo que permite que el sector gastronómico mejore cada vez más”.<sup>36</sup>

**1.3.3 Sector restaurantes Bogotá.** Bogotá la capital del país, es una ciudad mundial en cuanto a gastronomía se refiere, se ha ido conformando por los estratos 5 y 6 que causan mayor impacto para el sector en Bogotá, para el año 2009 llegan franquicias de comidas rápidas como Burguer King, KFC, entre otras, las cuales han tenido un gran crecimiento de marca además de un gran liderazgo de demanda.

Para el año 2014 el sector gastronómico en Bogotá contó con aproximadamente 22.000 restaurantes registrados y más de 52.000 marcas del sector gastronómicas registradas en el país<sup>37</sup>, que brindan todo tipo de comida, de los cuales son escasos los que ofrecen alimentos balanceados y sanos.

Por consiguiente una de las actividades que contribuyó con el crecimiento de la ciudad fue comercio, reparación restaurantes y hoteles, con un aporte al PIB de la ciudad en el tercer trimestre del año 2015 de 4,1%<sup>38</sup>, por esta razón el sector gastronómico está en crecimiento.

**1.3.4 Clasificación de los restaurantes.** Los restaurantes se pueden catalogar de diferentes maneras, para esto se debe tener en cuenta los hábitos y las costumbres de los clientes.

**1.3.4.1 Tipos de restaurantes.** Existen a nivel mundial diferentes tipos de restaurantes, en donde se destacan las instalaciones, los equipos, la calidad y el servicio que ofrecen a sus clientes.

---

<sup>35</sup> LA REPÚBLICA. “El sector gastronómico creció 22% en el último año con 90.000 restaurantes”. Disponible en <[http://www.larepublica.co/el-sector-gastron%C3%B3mico-creci%C3%B3-22-en-el-%C3%BAltimo-a%C3%B1o-con-90000-restaurantes\\_266206](http://www.larepublica.co/el-sector-gastron%C3%B3mico-creci%C3%B3-22-en-el-%C3%BAltimo-a%C3%B1o-con-90000-restaurantes_266206)>. [En línea]. [4 de febrero de 2016].

<sup>36</sup> Ibíd.

<sup>37</sup> Ibíd.

<sup>38</sup> Ibíd.

- **Restaurantes gourmet.** Este tipo de restaurante se caracteriza por ofrecer comidas finas, por esta razón el precio y el servicio se adecúan a la calidad de la comida que brindan, se catalogan como restaurantes costosos.
- **Restaurantes especiales.** Este tipo de restaurante ofrece una variedad limitada de comida, además de contar con un estilo de cocina determinada. Se caracterizan por su carta de presentación, ofertan recetas que no se encuentran en otros establecimientos, como carnes, mariscos entre otros.
- **Restaurante familiar.** Este tipo de restaurante se encarga de ofrecer un menú que contiene platos sencillos con precios moderados, este tiene como misión ofrecer comidas para todo tipo de edades.
- **Restaurantes convenientes (comidas rápidas).** Este tipo de restaurante cuenta con un servicio rápido y sus precios son económicos, lo que caracteriza en sí, el local debe ser impecable para dar confianza a los consumidores.
- **Restaurantes de autoservicios.** Los restaurantes clasificados como autoservicio se encuentran sobretodo en puntos turísticos o de gran afluencia de gente, en este tipo las personas cuentan con platos a su gusto, son de precios regulares y bajos.
- **Restaurantes de menú y a la carta.** Este tipo de restaurante, ofrecen una variedad de platos individuales, allí los clientes seleccionan de acuerdo a lo que les apetezca y el presupuesto con el dispongan, es una costumbre en estos restaurantes que dejen propina.<sup>39</sup>

**1.3.4.2 Categorías de los restaurantes.** Estas categorías según Acodres, se clasifican los restaurantes de acuerdo a cinco maneras de consumo según su estatus, calidad y estilo de vida, estos son cinco grupos (por tenedores), los cuales son lujo, primera clase, segunda clase, tercera clase y económico limitado.

- **Restaurante de lujo (5 tenedores).** Este tipo de restaurante vincula la calidad de la comida con el servicio el cual es la principal característica por la que se debe destacar, el establecimiento como tal debe contar con sala de espera, atención personalizada, bar, entre otros, cuenta con muchos lujos esto hace que la comida deba ser excepcional y debe tener una gran variedad.

---

<sup>39</sup>TIPOS.CO, tipos de restaurantes. Bogotá D.C., 2015. Disponible en la dirección <<http://www.tipos.co/tipos-de-restaurante/#ixzz3zntBqChw>> [En línea]. [14 de febrero de 2016].

- **Restaurante de primera (4 tenedores).** Este tipo de restaurante es conocido como full service, su carta de presentación del menú cuenta con menos variedad de platos que un restaurante de lujo y además ofrece bebidas alcohólicas.
- **Restaurantes de segunda clase (3 tenedores).** Este tipo de restaurante es conocido como restaurante turístico, es un establecimiento que cuenta con menos espacio y no tiene tantos lujos, no hay una gran variedad de platos para escoger (pocas variedades), se caracterizan por tener un gran servicio pero es menos lujoso además los meseros deben portar uniforme.
- **Restaurante de tercera clase (2 tenedores).** Este tipo de restaurante es visitado tanto por clientes como por el mismo servicio, su establecimiento como tal no cuenta con grandes lujos, las personas que allí atiende portan un uniforme más sencillo y la variedad de platos oscila entre tres o cuatro menús.
- **Restaurante (1 tenedor).** Este tipo de restaurante cuenta con un servicio muy sencillo, su mobiliaria no es lujosa, su cristalería es sencilla y se usa servilletas de papel. La variedad de sus platos es mínima ofrece pocos tipos de comida.<sup>40</sup>

#### 1.4 RESTAURANTES FITNESS

Los restaurantes Fitness de acuerdo a la clasificación mencionada en sector restaurantes, se catalogan como tipo restaurante gourmet, ya que se caracteriza por ofrecer comidas finas además de saludables, por otro lado se caracteriza por tener una alta calidad tanto en su servicio como en la comida que ofrece, catalogándose así como un modelo de restaurante costoso.

El término Fitness se define de manera general como salud física, a través de una forma de vida, “proviene del idioma inglés significa bienestar (fit =saludable)”<sup>41</sup>; asimismo la cultura Fitness es una estilo de vida, donde se involucran una alimentación balanceada, una actividad física regular, además de un descanso fisiológico-mental y actualmente se involucra el Fitness virtual.

Hay que remontarse al año 1847 donde un francés pionero de la cultura física fundó un gran gimnasio en París, donde los burgueses, aristócratas, y la juventud de espíritu se unieron en un ejercicio entusiasta del Fitness,<sup>42</sup> para esta época el Fitness hacia parte de la clase alta, eran pocas las personas que tenían acceso a esta forma de vida, con el tiempo es asequible para todos.

<sup>40</sup>TIPOS.CO, tipos de restaurantes. Bogotá D.C., 2015. Disponible en la dirección <<http://www.tipos.co/tipos-de-restaurante/#ixzz3zntBqChw>> [En línea]. [14 de febrero de 2016].

<sup>41</sup> DEFINICIÓN ABC, definición de la palabra Fitness. Bogotá D.C., 2015. Disponible en la dirección <<http://www.definicionabc.com/salud/fitness.php>> [En línea]. [14 de febrero de 2016].

<sup>42</sup>ENTRENAMIENTO NATURAL, la historia del Fitness. Bogotá D.C., 2015. Disponible en la dirección <<http://www.entrenamientonatural.com/la-historia-del-fitness/>> [En línea]. [14 de febrero de 2016].

En el siglo XX, se promovió y desarrolló el entrenamiento de fuerza y el ejercicio físico, donde se impuso un movimiento conocido como “método natural”, a través de una publicación en revistas Fitness realizada por el profesor Edmond Desbonnet, además de la apertura de clubes de ejercicio<sup>43</sup>, fomentando el crecimiento de la industria “Fitness”.

A nivel mundial, las personas cada día son más conscientes de crear y mantener mejores hábitos por su salud, además es una forma de vida, en “Estados Unidos el mercado Fitness es el más grande del mundo, moviendo así el 80% de los dividendos de este negocio”<sup>44</sup>.

La tendencia Fitness es acogida a nivel mundial debido a que genera sensación por sus beneficios, del mismo modo el impacto en Latinoamérica ha sido de forma positiva, ya que el negocio “Fitness genera más de 5.5 mil millones de dólares en ingresos según enfatiza CNN sobre un informe publicado en 2012 por la Asociación Internacional al servicio de la salud y los gimnasios, conocida en inglés como IHRSA (International Health, Racquet & Sportsclub Association).”<sup>45</sup>

Dentro de la industria Fitness de Latinoamérica existe un restaurante llamado Tea Connection ubicado en Argentina y reconocido a nivel mundial, el cual brinda comida natural, se describen como un equipo con responsabilidad social y conciencia por el medio ambiente.

Por otro lado en Panamá hay un restaurante llamado Healthy House PTY, el cual ofrece comida saludable, hecha a base de ingredientes naturales, especializada en almuerzo, cena y bebidas, manteniendo un estilo de vida saludable.

En Colombia la tendencia de lo Fitness llegó a finales del año 2011, creciendo fuertemente, impactando en el mercado de “Latinoamérica aportando más de 220 millones de dólares generados en el país, convirtiéndose en un mercado interesante y emergente para empresas extranjeras, como lo indica a continuación la Asociación Internacional al servicio de la salud y los gimnasios (IHRSA).”<sup>46</sup>

---

<sup>43</sup>ENTRENAMIENTO NATURAL, la historia del Fitness. Bogotá D.C., 2015. Disponible en la dirección <<http://www.entrenamientonatural.com/la-historia-del-fitness/>> [En línea]. [14 de febrero de 2016].

<sup>44</sup>FITSEVEN, industria mundial del Fitness. Bogotá D.C., 2013. Disponible en la dirección <<http://fitseven.net/vida/motivacion/industria-del-fitness-mundial>> [En línea]. [14 de febrero de 2016].

<sup>45</sup>ACOPI, Se creció la industria del “Fitness” en Colombia. Bogotá D.C., 2014. Disponible en la dirección <<http://acopivalle.com.co/se-crecio-la-industria-del-fitness-en-colombia/>>. [En línea]. [14 de febrero de 2016].

<sup>46</sup> ACOPI, Se creció la industria del “Fitness” en Colombia. Bogotá D.C., 2014. Disponible en la dirección <<http://acopivalle.com.co/se-crecio-la-industria-del-fitness-en-colombia/>>. [En línea]. [14 de febrero de 2016].



Colombia abarca un gran mercado frente a la industria Fitness, “el cual cuenta con más de 1400 clubes de salud física y gimnasios”<sup>47</sup>, sin embargo no cuenta con una gran participación de restaurantes, en Bogotá existen tiendas, mercados y pastelerías que ofrecen suplementos además de productos alimenticios saludables, los más sobresalientes son:

- Mkris Nutrición Fit, el cual ofrece talleres de Bionutrición.
- Fitness Food Solutions, restaurante.
- Marvelous - Healing Bakery, son una empresa artesanal dedicada a elaborar una repostería sana.
- Fit2Go, ofrecen un mercado Fit completo.
- Mundo verde salud gourmet, restaurante
- My Eco Store.
- Jugomanía, especializados en bebidas de frutas.
- Orgánico 100% Natural, frutas deshidratadas, batidos, frutos secos, harinas naturales, nueces, semillas.
- Tomacol, restaurante alimentos sanos sin conservantes ni saborizantes.
- The Salad Factory, restaurante rústico.
- Yummii, Yummii mantequillas 100% vegetales de frutos secos naturales.

Debido a la tendencia del Fitness estos restaurantes están ampliando su mercado, atrayendo clientes diariamente.

## **1.5 ANÁLISIS DE INCLUSIÓN LABORAL**

Es necesario para el estudio de factibilidad, realizar un análisis sobre la inclusión a las personas con discapacidad visual en Latinoamérica, Colombia y finalmente en Bogotá D.C., con el fin de tener información de los proyectos de inclusión que se

---

<sup>47</sup> RCN La Radio, Estudio revela las tendencias del mercado Fitness para el 2015. Bogotá D.C., 2015. Disponible en la dirección <<http://www2.rcnradio.com.co/noticias/estudio-revela-las-tendencias-del-mercado-fitness-para-el-2015-187288>>.[En línea]. [14 de febrero de 2016].

han realizado en los últimos años; iniciando con la definición de discapacidad y discapacidad visual.

“El término de discapacidad significa la pérdida o limitación en las oportunidades que se le presentan a una persona al participar, con igualdad de derechos y obligaciones, en la vida de la comunidad”.<sup>48</sup>

Cuando se habla de discapacidad visual incluye baja visión y ceguera, la baja visión refiere a personas que sufren de hipermetropía (no ven de cerca) y miopía (no ven de lejos) en cambio la ceguera es una persona que tiene visión cero, solo tiene una mínima percepción de la luz; para estas personas existen organizaciones las cuales se encargan de representarlas, por ejemplo la Unión Latinoamericana de Ciegos (ULAC).

**1.5.1 Análisis de inclusión laboral nivel Latinoamérica.** La Unión Latinoamericana de Ciegos (ULAC) es una “organización internacional no gubernamental y no lucrativa, creada el 15 de noviembre de 1985 con la misión de ser la organización técnico-política de América Latina representativa de los intereses de las personas ciegas, con baja visión y sus organizaciones, actuando como interlocutora ante los organismos nacionales, regionales e internacionales, con autonomía política y sustentabilidad”.<sup>49</sup>

“La Red Latinoamericana de Organizaciones no Gubernamentales de personas con discapacidad y sus familias (RIADIS), es una red democrática regional cuya función es informar, entrenar, investigar e incidir en la promoción de la defensa de los derechos, valores y no discriminación y desarrollo inclusivo de las personas con discapacidad. Ambas organizaciones (ULAC y RIADIS) representan en la actualidad unas 150 organizaciones nacionales de personas con discapacidad”.<sup>50</sup>

Por otra parte el “Comité de Derechos Económicos, Sociales y Culturales de las Naciones Unidas emitió el Derecho a condiciones de trabajo equitativas y satisfactorias (artículo 7 del Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales) el 4 de mayo de 2015, donde junto con la Red Latinoamericana de Organizaciones no gubernamentales de Personas con Discapacidad y sus Familias (RIADIS) y la Unión Latinoamericana de Ciegos (ULAC), el cual tiene como objetivo central relevar las principales demandas así como, algunas propuestas y buenas prácticas existentes en la región. En este sentido, cifras de la Comisión Económica

---

<sup>48</sup>CABAS, Carlos Mario. Sobre los derechos humanos de las personas con discapacidad. Bogotá D.C.: ¡Proclama!, julio-Agosto de 2015. 6 p.

<sup>49</sup>NACIONES UNIDAS. Comité de Derechos Económicos, Sociales y Culturales. América Latina. Bogotá D.C.: Naciones Unidas, 2015.

<sup>50</sup>Ibíd.

para América Latina (CEPAL) unos 400 millones de personas con discapacidad viven en la región y un 80% se encuentran desempleadas o subempleadas”.<sup>51</sup>

Una situación bastante común es aquella en la que los trabajadores con discapacidad son remunerados con pagos de salarios inferiores o sin ningún salario o pago. “En México, por ejemplo, 14% de las personas que trabajan no reciben salario y 22,6% ganan menos de un salario mínimo. Una situación semejante se observa en Brasil, donde 30% de las personas con discapacidad ganan menos de un salario mínimo. Otro claro ejemplo de la falta de oportunidades laborales para las personas con discapacidad es el tipo de trabajo al cual se puede tener acceso.

En Chile, solo un tercio de las personas con discapacidad ocupadas tienen un trabajo de jornada completa. Muchas tienen empleos informales, trabajan por cuenta propia o están subempleadas. En Bolivia, casi 40% son trabajadores autónomos o informales, y en Honduras y Nicaragua 73% trabajan como autónomos o en relación de dependencia, pero sin recibir remuneración alguna”.<sup>52</sup>

Para tratar de revertir esta situación en “algunos países (Argentina, El Salvador, Nicaragua, Brasil, Panamá, México, Uruguay y Venezuela), fueron aprobadas leyes que fijan cuotas para el empleo de personas con discapacidad, además entidades públicas o empresas privadas de determinados tamaños deben contratar los resultados obtenidos son tan improductivos como desalentadores”.<sup>53</sup>

**1.5.2 Análisis de inclusión laboral nivel Colombia.** En Colombia el Programa “Pacto de Productividad” es una iniciativa que busca desarrollar un modelo de inclusión laboral para personas con discapacidad en el que se articulen y fortalezcan en alianza con el sector empresarial, los servicios de formación e inclusión, con el fin de mejorar las oportunidades de empleo de las personas con discapacidad auditiva, visual, física y cognitiva a través de su vinculación como trabajadores formales en los procesos productivos del sector empresarial.

El Programa busca el desarrollo de las capacidades locales, la generación de estrategias, sostenibilidad y su réplica en otras ciudades. El objetivo principal del “Programa Pacto de Productividad es mejorar las oportunidades de empleo para las personas con discapacidad, contribuyendo de esa forma a su inclusión económica y social”.<sup>54</sup>

---

<sup>51</sup>NACIONES UNIDAS. Comité de Derechos Económicos, Sociales y Culturales. América Latina. Bogotá D.C.: Naciones Unidas, 2015.

<sup>52</sup>Ibíd., 2 p.

<sup>53</sup>ATALLA Regina. Leyes Aprobadas. Bogotá D.C.: Comité de Derechos Económicos, Sociales y Culturales. América Latina, 2015.

<sup>54</sup>PACTO DE PRODUCTIVIDAD, Programa empresarial de promoción laboral para personas con discapacidad. Bogotá D.C., 2015. Disponible en la dirección <<http://www.pactodeproductividad.com/>> [En línea]. [18 de febrero de 2016].

El Programa “Pacto de Productividad” se organiza en cuatro componentes que se ejecutan en forma simultánea, concentrándose en las distintas poblaciones que hacen parte de su objetivo de acción. El primero busca la movilización del sector empresarial para la inclusión laboral de las personas con discapacidad; el segundo, el fortalecimiento de la oferta de servicios de las instituciones de inclusión laboral a nivel técnico; el tercero, la ampliación de la oferta de capacitación para las personas con discapacidad en formatos accesibles; y el cuarto, la difusión y socialización del Programa.

Además del objetivo particular de cada uno de los componentes, se promueve el trabajo articulado entre los distintos tipos de servicios relacionados con la inclusión laboral de las personas con discapacidad (rehabilitación, capacitación, intermediación y colocación) para que estas personas se beneficien de ellos, en condiciones de calidad, integralidad y accesibilidad de manera que la inclusión laboral sea efectiva y sostenible.

Según el libro titulado “Realidad y contexto situacional de la población con limitación visual en Colombia, una aproximación desde la justicia y el desarrollo humano” publicado por INCI, por medio de una encuesta determinaron que la población con discapacidad visual, presenta un grado de formación académica tales como: básica primaria, técnico, tecnólogo, pregrado y postgrado, sin embargo desempeñan cargos como agente de call center, ayudante, docente, vendedor, psicólogo, profesional universitario entre otros, los cuales el 45% reciben como pago menos de un salario mínimo.

**1.5.3 Análisis de inclusión laboral nivel Bogotá.** Por otra parte en Bogotá el 23 de junio de 2015 salió la directiva 010 la cual fue firmada por el alcalde Gustavo Petro, donde ordenó a todas las entidades del distrito vincular laboralmente a personas con discapacidad ya sea en cargos de planta temporal o por prestación de servicios, la cual busca que las empresas del distrito, las secretarías y los institutos así como toda entidad que este dentro de la disponibilidad de la ciudad capital, deba recibir laboralmente a las personas con discapacidad en un porcentaje de no menos del 3% del total de los trabajadores por entidad.<sup>55</sup>

No obstante, en Bogotá no existe ningún restaurante que incluya personas con discapacidad visual como trabajadores, en cambio en Europa existe una franquicia llamada DANS LE NOIR?, reconocida desde el 2004, a continuación se encontrará una pequeña descripción del restaurante europeo.

Dans le Noir es un concepto creado y operado por Ethik Investment Group, como un grupo europeo independiente que desarrolla programas de franquicias y

---

<sup>55</sup>VILLAMIZAR, Nelson Julián. Directiva 010 de 2015 una reivindicación de derechos para la empleabilidad de las personas con discapacidad. Bogotá D.C.: ¡Proclama!, Julio-Agosto de 2015. 3 p.

oportunidades, con más de un millón de visitantes por todo el mundo desde el 2004, esta experiencia es el mayor éxito internacional, apoyado solo por los medios de comunicación internacional, además de mercadeo voz a voz y a través de las recomendaciones de las personas.

Trabajan por todo el mundo con Innovaciones Sociales, junto con nuestras Event and Training and Consulting Divisions, compartiendo la percepción positiva de las diferencias con unas grandes corporaciones e instituciones, creando el aprecio para aquellos que tienen discapacidades.<sup>56</sup>

## **1.6 ANÁLISIS DOFA**

Este análisis está diseñado para permitir al investigador saber el entorno de la empresa o sector en el que se va a desarrollar, la herramienta describe factores internos (fortalezas y debilidades), factores externos (oportunidades y amenazas), los cuales permiten formular estrategias que permitan afrontar las amenazas del entorno y las debilidades de la empresa; para este estudio se realizará el análisis DOFA del sector.<sup>57</sup> Ver Cuadro 7.

---

<sup>56</sup>DANS LE NOIR. Información general del restaurante Dans Le Noir. Bogotá D.C., 2008. Disponible en la dirección < <http://www.danslenoir.com/index.es.html> >. [En línea]. [19 de febrero de 2016].

<sup>57</sup>SERNA, GÓMEZ Humberto. Gerencia Estratégica. 3R editores. Décima edición, p 185-186.

**Cuadro 7. Análisis DOFA**

	<b>DEBILIDADES</b>	<b>FORTALEZAS</b>
Factores internos	<p><b>D1</b> Desconocimiento del Fitness por falta de una definición generalizada y de poca publicidad sobre ella.</p> <p><b>D2</b> No existe inclusión laboral a personas con discapacidad visual.</p> <p><b>D3</b> Los restaurantes presentan una alta rotación de personal.</p> <p><b>D4</b> Falta de capacitación en el personal.</p>	<p><b>F1</b> Los restaurantes Fitness se catalogan como un tipo de restaurante Gourmet.</p> <p><b>F2</b> Brindan productos saludables (Comida Fitness).</p> <p><b>F3</b> Los restaurantes Fitness se clasifican entre los tres y cinco tenedores.</p>

**Cuadro 7. (Continuación.)**

	<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
Factores externos	<p><b>O1</b> Las comidas fuera del hogar tuvieron una variación de 5,95%, aumentando en comparación del año anterior, según el Índice de precios al consumidor en Colombia.</p> <p><b>O2</b> Reconocimiento de la gastronomía Colombiana.</p> <p><b>O3</b> Los Acuerdos vigentes en Colombia atraen nuevas tecnologías, aumentando la posibilidad de adquisición.</p> <p><b>O4</b> Bogotá D.C. se considera una cosmopolita a nivel gastronómico.</p> <p><b>O5</b> Gran tendencia del Fitness.</p> <p><b>O6</b> Crecimiento del PIB, con una participación del 4,1% en Comercio, reparación, restaurantes y hoteles en Bogotá D.C.</p> <p><b>O7</b> Aumento en la población de Bogotá D.C.</p> <p><b>O8</b> Normatividad Laboral que acoge a las personas con capacidades diferentes.</p> <p><b>O9</b> Demanda de comida saludables insatisfecha.</p> <p><b>O10</b> Existencia de personas desempleadas en el mercado laboral para el posible restaurante.</p> <p><b>O11</b> Crecimiento de las TIC en los restaurantes.</p> <p><b>O12</b> Crecimiento en el interés de las personas por mantener una buena salud.</p> <p><b>O13</b> Aumento de preocupación en las personas por alimentarse saludablemente, balanceadamente, en porciones adecuadas (comida Fitness)</p>	<p><b>A1</b> Aumento en el IPC en el 2015 del 6,77%, siendo este el doble del año anterior.</p> <p><b>A2</b> Incremento de impuestos en el último año.</p> <p><b>A3</b> Alto índice de ingreso de franquicias extranjeras al país.</p> <p><b>A4</b> Existencia 22.000 restaurantes legales en Bogotá D.C.</p> <p><b>A5</b> Rechazo a personas con discapacidad visual.</p> <p><b>A6</b> Reforma tributaria, ya que incrementa el impuesto a personas jurídicas.</p> <p><b>A7</b> Crecimiento de la normatividad ambiental.</p> <p><b>A8</b> Incremento de personas desplazadas a la ciudad.</p> <p><b>A9</b> Relación instantánea de las personas de comida Fitness con poca comida y un alto precio.</p> <p><b>A10</b> Los restaurantes de comida Fitness son excluyentes ya que están enfocados a un nicho de mercado, es decir personas que tengan una alimentación saludable.</p>

## 2. ESTUDIO DE MERCADO

Este capítulo tiene como finalidad tener un horizonte sobre los posibles clientes externos e internos del restaurante Fitness del presente proyecto. Además, se observará el comportamiento de la demanda y realizar proyecciones de la misma, analizar el comportamiento de la oferta y la competencia.

La recolección de datos se realizará a través del uso de herramientas como la investigación de mercado, la segmentación de mercado, el marketing mix, el análisis de la oferta, la demanda, caracterizar el comportamiento actual del sector; estas herramientas servirán para conocer mejor el cliente al que se quiere llegar.

### 2.1 ESTADO ACTUAL DEL SECTOR

A través de la caracterización del sector se mostrará el sector restaurantes además se presentarán las barreras de entrada en la ciudad de Bogotá D.C., que intervienen en el desarrollo del proyecto.

**2.1.1 Caracterización del sector.** Se presentarán las variables macro y micro del sector de restaurantes en la ciudad de Bogotá; dentro de las variables macro se mencionará el PIB, el IPC, los salarios, la tasa de empleo, consumo per cápita y la tasa de cambio, de las cuales se profundizarán en las tres últimas debido a que las primeras tres fueron mencionados en el diagnóstico.

Por otra parte, las variables micro que se describirán son costos fijos y variables, tecnología dura y blanda, tipo de demanda real y potencial, por último la competencia directa e indirecta.

**2.1.1.1 Tasa de empleo y desempleo de la rama restaurantes.** Según el DANE, “En el tercer trimestre de 2015, la tasa de desempleo se ubicó en 8,8% en Bogotá D.C., y a nivel nacional fue de 9,0%. Para la capital del país se presentó una tasa de desempleo superior a la registrada en el mismo trimestre del año anterior, la cual fue de 8,5%”.<sup>58</sup>

En la Tabla 14., y Gráfico 12., se ilustra los Indicadores trimestrales del mercado laboral, total nacional y Bogotá D.C. 2014- 2015 (III trimestre).

---

<sup>58</sup>BOLETÍN TÉCNICO. Producto Interno Bruto Trimestral Bogotá D.C. Tercer Trimestre de 2015 preliminar. Bogotá D.C.

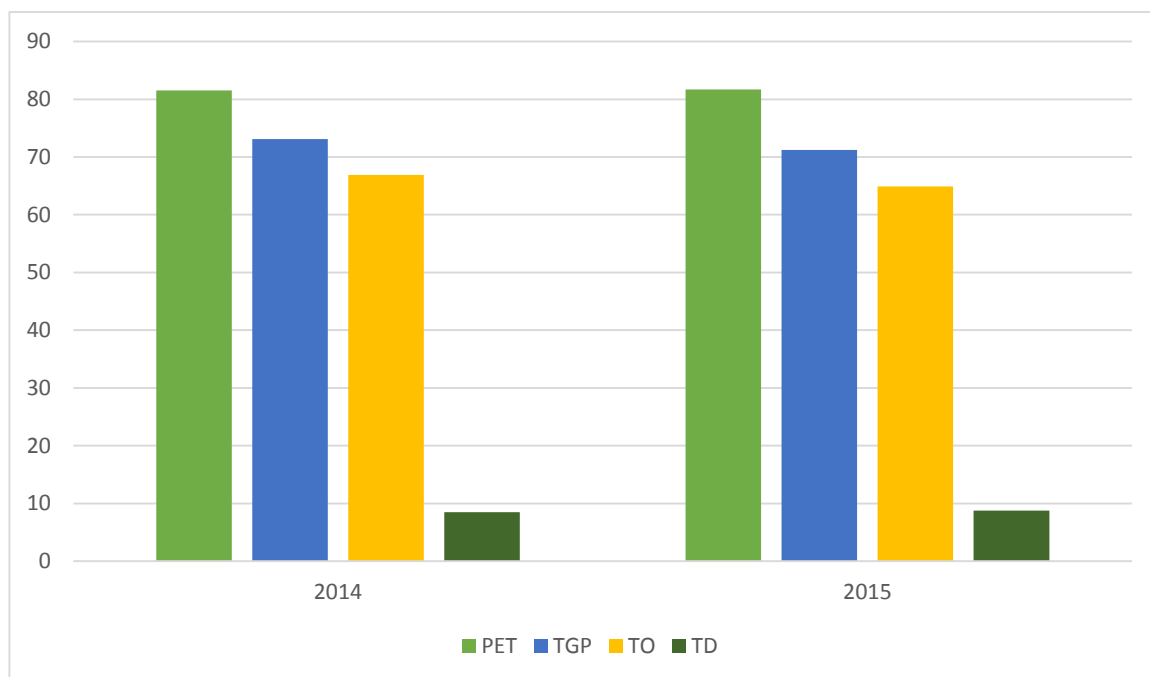


**Tabla 14.** Indicadores trimestrales del mercado laboral.

INDICADOR	TASA NACIONAL		BOGOTÁ D.C.	
	2014	2015	2014	2015
Porcentaje de la población en edad de trabajar (PET)	79,6	79,8	81,5	81,7
Tasa global de participación (TGP)	64,3	64,4	73,1	71,2
Tasa de ocupación (TO)	58,6	58,6	66,9	64,9
Tasa de desempleo (TD)	8,8	9,0	8,5	8,8

**Fuente:** BOLETÍN TÉCNICO. Producto Interno Bruto Trimestral Bogotá D.C. Tercer Trimestre de 2015 preliminar. Bogotá D.C. (Consultado 24/02/2016)

**Gráfico 12.** Indicadores trimestrales del mercado laboral.



**Fuente:** BOLETÍN TÉCNICO. Producto Interno Bruto Trimestral Bogotá D.C. Tercer Trimestre de 2015 preliminar. Bogotá D.C. (Consultado 24/02/2016)

“Tanto a nivel nacional como en Bogotá D.C., la rama de comercio, reparación, restaurantes y hoteles fue la que más empleo generó y la tercera en crear valor agregado. Establecimientos financieros, seguros, actividades inmobiliarias y

servicios a las empresas fue la rama que más valor agregado generó en la ciudad y el país”.<sup>59</sup>

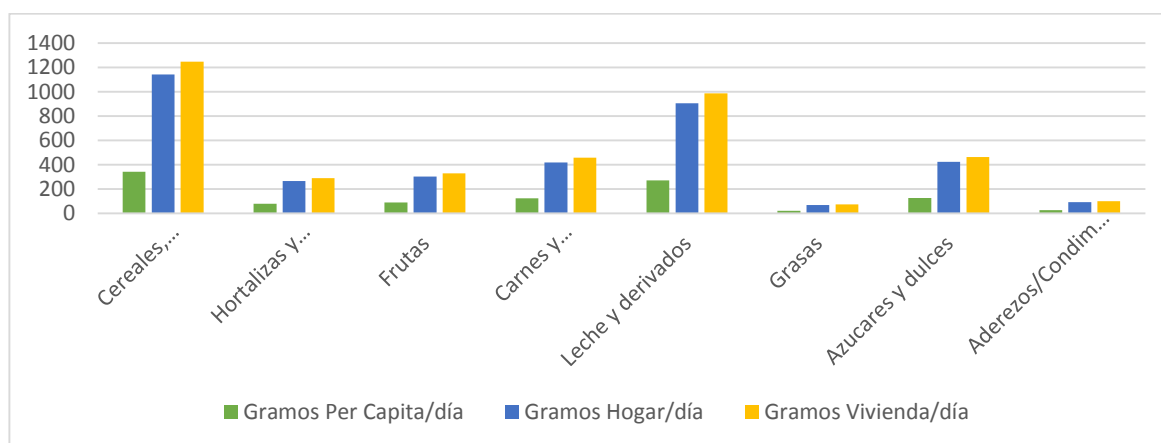
**2.1.1.2 Consumo per cápita Bogotá.** Es el consumo por persona, en este caso es el consumo de alimentos por cada habitante de Bogotá D.C., dado el análisis del Boletín N°41, el cual tiene por nombre Consumo de Alimentos y Producción de Residuos Sólidos Orgánicos en el uso residencial urbano de Bogotá D.C., se expone en la Tabla 15., y Gráfico 13., se ilustra el Consumo de alimentos Per Cápita, por hogar y por vivienda.

**Tabla 15.** Consumo de alimentos per cápita, por hogar y por vivienda.

ALIMENTOS	CONSUMO GRS.PER CAPITA/DÍA	CONSUMO GRS. POR HOGAR/DÍA	CONSUMO GRS.POR VIVIENDA/DÍA
Cereales, plátanos y Tubérculos	343,0	1.142,4	1.247,6
Hortalizas y Verduras	79,9	266,2	290,7
Frutas	90,8	302,5	330,3
Carnes y Leguminosas	125,8	419,0	457,6
Leche y derivados	271,6	904,5	987,8
Grasas	20,8	69,3	75,7
Azúcares y dulces	127,4	424,4	463,5
Aderezos/Condimentos/Misceláneos	27,9	92,8	101,3
Consumo alimentos per cápita / día	1.087,2	3.621,1	3.954,3

**Fuente:** <http://www.sdp.gov.co/portal/page/portal/PortalSDP/InformacionTomaDecisiones/Estadisticas/Bogot%E1%20Ciudad%20de%20Estad%EDsticas/2012/DICE125-CartillaAlimentos-2012.pdf>. (Consultado 24/02/2016)

**Gráfico 13.** Consumo de alimentos per cápita, por hogar y por vivienda.



**Fuente:** <http://www.sdp.gov.co/portal/page/portal/PortalSDP/InformacionTomaDecisiones/Estadisticas/Bogot%E1%20Ciudad%20de%20Estad%EDsticas/2012/DICE125-CartillaAlimentos-2012.pdf>. (Consultado 24/02/2016)

<sup>59</sup>BOLETÍN TÉCNICO. Producto Interno Bruto Trimestral Bogotá D.C. Tercer Trimestre de 2015 preliminar. Bogotá D.C.

“Estos primeros indicadores referentes al consumo diario, se convierten en consumos al mes y al año, según estratos y/o nivel de ingresos por localidad, cuenca pluvial, cuenca sanitaria y cuenca hídrica.

Adicionalmente, para efectos de precisar los consumos de alimentos según estrato se parte de los datos aportados por el Plan Maestro de Seguridad Alimentaria para Bogotá-PMASAB, respecto a los alimentos comprados y disponibles en el hogar por Persona /día y estrato.

El estrato se considera según la siguiente clasificación: bajo (Estratos 1-2), medio (estratos 3-4) y alto (estratos 5-6), y de conformidad con los grupos de alimentos allí establecidos en la Tabla 16., y Gráfico 14.

En principio se toman las cantidades de gramos per cápita al día de estos alimentos y se conjugan con las poblaciones según estratos, localidades y cuencas, con la cantidad de personas por hogar, para definir los consumos por hogar, y con la cantidad de hogares por vivienda para determinar los consumos de alimentos por vivienda”.<sup>60</sup>

---

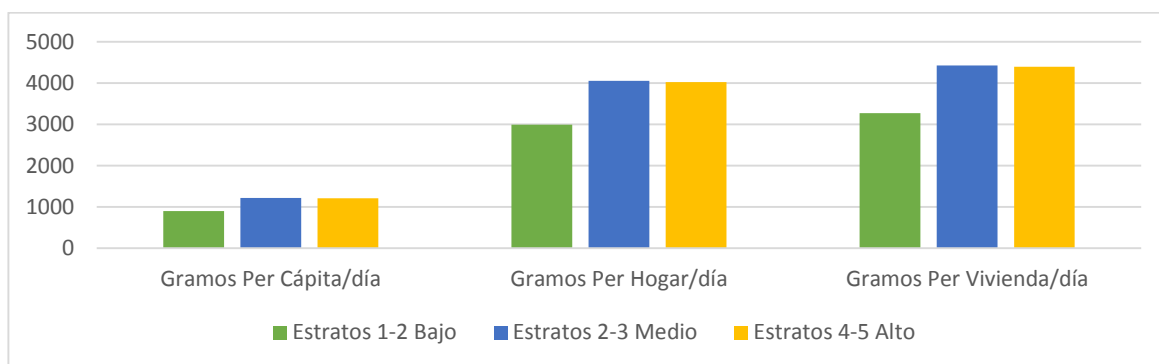
<sup>60</sup>SECRETARÍA DE PLANEACIÓN. “Boletines 2012”. Disponible en <<http://www.sdp.gov.co/portal/page/portal/PortalSDP/InformacionTomaDecisiones/Estadisticas/Bogot%E1%20Ciudad%20de%20Estad%EDsticas/2012/DICE125-CartillaAlimentos-2012.pdf>>. [En línea]. [20 de febrero del 2015].

**Tabla 16.** Consumo de alimentos per cápita estratificada.

TIPO DE CONSUMO	ALIMENTOS	ESTRATOS 1-2 BAJO	ESTRATOS 3-4 MEDIO	ESTRATOS 5-6 ALTO
Gramos per cápita/ día	Cereales, plátanos y Tubérculos	346,6	370,6	248,1
	Hortalizas y Verduras	64,3	97,6	86,0
	Frutas	53,1	118,0	150,8
	Carnes y Leguminosas	103,2	142,1	161,5
	Leche y derivados	206,9	313,4	388,4
	Grasas	14,2	10,0	20,0
	Azucares y dulces	99,5	154,3	151,9
	Aderezos/Condimentos/Misceláneos	12,3	12,8	2,8
	Consumo alimentos per cápita/ día	900,1	1.218,8	1.209,6
Gramos por hogar/ día	Cereales, plátanos y Tubérculos	1.154,5	1.234,3	826,3
	Hortalizas y Verduras	214,0	325,1	286,5
	Frutas	176,9	392,9	502,3
	Carnes y Leguminosas	343,8	473,3	538,0
	Leche y derivados	689,2	1.044,0	1.293,5
	Grasas	47,3	33,3	66,6
	Azucares y dulces	331,5	513,9	506,1
	Aderezos/Condimentos/Misceláneos	40,8	42,7	9,3
	Consumo alimentos per cápita/ día	2.998,0	4.059,3	4.028,7
Gramos por vivienda/ día	Cereales, plátanos y Tubérculos	1.260,8	1.347,9	902,4
	Hortalizas y Verduras	233,7	355,1	312,9
	Frutas	193,2	429,0	548,6
	Carnes y Leguminosas	375,4	516,8	587,5
	Leche y derivados	752,6	1.140,0	1.412,6
	Grasas	51,6	36,4	72,8
	Azucares y dulces	362,0	561,1	552,6
	Aderezos/Condimentos/Misceláneos	44,6	46,6	10,1
	Consumo alimentos per cápita/ día	3.273,9	4.432,9	4.399,4

**Fuente:** <http://www.sdp.gov.co/portal/page/portal/PortalSDP/InformacionTomaDecisiones/Estadisticas/Bogot%E1%20Ciudad%20de%20Estad%EDsticas/2012/DICE125-CartillaAlimentos-2012.pdf>. (Consultado 24/02/2016)

**Gráfico 14.** Consumo de alimentos per cápita estratificada.



**Fuente:** <http://www.sdp.gov.co/portal/page/portal/PortalSDP/InformacionTomaDecisiones/Estadisticas/Bogot%E1%20Ciudad%20de%20Estad%EDsticas/2012/DICE125-CartillaAlimentos-2012.pdf>. (Consultado 24/02/2016)

**2.1.1.3 Comidas fuera del Hogar.** La información presentada, para definir el estado actual en cuanto a la variación y contribución mensual y anual de algunos grupos y subgrupos de diciembre de 2015, en específico Comidas fuera del hogar fue recopilada del boletín técnico Índice de precios al consumidor emitido por el Departamento Nacional de Estadística (DANE), la presentación y el análisis de los datos se puede observar en el Capítulo uno (1) “DIAGNÓSTICO PESTAL COLOMBIA” “Factores económicos IPC” pág. 19 a 23.

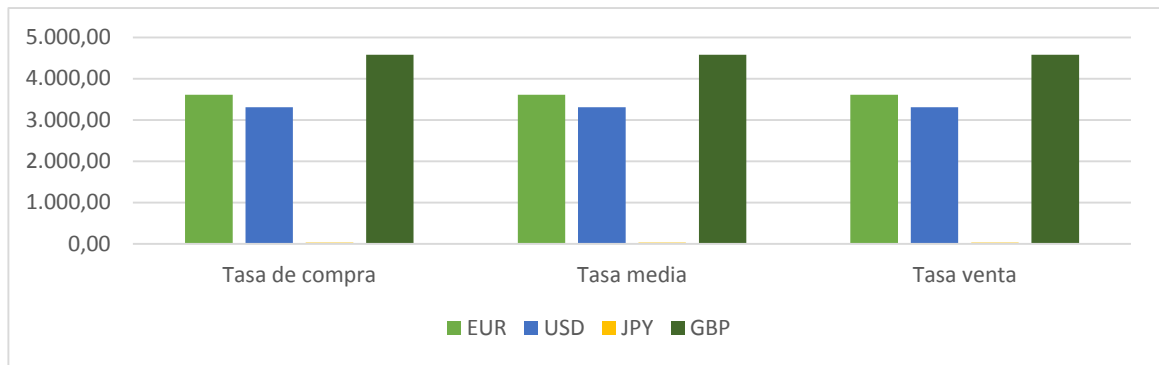
**2.1.1.4 Tasa de Cambio.** Es el intercambio de divisas entre diferentes países, Colombia maneja cuatro divisas, en la Tabla 17., y Gráfico 15., se ilustra el valor equivalente del peso Colombiano frente a las diferentes monedas.

**Tabla 17.** Divisas

ISO 4217	MONEDA	TASA DE COMPRA	TASA MEDIA	TASA VENTA
EUR	Euro	3.612,394	3.612,300	3.612,195
USD	Dólar Estadounidense	3.306,540	3.306,000	3.305,450
JPY	Yen Japonés	29,020	29,019	29,018
GBP	Libra esterlina	4.583,195	4.583,107	4.583,006

**Fuente:** <http://www.banrep.gov.co/es/tasa-cambio-monedas-reserva>. (Consultado 28/02/2016)

**Gráfico 15. Divisas**



**Fuente:** <http://www.banrep.gov.co/es/tasa-cambio-monedas-reserva>. (Consultado 28/02/2016)

**2.1.1.5 Costos fijos y costos variables.** Los costos de un ente económico sirven para controlar las finanzas de un negocio, son parte vital de la administración, existe una clasificación en los costos de un restaurante, según el artículo de la revista La Barra y de “acuerdo con estudios realizados por la Asociación Colombiana de la Industria Gastronómica -Acodrés-, se ha podido establecer que los costos en la industria de restaurantes se dividen de la siguiente manera:

- **Costos fijos.** Son gastos que no dependen del nivel de ventas de un restaurante, como: seguros e impuestos a la propiedad, gastos financieros (no relacionados con la operación), arriendos, depreciaciones y nómina del personal de planta. Se ubican entre el 35 y el 45 por ciento de los costos totales.
- **Costos variables y semi-variables.** Son aquellos que están relacionados directamente con la venta. Estos fluctúan entre el 55 y el 65 por ciento de los costos totales. Entre ellos se encuentran:
  - **Costo de venta.** Valor de la materia prima necesaria para la elaboración de los platos. Se ubica entre el 30 y el 35 por ciento de las ventas netas.
  - **Nómina variable.** Requerimientos de personal no permanentes. Se ubica entre el 30 y el 50 por ciento de la nómina total.
  - **Gastos operacionales.** Gastos directos de operación, tales como música y entretenimiento, mercadeo, servicios públicos, mantenimiento o servicios generales de administración. Se ubican entre el 13 y el 20 por ciento de la venta neta.

Si la estructura de costos de un restaurante falla, es probable que la calidad de su gestión se deteriore, tanto al interior de la organización como hacia los clientes; así mismo, las utilidades se verán reducidas significativamente.

Manejar los costos es un tema delicado, pero a la vez sencillo de llevar. Solo es necesario contar con procesos claros, en cuanto a recetas estandarizadas, manejo de inventarios o gestión de compras.

Además, conocer y realizar estimativos permanentes sobre niveles de ocupación, rotación de mesas, requerimientos de personal, con el fin de organizar la producción, afirma Francisco Ortiz, Consultor y Director de Orquin, Hospitalidad y Facilities. Los siguientes son algunos de los aspectos que se deben tener en cuenta para implementar un adecuado control de costos:

- Estandarizar recetas y calcular su costo.
- Establecer un sistema de gestión de compras organizado.
- Evaluar y elegir los proveedores que mejor relación precio/calidad ofrezcan.
- Realizar estimativos de ventas: ocupación, rotación de mesas, consumo promedio y días de servicio al año.
- Definir la base de trabajadores requeridos para la operación del restaurante, fija y temporal.

No permita que su contabilidad esté atrasada, debe implantar un sistema de información que le permita disponer de información confiable para tomar decisiones oportunas, por tal razón, dentro de los cinco primeros días de cada mes debe tener a su disposición un documento que le informe qué pasó en el mes inmediatamente anterior. No espere hasta el último día del último mes para saber cómo le fue; de pronto no va a tener tiempo para corregir el rumbo, concluye Alberto Villanueva, Investigador y Consultor de restaurantes”.<sup>61</sup>

**2.1.1.6 Tecnología.** Existen dos tipos de tecnología en la industria, dura y blanda; la tecnología blanda, es aquella que consta de los conocimientos, disciplinas, técnicas y tácticas que tenga el talento humano, es decir lo intangible; por otro lado la tecnología dura es aquella tangible, la cual busca llegar a la efectividad.

Dentro de la tecnología blanda, se destaca la educación, la organización, la administración, la contabilidad y las operaciones, la logística, el marketing, la

---

<sup>61</sup>REVISTA LA BARRA. “Control de costos es restaurante”. Disponible en <<http://revistalabarra.com.co/ediciones/ediciones-2012/edicion-51/especial-costos-y-contabilidad/control-de-costos-es-restaurante.htm>>. [En línea]. [21 de febrero del 2015].

estadística, la psicología de las relaciones humanas y del trabajo, y el desarrollo de software. Por otro lado la tecnología dura se compone de maquinarias, instrumentos, redes de telecomunicaciones, dispositivos mecánicos y automáticos, la tecnología de alimentos, biotecnología, hardware que propician la generación de productos y servicios con mejor calidad, novedad e integridad.<sup>62</sup>

**2.1.1.7 Demanda.** La demanda potencial se encuentra en Colombia, debido a que el posible restaurante de comida Fitness en Bogotá D.C., podría en un futuro si llegará ser factible expandirse por toda Colombia, por otro lado la demanda real es Bogotá D.C., ya que es donde se piensa realizar la factibilidad.

**2.1.1.8 Competencia.** La competencia se debe estudiar, ya que permite que tener un mayor conocimiento del entorno en el que se desarrollará el presente estudio, a continuación se menciona la competencia directa e indirecta del proyecto.

- **Competencia directa.** Luego de haber realizado una búsqueda del entorno en cuanto a competencia directa, se encontró que los actuales restaurantes brindan menús con alimentos saludables, light, balanceados, los cuales se clasifican como Fitness, sin embargo esta competencia no brinda la idea que se pretende realizar en este proyecto ya que contará con mezclas de sabores nuevas y placenteras para el paladar; entre los competidores directos están: Fitness Food Solutions, mundo verde salud gourmet, The Salad Factory, Salads to Go, Suna Colombia, Sabana Fresh y Restaurante Zoé.

- **Competencia indirecta.** Bogotá D.C., cuenta con un gran número de restaurantes con todo tipo de comida, los cuales ofrecen alimentos pocos saludables, como también alimentos sanos, tales como: los establecimientos vegetarianos, restaurantes para diabéticos, comidas rápidas, ejecutivos y aquellos que se especializan en un tipo de comida, como por ejemplo china, tailandesa, peruana, italiana y demás.

**2.1.2 Barreras de entrada.** Son elementos que determinan la actividad comercial del proyecto en el sector que se pretende desarrollar. Estas barreras se determinan mediante un análisis del entorno político, económico, social, tecnológico, cultural, ambiental y geográfico; en donde se analizarán las barreras de entrada del sector de restaurantes en la ciudad de Bogotá D.C.

**2.1.2.1 Barreras políticas.** Dentro de las barreras políticas se encuentra el impuesto del IVA, además del decreto 4589 de 2006, el cual se refiere a el arancel de aduanas para cada una de las mercancías que se importen decretado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, es importante mencionar este decreto

---

<sup>62</sup>TECNOLOGÍAS. “Tecnología blanda y dura”. Disponible en <<http://es.slideshare.net/DanielCR/tecnologas-blandas-y-duras> >. [En línea]. [21 de febrero del 2015].



e impuesto debido a que para el buen montaje y demás funcionamiento del restaurante se ve la necesidad de importar algunos productos.

Otra barrera de entrada respecto a lo político, tiene que ver con la organización de la Alcaldía Mayor de Bogotá, respecto a los Decretos y al plan de desarrollo a ejecutar por el nuevo mandato de Enrique Peñalosa, que puedan influir dentro del desarrollo del proyecto en general.

**2.1.2.2 Barreras económicas.** La principal barrera de entrada con respecto a lo económico es la ausencia de capital para iniciar y poner en marcha el proyecto; respecto a esta barrera se puede contar con diferentes alternativas como inversión de terceros o financiación mediante entidades privadas o gubernamentales que se encuentren interesados en apoyar el emprendimiento empresarial, debido a que es un proyecto de gran inversión se pueden presentar algunos inconvenientes.

“En la ciudad de Bogotá D.C. se encuentran diferentes entidades financieras que dentro de su servicio se encuentra ofrecer recursos de manera directa para poner en marcha un negocio o empresa. Algunas entidades financieras son Bancamía, Fimsa - Empresa de Microcrédito, Fundación Coomeva, Fundación Mundo Mujer, Visión Mundial Colombia, Cooperativa Cafetera de Ahorro y Crédito – Coopercafé, Asoempro – Unión Temporal IECE – Coopac, Corfas, Forjar CDA y Oportunidad Latinoamérica Colombia – OLC.”<sup>63</sup>

Otra barrera de entrada de acuerdo al PESTAL de Bogotá realizado en el diagnóstico pág. 19, es la tendencia creciente del IPC, lo cual lleva al incremento de precios en la canasta familiar afectando significativamente a los alimentos materia prima para la realización de productos en el restaurante.

**2.1.2.3 Barreras socio – culturales.** Algunos elementos socio culturales que se consideran barreras de entrada son los estilos de vida y la preferencia de los diferentes consumidores por restaurantes con ciertos tipos de comida y la calidad de servicio que ya están posicionados en el sector los cuales ya tienen gran reconocimiento.

La tendencia Fitness hoy en día está en auge, lo cual proporciona una gran demanda, como barrera de entrada se encuentra la aceptación de comida orgánica y saludable, con sabores diferentes y auténtica, lo cual traería diferentes beneficios al consumidor al empezar a alimentarse de una manera saludable.

Así mismo el desconocimiento del Fitness como salud, es esencial debido a que este es relacionado de acuerdo a la percepción de cada persona, más no lo que a

---

<sup>63</sup>BOGOTÁ EMPRENDE. “Crédito financiero para creadores de empresa”. Disponible en <<http://www.bogotaemprende.com/contenido/contenido.aspx?conID=4065&catID=773>>. [En línea]. [17 de marzo de 2015].

nivel general realmente significa, esto se debe a la falta de publicidad e información clara del mismo concepto.

Por otro lado, se presenta otra barrera de entrada con respecto a la percepción de las personas al momento de relacionar comida Fitness gourmet con precios altos y pequeñas porciones, sin dejar de lado la barrera más importante, que es romper con el esquema socio cultural en cuanto al servicio que se quiere prestar al tener como capital humano a personas con discapacidad visual.

**2.1.2.4 Barreras tecnológicas.** Se consideran barreras tecnológicas todas aquellas que tiene relación directa con la fabricación de productos y prestación de buen servicio en el restaurante que está asociado con el proyecto.

Esta barrera se vuelve principal por los costos que implican la compra de maquinaria y software de punta como sistemas POS&TOUCH.<sup>64</sup> Por otro lado en Bogotá hasta ahora se están poniendo en práctica el uso de las TIC para restaurantes algo que podría convenir por el uso de redes sociales además de la creación de páginas web para mayor publicidad del mismo.

Por otro lado, para esta idea de negocio se presenta una gran barrera tecnológica la cual se debe a la implementación de métodos a nivel de prestación del servicio, puesto que las personas que prestarán el mismo son personas con discapacidad visual, es allí donde hay que tener en cuenta la implementación de nuevas estructuras, software y diseños que para ellos sea un ambiente cómodo en el momento de trabajar.

**2.1.2.5 Barreras ambientales.** Respecto a las barreras ambientales el principal obstáculo es la normatividad ambiental, en Colombia propone que cada actividad productora en el país debe implementar y respetar la norma expuesta en la Ley 1124 de 2007.

Para la introducción de un restaurante hay que tener en cuenta el Decreto 1299 de 2008 el cual habla de las obligaciones que debe tener un sistema y proyectos que contribuyan al aumento de su sostenibilidad los cuales buscan disminuir el impacto ambiental.<sup>65</sup>

**2.1.2.6 Barreras legales.** Respecto a las barreras legales la normatividad que se debe cumplir para el adecuado funcionamiento de un restaurante; mientras no se incumpla con los requisitos de estas no se consideran barreras de entrada.

---

<sup>64</sup>RESTAURANTESOFTWARE. "Restauran Software". Disponible en <<http://posandtouch.com/>> [En línea]. [28 de Febrero de 2016].

<sup>65</sup>ALCALDÍA DE BOGOTÁ. "Decreto 1299 de 2008". Disponible en <<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=36256>> [En línea]. [28 de Febrero de 2016].

La principal barrera de entrada es la implementación y funcionamiento completo del IVA, ya que “El IVA es un impuesto indirecto que grava el consumo de bienes y servicios producidos o comercializados en el desarrollo de actividades empresariales o profesionales”.<sup>66</sup>

Siendo así “repercuten IVA por las ventas o las prestaciones de servicios que efectúen. El empresario o profesional, cuando desarrolla su actividad, está obligado a repercutir un IVA sobre el importe de la prestación, que cobra a su cliente, haciéndose cargo del mismo para su posterior ingreso en hacienda. Soportan IVA por todas las adquisiciones que realizan, de bienes, servicios, entre otros. Estos importes son cuotas que pagan con derecho a su deducción posterior en la liquidación del IVA. La liquidación del IVA se realiza restando a la cantidad repercutida a los clientes el importe soportado en las compras”.<sup>67</sup>

Por otro lado, una barrera de entrada es la condición de discapacidad visual que tendrán el capital humano del restaurante, este “es un tema abordado en el mercado laboral colombiano en alguna medida, sin embargo, no es frecuente que las empresas realicen este tipo de contratación. En la mayoría de empresas del país, no existen programas de responsabilidad social empresarial (RSE) que impulsen la vinculación de personas en condición de discapacidad, estas personas deben ser incluidas laboralmente en nuestra sociedad, bajo las mismas garantías y oportunidades que cualquier trabajador”.<sup>68</sup>

A continuación en el Cuadro 8., se ilustrará algunas Normas Integrales de protección a la discapacidad en Colombia, garantías y beneficios a los empresarios que incluyan a personas con discapacidad y las condiciones para acceder a dichos beneficios.

---

<sup>66</sup>MM LA SUMA DE TODOS. “Funcionamiento del IVA y tipos impositivos”. Disponible en <[http://www.madrid.org/cs/StaticFiles/Emprendedores/GuiaEmprendedor/tema2/F15\\_2.3\\_FUNCIONAMIENTO\\_IVA\\_Y\\_TIPOS\\_IMPOSTIVOS.pdf](http://www.madrid.org/cs/StaticFiles/Emprendedores/GuiaEmprendedor/tema2/F15_2.3_FUNCIONAMIENTO_IVA_Y_TIPOS_IMPOSTIVOS.pdf)> [En línea]. [10 de Marzo de 2016].

<sup>67</sup> Ibíd

<sup>68</sup> TRABAJANDO COLOMBIA. “El 64% de las empresas en Colombia no contratan personas en condición de discapacidad”. Disponible en <<http://co.trabajando.com/contenido/noticia/9203/c/empresa/el-64-de-las-empresas-en-colombia-no-contratan-personas-en-condicion-de-discapacidad.html>> [En línea]. [10 de Marzo de 2016].

**Cuadro 8. Normas integrales de protección a la discapacidad en Colombia**

FUNDAMENTO LEGAL	CONDICIONES	BENEFICIOS Y GARANTÍAS
Artículo 24 de la Ley 361/97	Tener por lo menos un mínimo del 10% de sus empleados en condiciones de discapacidad, certificada en la oficina de trabajo de la respectiva zona. Que hayan sido contratados por lo menos con anterioridad a un año. Que permanezcan en la empresa por un lapso igual al de la contratación.	Preferencia en igualdad de condiciones en los procesos de licitación, adjudicación y celebración de contratos sean estos públicos o privados.
Artículo 24 de la Ley 361 de 1997	Ley 361 de 1997 Orientar estos créditos y subvenciones al desarrollo de planes y programas que impliquen la participación activa y permanente de personas con discapacidad.	Prelación en el otorgamiento de créditos o subvenciones de organismos estatales. Bajas tasas arancelarias a la importación de maquinaria y equipo especialmente adaptados o destinados al manejo de personas con limitación.
Artículo 31 de la Ley 361 de 1997	Ocupar trabajadores con limitación no inferior al 25% comprobada. Que el empleador esté obligado a presentar declaración de renta y complementarios.	Deducción de la renta del 200% del valor de los salarios y prestaciones sociales pagados durante el año o periodo gravable a los trabajadores con discapacidad, mientras esta subsista.
Artículo 31 de la Ley 361 de 1997	Contratar aprendices que sean personas con discapacidad comprobada no inferior al 25%.	Disminución del 50% en la cuota de aprendices que está obligado a contratar el empleador.
Artículo 13 de la Ley 789 de 2002	Vincular trabajadores adicionales a los que tenía en promedio en el año 2002. Entre estos trabajadores se deben encontrar personas con discapacidad no inferior al 25% debidamente calificada por la entidad competente. Que estos trabajadores no devenguen más de 3 salarios mínimos legales mensuales vigentes	Exclusión del pago de los correspondientes aportes a: Régimen del Subsidio Familiar, Servicio Nacional de Aprendizaje, SENA, e Instituto Colombiano de Bienestar Familiar, ICBF.

**Fuente:** [http://www.mintrabajo.gov.co/component/docman/doc\\_download/608-16-normas-integrales-de-proteccion-a-la-discapacidad-claudia-p-villamizar-aponte.html](http://www.mintrabajo.gov.co/component/docman/doc_download/608-16-normas-integrales-de-proteccion-a-la-discapacidad-claudia-p-villamizar-aponte.html). (Consultado 10/03/2016)

## 2.2 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

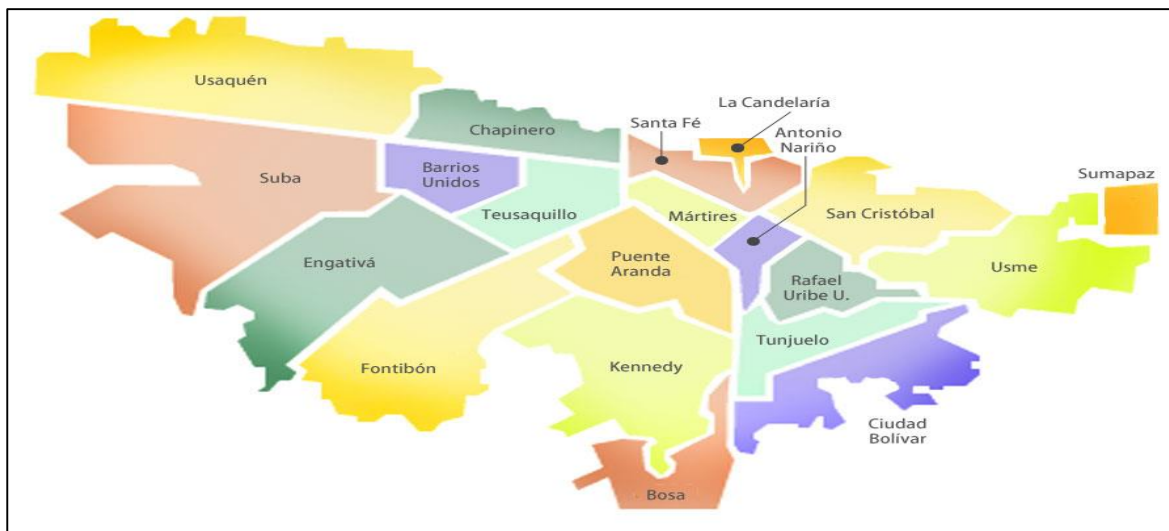
A través de la segmentación del mercado se busca encontrar un grupo específico de consumidores; este grupo debe contar con un perfil adecuado con necesidades semejantes, con la finalidad de obtener buenos resultados y que sea de mayor utilidad para el proyecto.

La idea de negocio del presente trabajo de grado se clasifica como una segmentación de consumo, por lo tanto esta se realizará con aspectos tales como: geográficos, demográficos, psicográficos y conductuales.

**2.2.1 Segmentación geográfica.** A continuación se determinará la ubicación geográfica a través del uso de parámetros de subdivisión (regiones, pueblos, ciudades o países), para el presente proyecto esta segmentación se llevará a cabo en la ciudad de Bogotá D.C.

• **Macro segmentación.** La idea de negocio es crear un restaurante de comida Fitness en la ciudad de Bogotá D.C., ver Imagen 4., la cual está dividida en 20 localidades Usaquéen, Chapinero, Santa Fe, San Cristóbal, Usme, Tunjuelito, Bosa, Kennedy, Fontibón, Engativá, Suba, Barrios Unidos, Teusaquillo, Los Mártires, Antonio Nariño, Puente Aranda, La Candelaria, Rafael Uribe Uribe, Ciudad Bolívar y Sumapaz las cuales se clasifican en por estratos de 1 a 6.

**Imagen 4.** Mapa ciudad de Bogotá y sus localidades.



**Fuente:** [https://www.google.com.co/search?q=mapa+de+la+ciudad+de+bogota+por+localidades&espv=2&biw=1600&bih=775&source=Inms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwj9r4jXoKPLAhWCpR4KHb0cBqEQ\\_AUIBigB&dpr=1#imgrc=QLCCUTMglB9k3M%3A](https://www.google.com.co/search?q=mapa+de+la+ciudad+de+bogota+por+localidades&espv=2&biw=1600&bih=775&source=Inms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwj9r4jXoKPLAhWCpR4KHb0cBqEQ_AUIBigB&dpr=1#imgrc=QLCCUTMglB9k3M%3A). (Consultado 02/03/2016)

“Bogotá D.C. como capital de Colombia es la ciudad con más población del país”<sup>69</sup> es un mercado potencial para penetrar el mercado de este proyecto, la Tasa de la población humana en Bogotá para el año 2015 contó con un total de 7.878.783 personas.

<sup>69</sup>SECRETARÍA DISTRITAL PLANEACIÓN BOGOTÁ. “Reloj poblacional”. Disponible en <<http://www.sdp.gov.co/portal/page/portal/PortalSDP/InformacionTomaDecisiones/Estadisticas/RelojDePoblacion>>. [En línea]. [02 de Marzo de 2016].

**2.2.2 Segmentación demográfica.** En este tipo de segmentación se determina todas aquellas variables poblacionales, definiendo un perfil de los consumidores que pueden influir en el consumo de un producto, este perfil contiene variables como: localidades y estrato, edad, nivel de ingresos, entre otros.

**2.2.2.1 Estrato.** La micro segmentación por estrato se llevará a cabo bajo la selección de localidades que pertenezcan a los estratos 4,5 y 6 debido a que el restaurante ofrecerá comida Fitness clasificándose como restaurante gourmet, entre los 3 a 5 tenedores.

“La ciudad de Bogotá Distrito Capital, se divide en 20 localidades (Acuerdo 2 de 1992) y cada una de ellas cuenta con un Alcalde y una Junta Administradora Local (JAL).”<sup>70</sup> Además el Distrito Capital se clasifica en seis estratos. “La estratificación en el Distrito Capital se emplea para: realizar la facturación de las empresas de servicios públicos domiciliarios, focalizar programas sociales y, determinar tarifas del impuesto predial unificado de las viviendas, de la contribución por valorización y de las curadurías urbanas”.<sup>71</sup>

De acuerdo a la información anterior en la ciudad de Bogotá se clasifican 7 localidades entre los estratos 4,5 y 6 están en el Cuadro 9., donde se nombrarán las localidades, estratos y una breve caracterización.

---

<sup>70</sup> BOGOTÁ COMO VAMOS. “Localidades”. <<http://www.bogotacomovamos.org/localidades>> [En línea]. [10 de Marzo de 2016].

<sup>71</sup> DATOS BOGOTÁ. “Estratificación”. <<http://institutedeestudiosurbanos.info/endatos/0200/02-030-vivienda/02.03.01.htm>> [En línea]. [10 de Marzo de 2016].

**Cuadro 9. Localidades con estratos 4,5 y 6 en Bogotá D.C.**

LOCALIDAD	ESTRATO (4,5,6)	CARACTERÍSTICAS
Usaquén	4,5,6	Con una extensión total de 6.531,32 hectáreas, se ubica en el extremo nororiental de la ciudad y limita, al occidente con la Autopista Norte, que la separa de la localidad de Suba; al sur con la Calle 100, que la separa de la localidad de Chapinero; al norte, con los municipios de Chía y Sopó y al oriente, con el municipio de la Calera. Su población actual está conformada por 494,066 habitantes.
Chapinero	4,5,6	Chapinero tiene una extensión total de 3.898,96 hectáreas con un área rural de 2.664,25 ha (68%) y un área urbana de 1.234,71 ha (32%). Está ubicada en el centro-oriente de la ciudad y limita, al norte, con la calle 100 y la vía a La Calera, vías que la separan de la localidad de Usaquén; por el occidente, el eje vial Autopista Norte-Avenida Caracas que la separa de las localidades de Barrios Unidos y Teusaquillo; en el oriente, las estribaciones del páramo de Cruz Verde, la Piedra de la Ballena, el Pan de Azúcar y el cerro de la Moya, crean el límite entre la localidad y los municipios de La Calera y Choachí. Su población actual está conformada por 137,870 habitantes.
Santafé	4,5,6	Con una área Total de 4.487,74 hectáreas, es la zona central de la capital. Al norte con Canal Arzobispo, Calle: 39, con la localidad de Chapinero, al sur Avenida Calle primera, con la localidad de San Cristóbal y al este con Cerros orientales y zona rural con los municipios de Choachí y Ubaque (poblaciones de Cundinamarca), al oeste con Avenida Caracas, con Teusaquillo, Los Mártires y Antonio Nariño, al interior, en espacio delimitado entre las Carrera Décima y Avenida Circunvalar y entre las Calles 4ª y Avenida Jiménez, se encuentra la localidad de La Candelaria. Su población actual está conformada por 110,153 habitantes.
Suba	4,5,6	Se encuentra ubicada al noroccidente de la ciudad y es la cuarta localidad más extensa de la capital, con 10.056 hectáreas, Limita al Norte con el municipio de Chía; al Sur con la localidad de Engativá; al Oriente con la localidad de Usaquén y al Occidente con el municipio de Cota. Está compuesta por 12 UPZ: La Academia, Guaymaral, San José de Bavaria, Britalia, El Prado, La Alambra, Casa Blanca Suba, Niza, La Floresta, Suba, El Rincón y Tibabuyes y 1 UPR Chorrillos. Su población actual está conformada por 1, 174,736 habitantes.
Kennedy	4	El total de la localidad es de 3855.45 hectáreas, está ubicada en el sur occidente de la sabana de Bogotá y se localiza entre las localidades de Fontibón al norte, Bosa al sur, Puente Aranda al oriente y un pequeño sector colinda con las localidades de Tunjuelito y Ciudad Bolívar, por los lados de la Autopista Sur con Avenida Boyacá, hasta el río Tunjuelito. Su población actual está conformada por 1, 069,469 habitantes.
Fontibón	4	Su extensión es de 3.327,2 hectáreas, representando el 3.9% del distrito. Limita al norte con la Autopista El Dorado, al oriente con la carrera 68, al sur con la Avenida Centenario y al occidente con el Río Bogotá. Su temperatura promedio es de 14 grados centígrados. Su población actual está conformada por 380,453 habitantes.
Barrios Unidos	4	Tiene una extensión total de 1.189,52 hectáreas, todas ellas en el área urbana y es la quinta localidad con menor extensión del Distrito. Se ubica en el noroccidente de la ciudad y limita, al occidente, con la Avenida carrera 68, que la separa de la localidad de Engativá; al sur, con la calle 63, que la separa de la localidad de Teusaquillo; al norte con la calle 100, que la separa de la localidad Suba y, al oriente, con la Avenida Caracas, que la separa de la localidad de Chapinero. Su población actual está conformado por 240,960 habitantes

**Fuente:** <http://www.bogotacomovamos.org/localidades/>(Consultado 02/03/2016)

La Tasa de la población humana en estas 7 localidades de Bogotá para el año 2015 contó con un total de 3.607.707 personas.

**2.2.2.2 Edad.** Esta segmentación permite determinar un rango de edad de los consumidores en mayor medida del producto que ofrecerá el proyecto; se llevará a cabo bajo los estratos 4,5 y 6; localidades ya segmentadas por estrato. En la Tabla 18., y Gráfico 16, muestra el rango de edad por localidad de estratos 4 a 6.

Para llevar a cabo la segmentación por edad se tuvieron en cuenta las personas entre las edades de 15 a 39 años de los estratos 4,5 y 6, debido a que estas en su mayoría llevan el estilo de vida Fitness y es un mercado potencial para el presente estudio de factibilidad.

**Tabla 18.** Población por rango de edad

LOCALIDAD	RANGO EDAD	HOMBRES	MUJERES	AMBOS SEXOS
Usaquén	15-19	17.957	18.529	36.486
Usaquén	20-24	19.951	20.675	40.626
Usaquén	25-29	19.173	20.168	39.341
Usaquén	30-34	18.694	21.832	40.526
Usaquén	35-39	16.998	19.824	36.822
<b>Usaquén</b>	<b>Total</b>	<b>92.773</b>	<b>101.028</b>	<b>193.801</b>
Chapinero	15-19	4.733	4.720	9.453
Chapinero	20-24	6.586	6.596	13.182
Chapinero	25-29	6.465	6.572	13.037
Chapinero	30-34	5.790	6.524	12.314
Chapinero	35-39	4.656	5.239	9.895
<b>Chapinero</b>	<b>Total</b>	<b>28.230</b>	<b>29.651</b>	<b>57.881</b>
Santa Fe	15-19	4.800	4.295	9.095
Santa Fe	20-24	5.039	4.528	9.567
Santa Fe	25-29	4.562	4.157	8.719
Santa Fe	30-34	4.272	4.290	8.562
Santa Fe	35-39	3.960	3.971	7.931
<b>Santa Fe</b>	<b>Total</b>	<b>22.633</b>	<b>21.241</b>	<b>43.874</b>
Kennedy	15-19	43.802	42.139	85.941
Kennedy	20-24	46.414	44.834	91.248
Kennedy	25-29	46.116	45.199	91.315
Kennedy	30-34	44.679	48.427	93.106
Kennedy	35-39	39.996	43.291	83.287
<b>Kennedy</b>	<b>Total</b>	<b>221.007</b>	<b>223.890</b>	<b>444.897</b>

**Fuente:** <http://www.sdp.gov.co/PortalSDP/InformacionTomaDecisiones/Estadisticas/ProyeccionPoblacion> (Consultado 02/03/16)

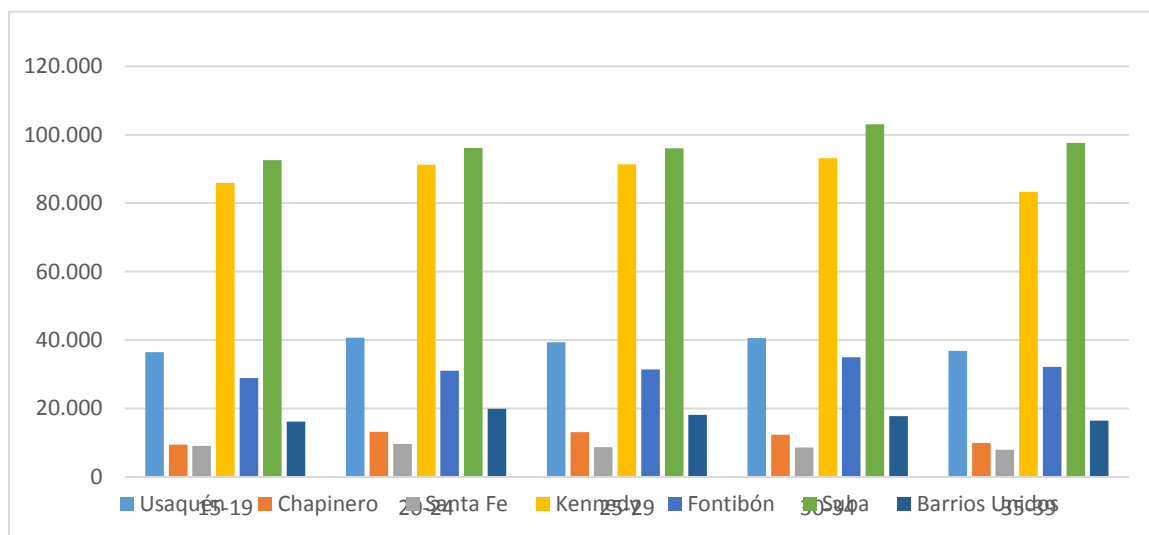


**Tabla18.** (Continuación.)

LOCALIDAD	RANGO EDAD	HOMBRES	MUJERES	AMBOS SEXOS
Fontibón	15-19	14.380	14.506	28.886
Fontibón	20-24	15.415	15.616	31.031
Fontibón	25-29	15.492	15.931	31.423
Fontibón	30-34	16.317	18.603	34.920
Fontibón	35-39	15.049	17.134	32.183
<b>Fontibón</b>	<b>Total</b>	<b>76.653</b>	<b>81.790</b>	<b>158.443</b>
Suba	15-19	46.127	46.444	92.571
Suba	20-24	47.804	48.335	96.139
Suba	25-29	47.399	48.644	96.043
Suba	30-34	48.182	54.817	102.999
Suba	35-39	45.695	51.916	97.611
<b>Suba</b>	<b>Total</b>	<b>235.207</b>	<b>250.156</b>	<b>485.363</b>
Barrios Unidos	15-19	8.263	7.901	16.164
Barrios Unidos	20-24	10.171	9.764	19.935
Barrios Unidos	25-29	9.198	8.960	18.158
Barrios Unidos	30-34	8.528	9.184	17.712
Barrios Unidos	35-39	7.915	8.511	16.426
<b>Barrios Unidos</b>	<b>Total</b>	<b>44.075</b>	<b>44.320</b>	<b>88.395</b>
Total		720.578	752.076	1.472.654

**Fuente:** <http://www.sdp.gov.co/PortalSDP/InformacionTomaDecisiones/Estadisticas/ProyeccionPoblacion> (consultado 02/03/16)

**Gráfico 16.** Población por rango de edad



**Fuente:** <http://www.sdp.gov.co/PortalSDP/InformacionTomaDecisiones/Estadisticas/ProyeccionPoblacion> (consultado 02/03/16)

De acuerdo a los datos de la Tabla 18., para el presente estudio el foco principal son las personas que se encuentran en entre los 15 a los 39 años de edad entre los estratos 4 a 6 de la ciudad de Bogotá, abarcando un margen de edad de 24 años,

esto con el fin de dar a conocer este nuevo proyecto y ofrecer una alternativa saludable para alimentarse fuera del hogar.

La Tasa de la población humana en estas 7 localidades de Bogotá según el rango de edad de 15 a 39 años de edad para el año 2015 conto con un total de 1.472.654 personas.

**2.2.3 Segmentación psicográfica.** Este tipo de segmentación se da por las el estilo de vida, personalidad y actitudes de las personas posibles clientes; para la idea de este proyecto se da la tendencia Fitness debido a que este es el tipo de comida que se ofrecerá.

El cliente debe mantener un estilo de vida el cual involucre una alimentación balanceada, actividad física regular, descanso fisiológico-mental; es decir el cliente actualmente se involucra con el Fitness.

**2.2.4 Segmentación conductual.** Son las actitudes de los clientes hacia el consumo de un producto, se hablara de la innovación al valor del producto y del servicio.

• **Innovación al valor.** Este valor responde al ¿Por qué el consumidor preferiría elegir el posible restaurante de comida Fitness, con inclusión laboral a personas con discapacidad visual en vez de ir a otro lugar?, para dar una respuesta a este interrogante se necesita habar de la tasa de beneficio y la tasa de uso del servicio.

La tasa beneficio que ofrece el montaje de este restaurante es brindar al cliente una alternativa de comida saludable tipo Fitness, además de ofrecer una nueva experiencia a nivel de servicio por el cambio cultural al ser atendido por una persona con capacidades diferentes (discapacidad visual).

Por otro lado la tasa de uso del servicio a ofrecer, será de domingo a domingo, las características de los productos en general se distinguen por ser alimentos sanos y saludables por lo cual se refiere a que tienen a ser orgánicos y bajos en calorías.

## **2.3 INVESTIGACIÓN DE MERCADO**

Es una herramienta vital la cual permite recopilar información del tipo de mercado en estudio, a través de un plan de muestreo que permitirá tomar decisiones del marketing estratégico y operativo, enfocado a satisfacer al cliente.

**2.3.1 Plan de muestreo.** Esta herramienta permite determinar la aceptación o rechazo del producto y/o servicio frente al nicho de mercado objetivo. Este plan se realizará mediante, el tipo de muestreo, el tipo de investigación, tamaño de muestra, finalizando con el diseño y el análisis de los datos de la encuesta personalizada.

**2.3.2 Tipo muestreo.** El tipo de muestreo es no probabilístico, ya que es un procedimiento de selección en el que se desconoce la probabilidad que tienen los elementos de la población para integrar la muestra.<sup>72</sup>

Muestreo intencional en este caso los elementos son escogidos con base en criterios o juicios preestablecidos por el investigador.<sup>73</sup>

Para nuestro estudio los criterios son: género, hombres y mujeres con una edad entre 15 a 39 años, que pertenezcan a los estratos 4,5 y 6, con un estilo de vida Fitness.

**2.3.3 Tipo de investigación.** El tipo de investigación es exploratorio, este tipo de investigación “pretenden darnos una visión general, de tipo aproximativo, respecto a una determinada realidad. Este tipo de investigación se realiza especialmente cuando el tema elegido ha sido poco explorado y reconocido; y cuando más aún, sobre él, es difícil formular hipótesis precisas o de cierta generalidad. Suele surgir también cuando aparece un nuevo fenómeno que por su novedad no admite una descripción sistemática o cuando los recursos del investigador resultan insuficientes para emprender un trabajo más profundo.

**2.3.4 Tamaño de la muestra.** El tamaño de la población finita aleatoria simple, es el conjunto compuesto por una cantidad limitada de elementos, como el número de especies, el número de estudiantes, el número de obreros.<sup>74</sup>

Esta idea de negocio se considera población finita, ya que va dirigido a un nicho de mercado cuyas personas tengan una alimentación saludable, ya que no toda la población de Bogotá D.C. se alimenta de esta forma.

Teniendo en cuenta que para esta idea de negocio la comida Fitness es aquella que cuenta con: proteína (carnes), una porción de harina, hortalizas y verduras (ensalada), frutas y aderezos. Para determinar el tamaño de la muestra es necesario aplicar la Ecuación 1.

#### **Ecuación 1. Tamaño de la muestra**

$$n = \frac{(z^2 * N * p * q)}{e^2(N - 1) + z^2 * p * q}$$

<sup>72</sup> PREZI. “Tipo muestreo”. Disponible en < [https://prezi.com/3ukxa58fx1j\\_/03-poblacion-y-muestra-tipos-de-muestreo/](https://prezi.com/3ukxa58fx1j_/03-poblacion-y-muestra-tipos-de-muestreo/) > [En línea]. [04 de Marzo de 2016].

<sup>73</sup> ARIAS, Fidas G. El proyecto de investigación. Introducción a la metodología científica, 5ta edición. 2006.

<sup>74</sup> COLPOSFESZ. “Conceptos de estadística”. Disponible en <<http://colposfesz.galeon.com/est501/suma/sumahtml/conceptos/estadistica.htm> > [En línea]. [04 de Marzo de 2016].

Donde:

z: Coeficiente de confianza

N: Universo o población

p: Probabilidad a favor

q: Probabilidad en contra

e: Error de estimación

n: Tamaño de la muestra

Es necesario aclarar que las autoras del proyecto decidieron ser imparciales en las probabilidades en contra y a favor, asignando un 0,5 a cada una de las variables (p y q), esto da seguridad al proyecto. A continuación se realizará la solución con los valores correspondientes, donde:

z: 1,96

N: 1.472.654 total segmentación demográfica (edad, estrato)

p: 0,5

q: 0,5

e: 0,05

$$n = \frac{(1,96^2 * 1.472.654 * 0,5 * 0,5)}{0,05^2(1.472.654 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = 384,06 \cong 384 \text{ Encuestas}$$

**2.3.5 Diseño de la encuesta.** El proceso de validación se realizará por medio de un cuestionario que servirá para obtener información específica del estudio, a continuación se ilustrará la ficha técnica de la encuesta.

FICHA TÉCNICA	
Nombre del Proyecto	Estudio de factibilidad para la creación de un restaurante de comida Fitness, con inclusión de personas con discapacidad visual, en la ciudad de Bogotá D.C."
Tipo de la Muestra	Aleatoria simple (cuantitativo)
Título de la Encuesta	Se realizará un encuesta para el estudio de factibilidad de la creación de una restaurante de comida Fitness, con inclusión laboral a personas con discapacidad visual en la ciudad de Bogotá D.C.
Tamaño de la Muestra	384 Encuestas
Ejecución de la Encuesta	Realizada personalmente en físico
Área de desarrollo	Bogotá D.C. Colombia
Población Objetivo	Habitantes estratos 4,5 y 6, entre un rango de edades 15-39 años, con un estilo de vida Fitness.
Fecha de Realización	De marzo 7 a marzo 10 del año 2016

La encuesta diseñada para la ejecución de la recolección de datos del presente estudio de mercado se encuentra en el Anexo A.

**2.3.6 Análisis de la encuesta.** El análisis que se presenta a continuación es basado en la encuesta que se realizó en la ciudad de Bogotá D.C., a 384 personas, con un rango de edad entre 15 a 39 años, que pertenecen a los estratos 4,5 y 6, y llevan un estilo de vida Fitness.

Cabe aclarar que al momento de la validación previa se la primera pregunta a cada persona dispuesta a colaborar fue a qué estrato pertenecía, si fuese el caso que esta perteneciera a un estrato 3,2 o 1, se agradecía por su tiempo prestado y no se aplicaba la encuesta, por tanto se realizaba la búsqueda de otras personas que pertenecieran a los estratos 4,5 o 6.

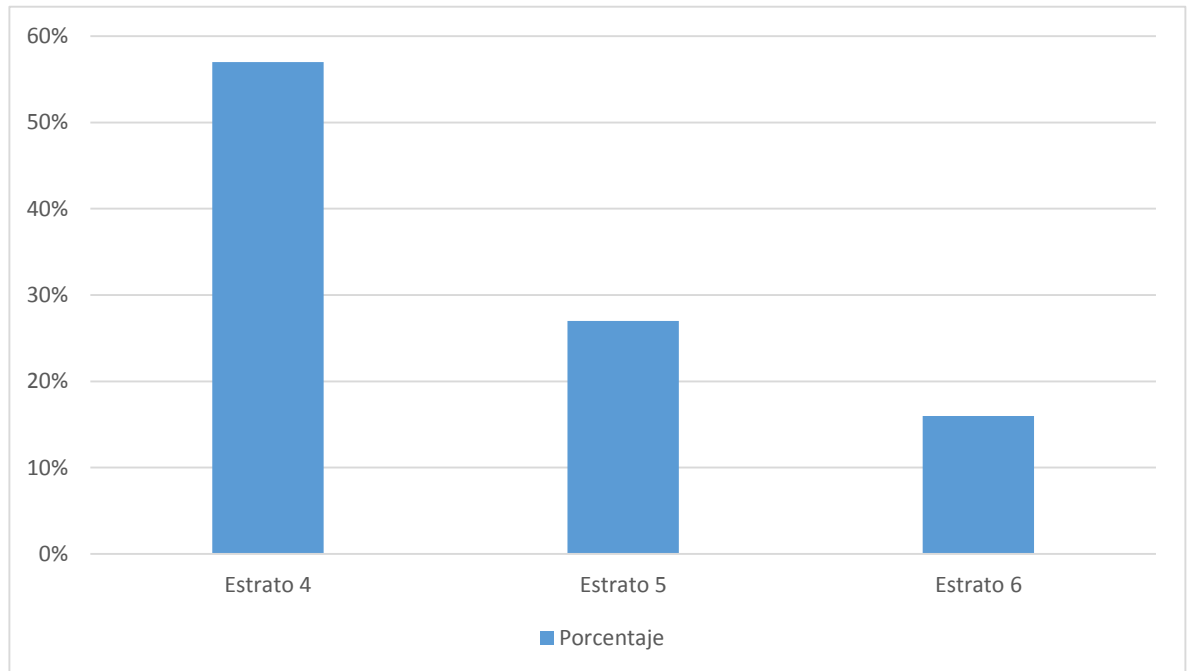
A continuación se analizaran cada una de las preguntas realizadas, con el fin de tener conocimiento de las características que prefiere y presenta el consumidor frente al posible restaurante de comida Fitness, así mismo el análisis permitirá saber si es posible llevar a cabo la inclusión laboral a personas con discapacidad visual.

- ¿A qué Estrato Económico (4,5 y 6) pertenece?

**Tabla 19.** Estrato económico

RESULTADOS		
Opción Respuesta	Nº Personas	Porcentaje
4	220	57%
5	102	27%
6	62	16%
Total	384	100%

**Gráfico 17.** Estrato económico



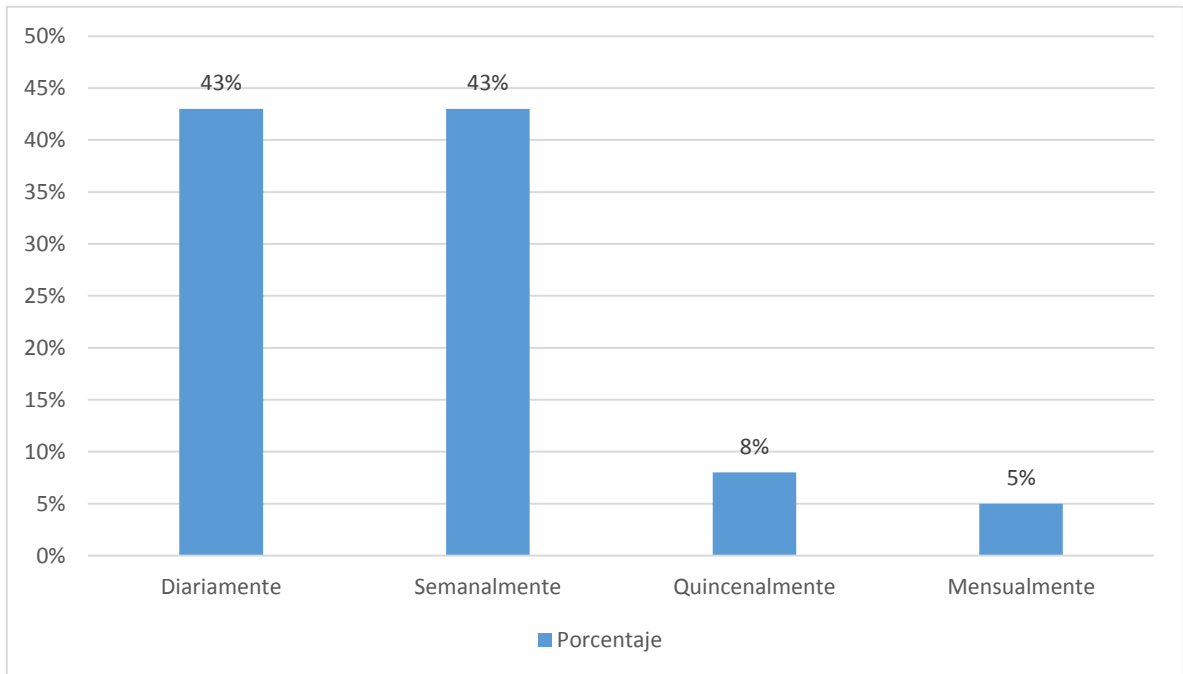
En la encuesta realizada a 384 personas se puede observar que 220 de ellas pertenecen al estrato económico 4, representando el 57%, siendo este la gran mayoría, seguido por las personas de estrato 5 con un porcentaje del 27% (102 personas), finalizando con el 16% de las personas que pertenecen al estrato social 6 siendo este el menor número de personas (62 personas), se concluye que los resultados de la encuesta en su mayoría (57%) es opinión del estrato cuatro.

**Pregunta 1.** ¿Con qué frecuencia suele visitar restaurantes?

**Tabla 20.** Frecuencia visita de clientes

RESULTADOS			
Opción	Respuesta	Nº Personas	Porcentaje
A	Diariamente	167	43%
B	Semanalmente	167	43%
C	Quincenalmente	30	8%
D	Mensualmente	20	5%
Total		384	100%

**Gráfico 18.** Frecuencia visita de clientes



Se observa que el 86% de las personas encuestadas suelen visitar un restaurante diariamente y semanalmente, lo que significa para el estudio una oportunidad, ya que es necesario que las personas deseen salir de sus hogares a alimentarse, siendo notorio la gran demanda que existe en Bogotá D.C., por los restaurantes.

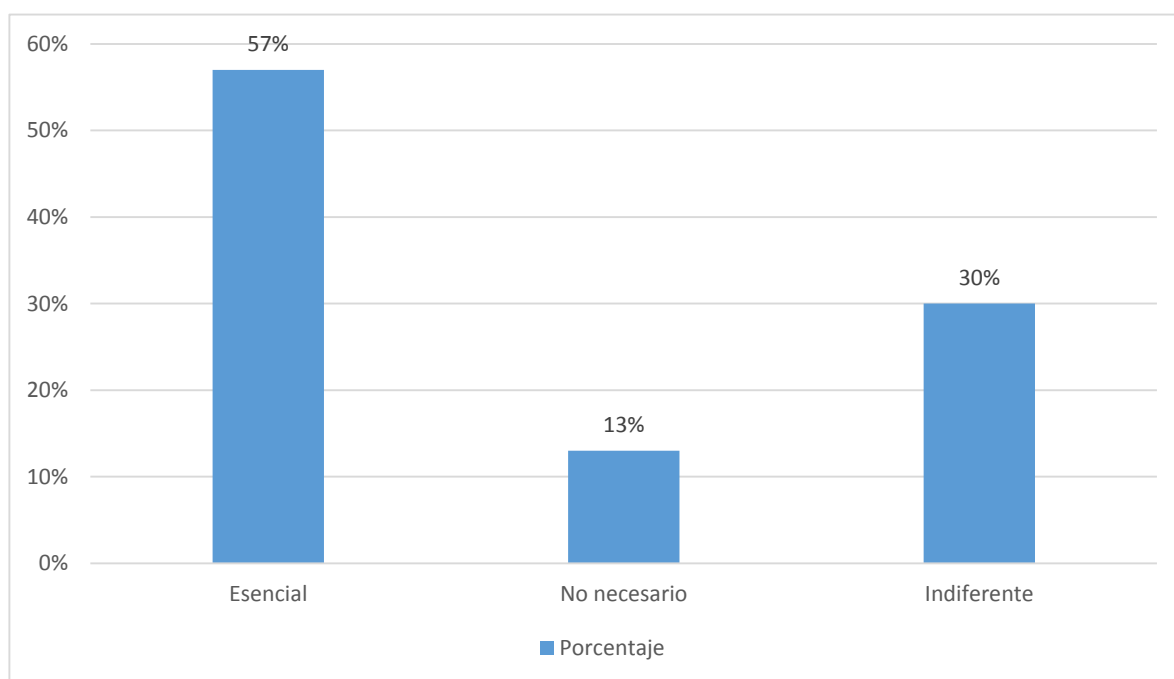
Por otro lado existe un 8% de personas que suelen visitar un restaurante quincenalmente, finalizando con un 5% de personas que se alimentan fuera del hogar de manera mensual.

**Pregunta 2.** El servicio del parqueadero dentro del establecimiento a la hora de visitar un restaurante, ¿es para usted?

**Tabla 21.** Servicio de parqueadero

RESULTADOS			
Opción	Respuesta	Nº Personas	Porcentaje
A	Esencial	219	57%
B	No necesario	50	13%
C	Indiferente	115	30%
Total		384	100%

**Gráfico 19.** Servicio de parqueadero



Se evidencia que 219 personas que participaron de la encuesta les es esencial un parqueadero en el establecimiento de un restaurante, siendo el 57% se concluye que el parqueadero sería un factor importante a la hora de decidir visitar un restaurante, por tal manera se tendrá en cuenta un el parqueadero dentro del presente estudio, por otro lado el 13% de las personas opinan que no es necesario la existencia del parqueadero y para 115 personas (30%) les es indiferente el uso de este.



Tenga en cuenta la siguiente descripción para las preguntas 3, 4 y 5.

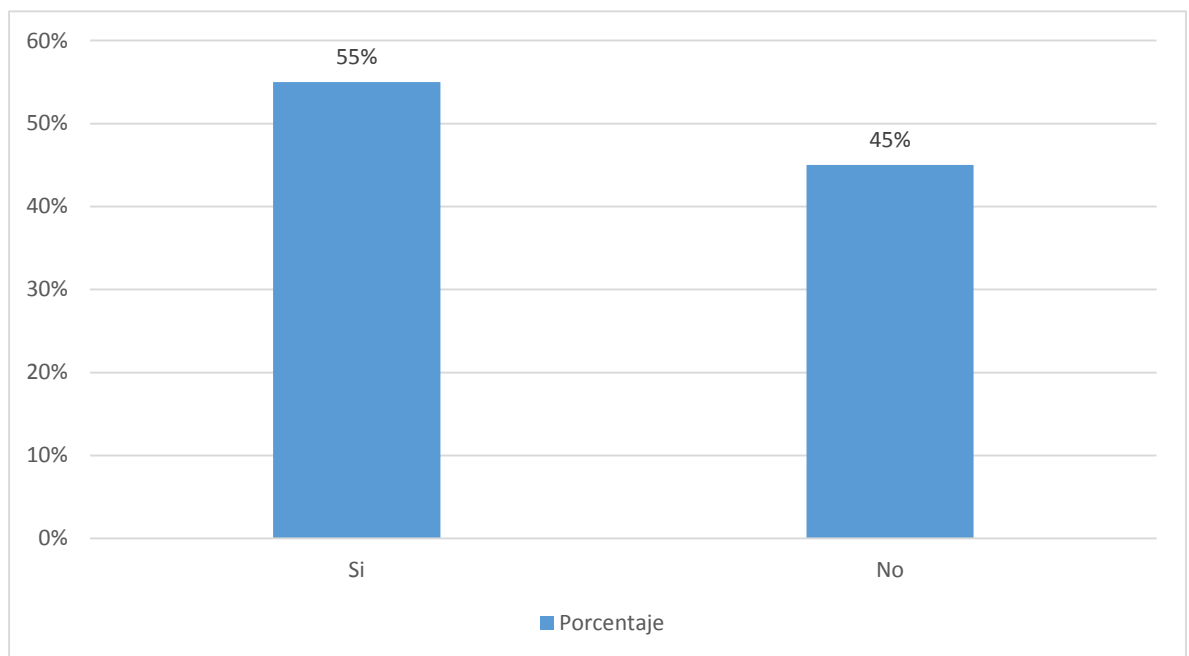
Definiendo la comida Fitness como aquella que cuenta con: proteína, una porción de harina, hortalizas y verduras (ensalada), frutas y aderezos.

**Pregunta 3.** ¿Usted iría a un restaurante de comida Fitness?

**Tabla 22.** Posibles visitantes del restaurante Fitness

RESULTADOS			
Opción	Respuesta	Nº Personas	Porcentaje
A	Si	213	55%
B	No	171	45%
Total		384	100%

**Gráfico 20.** Posibles visitantes del restaurante Fitness



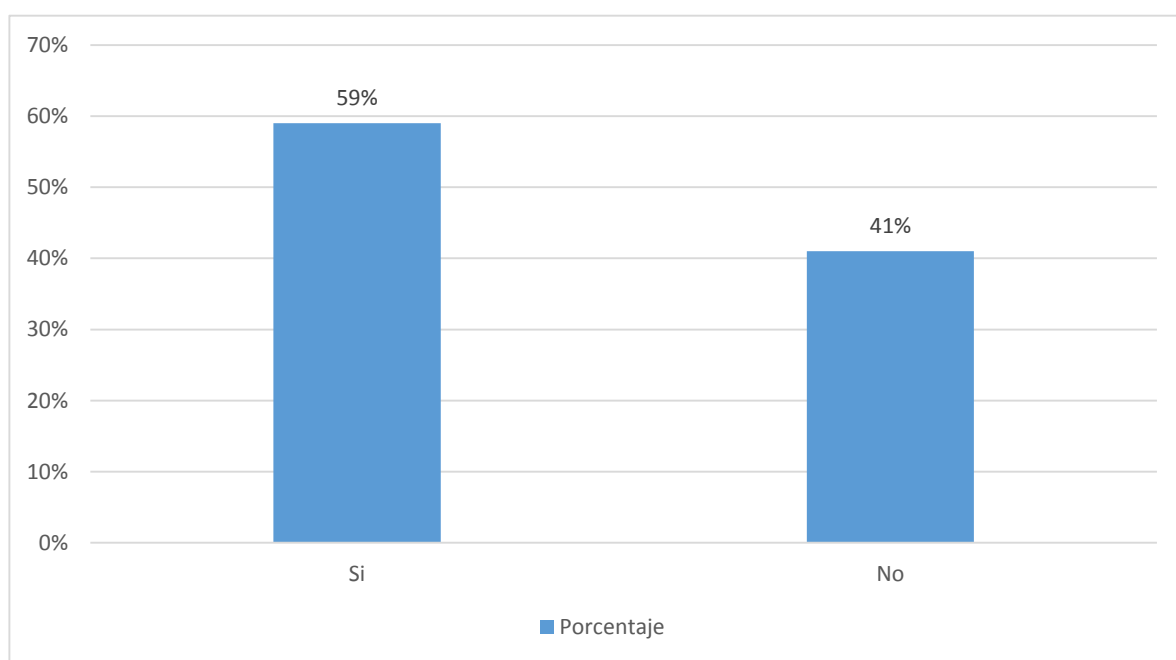
El 55% de los encuestados dicen que irían a conocer restaurante que brinde un menú de comida Fitness, el 45% no le interesa ir a un restaurante que brinde solamente este tipo de comida, así mismo es una oportunidad para el proyecto ya que existen pocos restaurantes en Bogotá D.C. que brinden este tipo de comida.

**Pregunta 4.** ¿Usted procura alimentarse de esa manera? (Si su respuesta es NO continúe con la pregunta 6)

**Tabla 23.** Personas que se alimentan de manera Fitness

RESULTADOS			
Opción	Respuesta	Nº Personas	Porcentaje
A	Si	226	59%
B	No	158	41%
Total		384	100%

**Gráfico 21.** Personas que se alimentan de manera Fitness



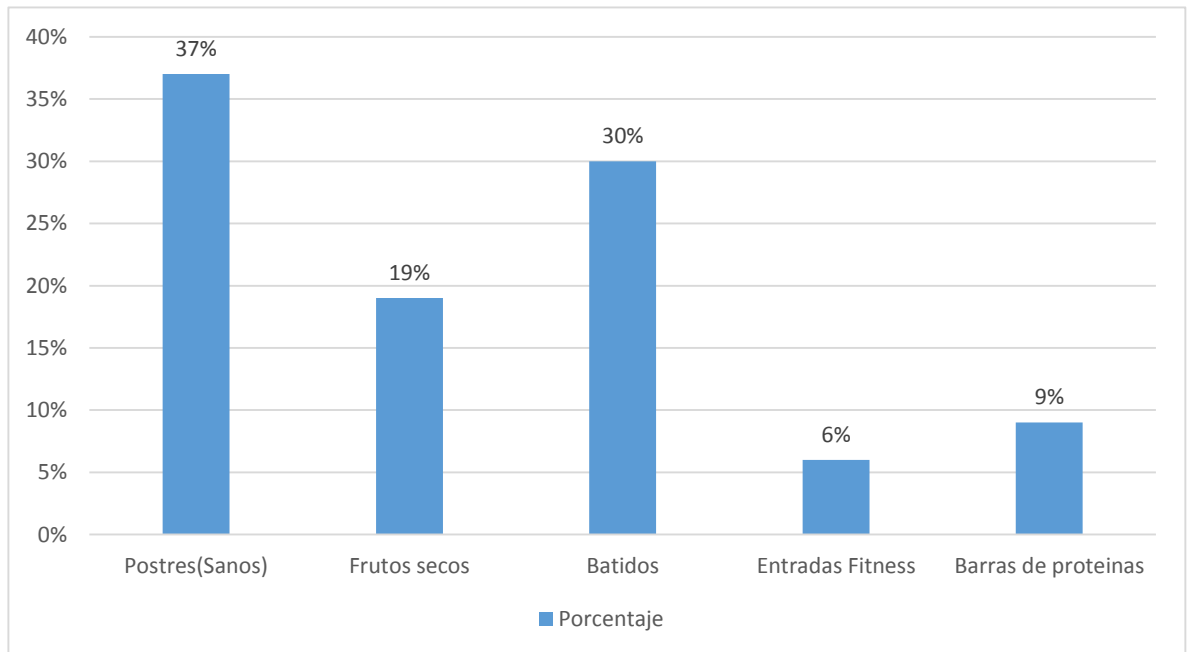
El 59% de las personas encuestadas es decir, 226 personas se alimentan de manera Fitness, es evidente que aunque el concepto no sea general, las personas entre las edades 15 a 39 años, se alimenten de una forma saludable, esto indica una gran oportunidad y una fortaleza para la factibilidad en estudio, ya que las personas desean encontrar restaurantes que les ofrezcan alimentos sanos, por otro lado el 41% de las personas (158) admiten no comer de forma saludable.

**Pregunta 5.** ¿Qué otra comida esperarías encontrar en un restaurante Fitness?

**Tabla 24.** Comidas Fitness que las personas esperan encontrar

RESULTADOS			
Opción	Respuesta	Nº Personas	Porcentaje
A	Postres(Sanos)	128	37%
B	Frutos secos	65	19%
C	Batidos	103	30%
OTROS	Entradas Fitness	20	6%
OTROS	Barras de proteínas	30	9%
Total		346	100%

**Gráfico 22.** Comidas Fitness que las personas esperan encontrar



Teniendo en cuenta que esta pregunta la responde 226 personas que aseguran alimentarse de manera saludable según la pregunta anterior, 128 personas prefieren los postres sanos con una participación del 37%, seguido por los frutos secos con un porcentaje de 19%, 30% desean los batidos; por otro lado tenían la opción de mencionar otro alimento que les gustaría encontrar en el restaurante de comida Fitness, los que más nombraron son las barras de proteína con una participación del 9% y las entradas las cuales tuvieron una participación del 6%.

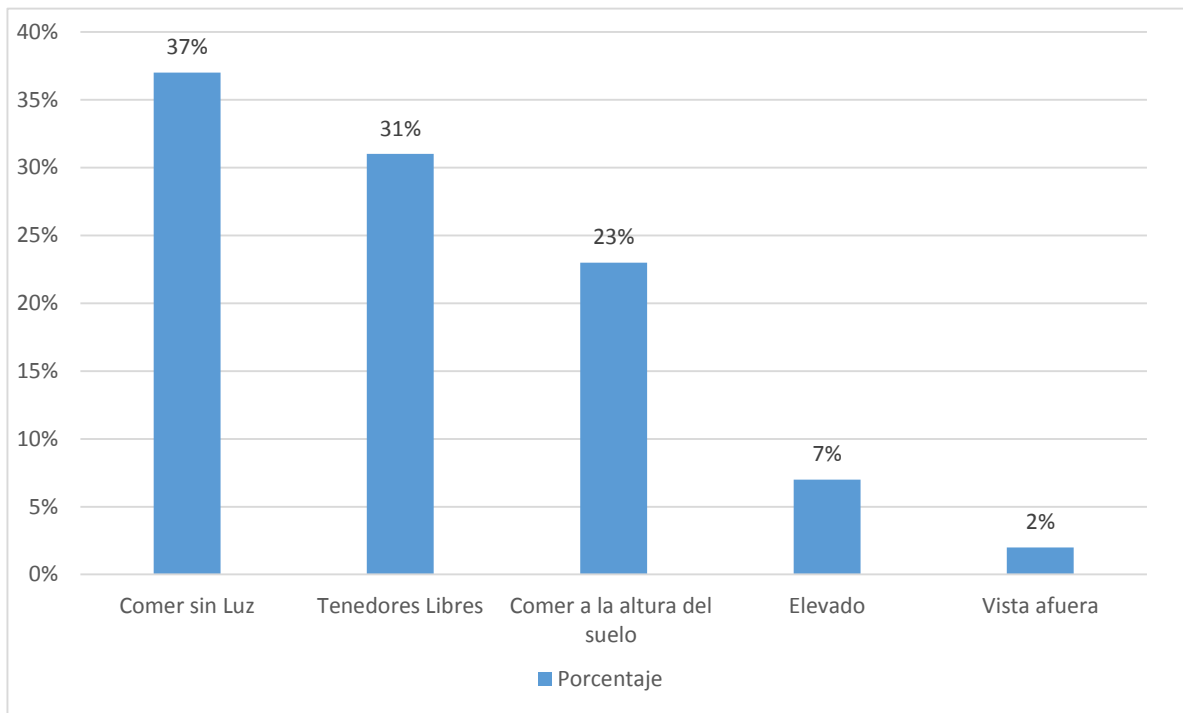
Se puede concluir que las personas que se alimentan saludablemente desean encontrar varias opciones que les permita satisfacer sus antojos.

**Pregunta 6.** ¿Qué le gustaría experimentar en un restaurante?

**Tabla 25.** Nueva Experiencia

RESULTADOS			
Opción	Respuesta	Nº Personas	Porcentaje
A	Comer sin Luz	197	37%
B	Tenedores Libres	161	31%
C	Comer a la altura del suelo	122	23%
OTROS	Elevado	35	7%
OTROS	Vista afuera	12	2%
Total		527	100%

**Gráfico 23.** Nueva Experiencia



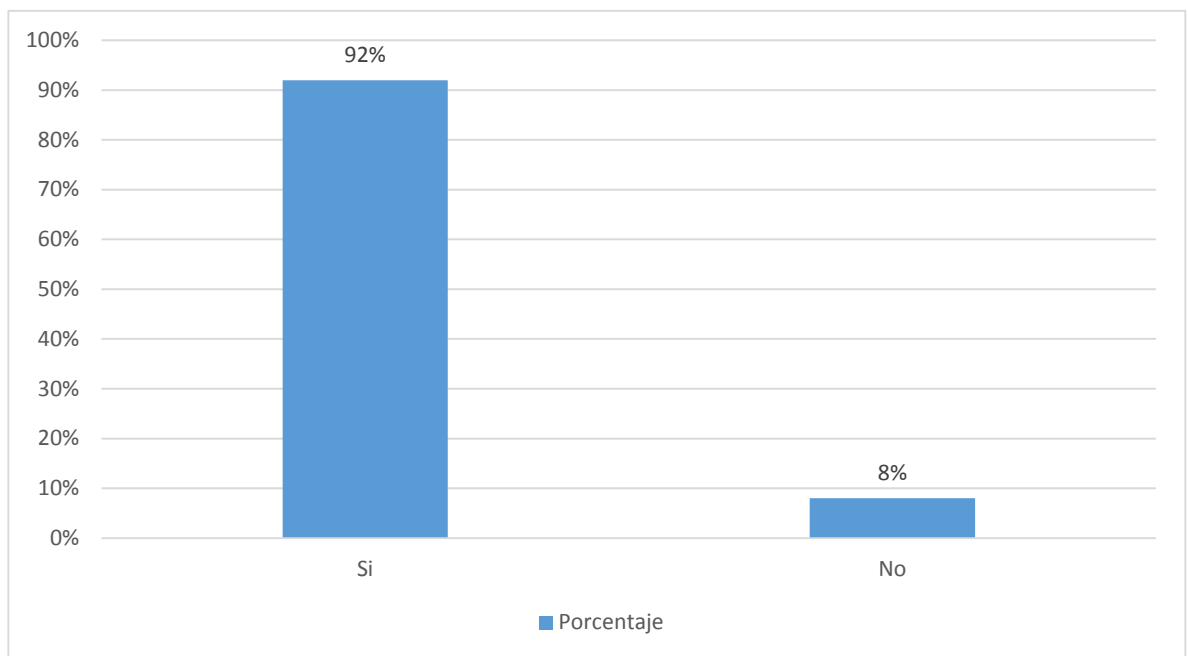
Del total de los encuestados el 37% eligió la opción A comer sin luz, seguido por tenedores libres (barra libre), con 31%, dejando como última opción comer a la altura del suelo, de igual forma las personas podían escoger las tres opciones y decir otra experiencia les gustaría vivir, el 7% de ellas mencionó comer a una altura elevada, el 2% nombró comer con una vista hacia afuera (vista a la naturaleza); se puede concluir que las personas desean tener una experiencia de comer sin luz, lo cual es una oportunidad para el presente proyecto ya que actualmente no existe en Bogotá D.C. un restaurante con esa característica.

**Pregunta 7.** ¿Considera a las personas con discapacidad visual, aptas para laborar?

**Tabla 26.** Aceptación de inclusión laboral

RESULTADOS			
Opción	Respuesta	Nº Personas	Porcentaje
A	Si	352	92%
B	No	32	8%
Total		384	100%

**Gráfico 24.** Aceptación de inclusión laboral



El 92% de las personas encuestadas (352), consideran a las personas con discapacidad visual aptas para laborar, lo cual es una oportunidad enorme y fortaleza para el presente proyecto, además a la hora de realizar las encuestas las personas manifestaban el apoyo a las personas con capacidades diferentes.

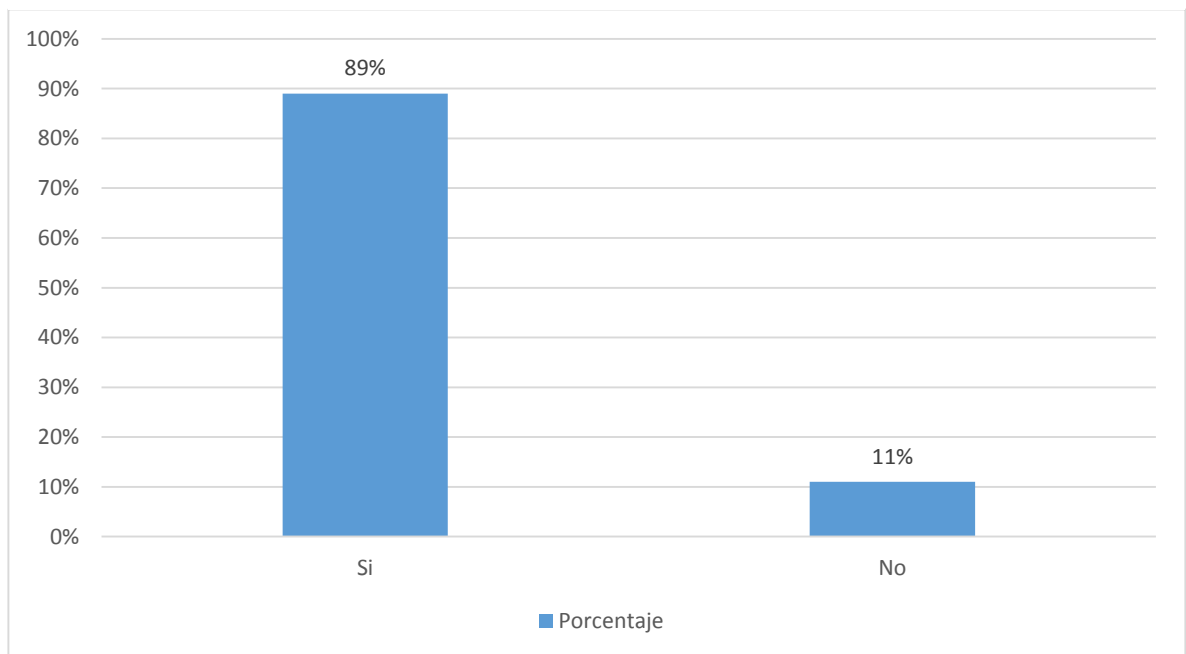
Por otro lado el 8% manifestó que las personas con discapacidad visual no son aptas para laborar, 32 personas manifestaban sentimientos de rechazo, confusión e incomodidad frente a la pregunta, aun así es un porcentaje bajo, el cual puede ser flexible al cambio.

**Pregunta 8.** ¿Se sentiría cómodo si en un restaurante es atendido por una persona con discapacidad visual?

**Tabla 27.** Comodidad frente al servicio prestado por un discapacitado visual

RESULTADOS			
Opción	Respuesta	Nº Personas	Porcentaje
A	Si	340	89%
B	No	44	11%
Total		384	100%

**Gráfico 25.** Comodidad frente al servicio prestado por un discapacitado visual



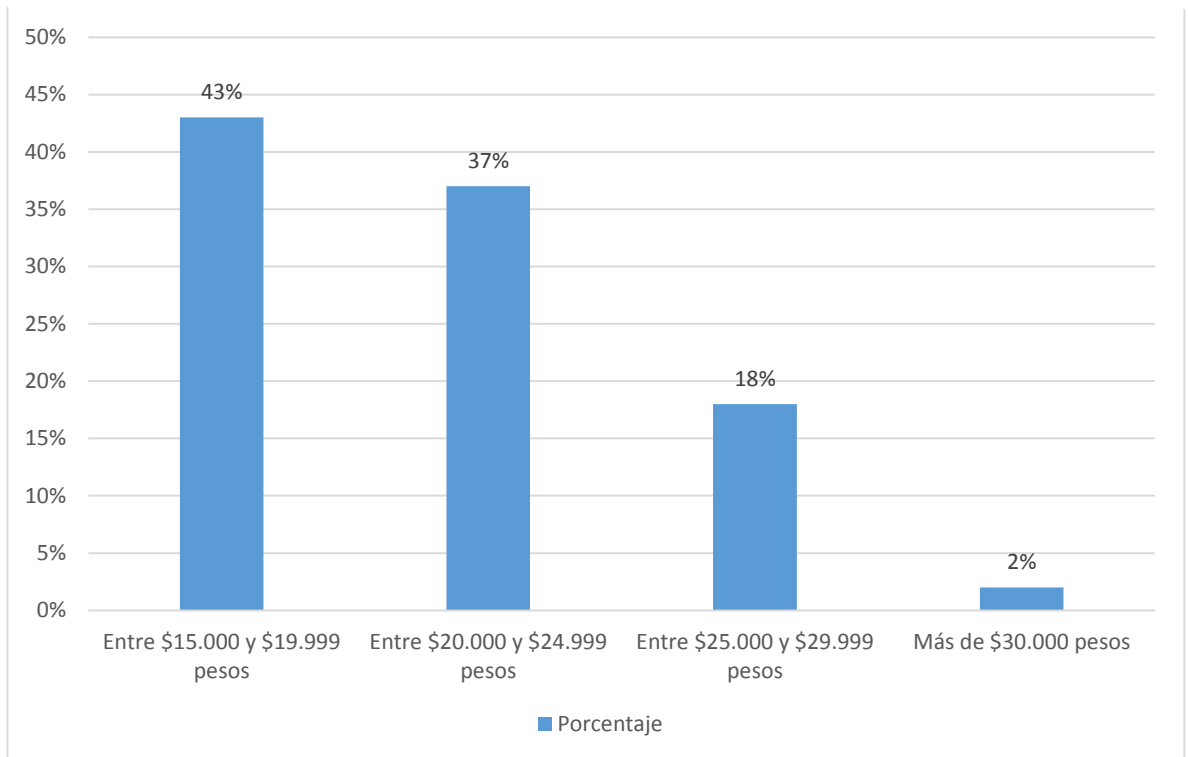
Se evidencia que 340 personas de un total de 384, se sentirían cómodos al ser atendidos por personas con discapacidad visual, es decir el 89% de las personas no rechazan a los discapacitados, además a la hora de realizar la encuesta las personas manifestaban interés y curiosidad por el proyecto, también demostraban su alegría por realizar este tipo de inclusión laboral, con frases como “me encantaría que me atendiera una persona con discapacidad visual”, esto indica oportunidad y fortaleza para la presente factibilidad. Por otro lado el 11% de las personas (44), manifestaban temor, comentaban “temo a que trabaje en un restaurante alguien que no pueda ver”, “como mesero puede dejar caer el pedido”; sin embargo también manifestaban curiosidad e interés por el proyecto, una vez se les explicaba que habían puestos especiales para ellos, algunos cambiaban de parecer.

**Pregunta 9.** ¿Cuánto está dispuesto a pagar en un restaurante de comida Fitness?

**Tabla 28.** Intervalo de precios por plato

RESULTADOS			
Opción	Respuesta	Nº Personas	Porcentaje
A	Entre \$15,000 y \$19,999 pesos	165	43%
B	Entre \$20,000 y \$24,999 pesos	142	37%
C	Entre \$25,000 y \$29,999 pesos	69	18%
D	Más de \$30,000 pesos	8	2%
Total		384	100%

**Gráfico 26.** Intervalo de precios por plato



Se evidencia que el 43% de las personas están dispuesta a pagar entre \$15.000 y \$20.000 pesos en un restaurante de comida Fitness, el 37% de las personas pagarían entre \$20.000 y \$25.000 pesos, el 18% está dispuesto a pagar entre \$25.000 y \$30.000 pesos, y el 2% están dispuestos a pagar más de \$30.000 pesos en un restaurante de comida Fitness.

Se puede analizar que la mayoría de las personas por lo general en una encuesta siempre escogerán el menor de los precios, sin embargo en el sector de

restaurantes se conoce que las personas están dispuestas a pagar un precio mayor al rango \$15.000 y \$20.000 pesos a cambio de un excelente servicio y producto, es decir que la factibilidad en estudio debe desarrollar un excelente servicio acompañado de productos innovadores, para que el consumidor esté dispuesto a pagar por ello.

En conclusión, las personas encuestadas (384), el 43% sale a comer diariamente a restaurantes, esto se debe a que en trabajan y se le es difícil regresar a casa a comer, por otro lado para el 57% es esencial el servicio de parqueadero en un restaurante al momento de tomar la decisión de ir a este establecimiento.

Por otro lado el 55% de las personas encuestados irían a conocer un restaurante de comida Fitness, lo cual es muy conveniente para el presente estudio de factibilidad, además el 59% de las personas asegura alimentarse de manera Fitness, asimismo las personas se muestran atraídas al momento de poder vivir nuevas experiencias a nivel de servicio y ambientación en un restaurante.

Se obtuvo una gran sorpresa cuando el 92% de las personas entrevistadas asegura que las personas con discapacidad visual son aptas para trabajar, así mismo el 89% de las personas manifestando curiosidad y aceptabilidad designan como un valor agrado el hecho de ser atendido en un restaurante por una persona con discapacidad visual.

## **2.4 ANÁLISIS DE LA DEMANDA**

El análisis de la demanda tiene como objetivo principal dar a conocer la fuerza que afecta los requerimientos del mercado además de la participación de los bienes o servicios que alcanzan la satisfacción de la demanda.

“La demanda se define como la cantidad de producto (bien o servicio) que los compradores de un mercado determinado están dispuestos a adquirir durante un cierto periodo de tiempo.”<sup>75</sup>

Para determinar la demanda se requiere el uso de instrumentos de investigación de mercado como la encuesta realizada y tabulada anteriormente.

**2.4.1 Demanda potencial.** Esta es la posible demanda que indica cuantas personas son posibles compradores del bien o servicio. “Es el consumo total de productos o servicios que pueden realizar a la empresa los clientes en un periodo de tiempo

---

<sup>75</sup>CIENCIAS EMPRESARIALES. “La demanda en marketing”. Disponible en <<http://cienciasempresariales.info/la-demanda-marketing/>>[En línea]. [13 de Marzo de 2016].



determinado, teniendo en cuenta el impacto que la competencia puede tener sobre el segmento de mercado seleccionado”.<sup>76</sup>

La demanda potencial de esta factibilidad, corresponde a 7.878.783 personas de la ciudad de Bogotá D.C., debido a la segmentación de mercado y ubicación del presente estudio.

**2.4.2 Demanda real.** Esta muestra los requerimientos de cualquier tipo de consumidor, “es el volumen total que adquiriría un grupo de clientes, en un área geográfica, dentro de un período, en un ambiente o ámbito de mercadotecnia, bajo un programa de mercadotecnia”<sup>77</sup>. Así pues esta se determina partiendo de los datos históricos o partir de los resultados obtenidos por medio de la investigación de mercado.

Para la presente factibilidad, restaurante comida Fitness, los comensales (consumidores), son aquellas personas que se traslada de su domicilio o lugar de trabajo a un establecimiento donde paga por conseguir comida y bebida bien sea para consumir en ese establecimiento o para llevar.

La demanda real de esta factibilidad, corresponde a 1.472.654 personas pertenecientes a los estratos 4,5 y 6 entre la edad de 15 a 39 años de la ciudad de Bogotá D.C., debido a que este es el enfoque demográfico que se asignó en la segmentación de mercado.

**2.4.3 Demanda insatisfecha.** Esta corresponde a la demanda que no ha sido cubierta en el mercado, esta puede ser cubierta, en su mayoría por el proyecto, esta existe cuando la demanda es mayor que la oferta.<sup>78</sup>

Según los datos obtenidos por la encuesta el 55% de las personas que respondieron la pregunta número 3, afirman que irían a conocer un restaurante que ofrezca comida Fitness, siendo así 809.960 el número de personas corresponde a la demanda insatisfecha de la presente factibilidad que les gustaría la existencia de un restaurante con este tipo de comida.

---

<sup>76</sup>UNAD. “Demanda potencia”. Disponible en <[http://datateca.unad.edu.co/contenidos/356020/356020\\_EXE/IDENTIFICACI%C3%83%E2%80%9CN%20Y%20VALORACI%C3%83%E2%80%9CN%20IDEA%20DE%20NEGOCIO%20exe/demanda\\_potencial.html](http://datateca.unad.edu.co/contenidos/356020/356020_EXE/IDENTIFICACI%C3%83%E2%80%9CN%20Y%20VALORACI%C3%83%E2%80%9CN%20IDEA%20DE%20NEGOCIO%20exe/demanda_potencial.html)> [En línea]. [13 de Marzo de 2016].

<sup>77</sup>REDVITEC. “Glosario Científico Tecnológico”. Disponible en <<http://www.redvitec.edu.ar/paginas/index/glosario-cientifico-tecnologico>> [En línea]. [13 de Marzo de 2016].

<sup>78</sup>SCRIBD. “Demanda Insatisfecha”. Disponible en <<http://es.scribd.com/doc/63155301/Demanda-Insatisfecha#scribd>> [En línea]. [13 de Marzo de 2016].

**2.4.4 Ajuste de la demanda.** Según la encuesta realizada en la investigación de mercado, la demanda insatisfecha corresponde al 55% de los encuestados, lo cual responde a 809.960 de las personas de la demanda real.

Por otro lado se tiene previsto el crecimiento de hoteles, restaurantes y bares con 4,7% en la ciudad de Bogotá D.C., según boletín técnico de Producto Interno Bruto (PIB) Trimestral de Bogotá D.C. Tercer Trimestre de 2015 preliminar, el cual indicó que este crecimiento obedeció a la variación de 4,1% del subgrupo de comercio, reparación, restaurantes y hoteles en el tercer trimestre de 2015, comparado con el mismo trimestre del año 2014.

Por esta razón, se tiene como objetivo inicial abordar el 4,7% de la demanda insatisfecha es decir 38.068 personas para el 2016, este ajuste tiene en cuenta el crecimiento de la actividad de los restaurantes, la capacidad inicial instalada del proyecto, el aumento de las personas por mejorar su forma de alimentarse saludablemente.

**2.4.5 Pronóstico de la demanda.** El pronóstico de la demanda es una predicción de lo que sucederá con las ventas de los productos o servicios de una empresa. Para la presente factibilidad este pronóstico se calculará por medio de la proyección anual del PIB por la actividad “hoteles, restaurantes y bares” del subgrupo “comercio, reparación, restaurantes y hoteles”, eligiendo el promedio de estese concede una participación del 4,7% para determinar el PIB del sector restaurantes.

Se realizará el pronóstico de la demanda del Restaurante de Comida Fitness, para los próximos 5 años, por medio de regresión lineal, con una tendencia potencial, con un  $R^2$  (r al cuadrado) igual a 1, ya que las demás regresiones presentaban un  $R^2$  más lejano a 1, es por esto que se realizó de esta manera.

La variación anual proyectada del PIB para el sector restaurantes se realiza mediante datos presentados en las cuentas nacionales departamentales PIB-Base 2000-2013 publicados por el DANE, utilizando los datos desde el año 2011 al 2013, los años siguientes se realizaron bajo el modelo de regresión, con tendencia potencial, como se muestra en la Tabla 29., con el fin de obtener el porcentaje (%) de participación del sector.

**Tabla 29.** Porcentaje de participación sector restaurantes (miles de millones \$)

AÑO	PIB TOTAL BOGOTÁ	PIB “SECTOR RESTAURANTE”	% PARTICIPACIÓN
2011	152.703	5.404	3,54%
2012	164.532	5.848	3,55%
2013	174.744	6.198	3,55%
2014	188.190	6.736	3,57%
2015	200.019	7.180	3,58%
2016	211.848	7.624	3,59%
2017	223.677	8.068	3,60%
2018	235.506	8.512	3,61%
2019	247.335	8.956	3,62%
2020	259.164	9.400	3,63%
2021	270.993	9.844	3,64%

Se procede a pronosticar la demanda para los próximos 5 años, en la Tabla 30., la cual mostrará nueve columnas, la primera describe el año, la segunda muestra el porcentaje de participación del sector restaurantes en el PIB hallado en la Tabla 29., la tercera mostrará la demanda insatisfecha, la cuarta muestra el ajuste de la demanda, la quinta la demanda anual, la sexta la demanda mensual, la séptima la demanda quincenal, la octava la demanda semanal y la novena la demanda diaria; se realizarán los cálculos pertinentes mediante el uso de la demandada insatisfecha, siendo esta de 809.960 personas que irían a un restaurante de comida Fitness, la cual el restaurante solo tendrá como objetivo inicial abordar el 4,7% de la demanda insatisfecha es decir 38.068 personas para el 2016.

Se realiza la proyección de la siguiente manera, para el año 2016 la demanda insatisfecha es de 809.960 personas y el ajuste de la demanda es de 38.068 personas. A continuación se procede a calcular la demanda (mensual, quincenal, semanal y diaria), teniendo en cuenta los resultados de la Pregunta 1.¿Con qué frecuencia suele visitar restaurantes?, se procede a multiplicar 38.068 (Cuarta columna) personas por el porcentaje obtenido, siendo diariamente y semanalmente el 43%, quincenalmente el 8% y mensualmente el 5%, por otro lado la demanda anual es el resultado de multiplicar la demanda mensual por 12 (meses), se debe tener en cuenta que para el ejercicio las autores suponen un plato por persona.

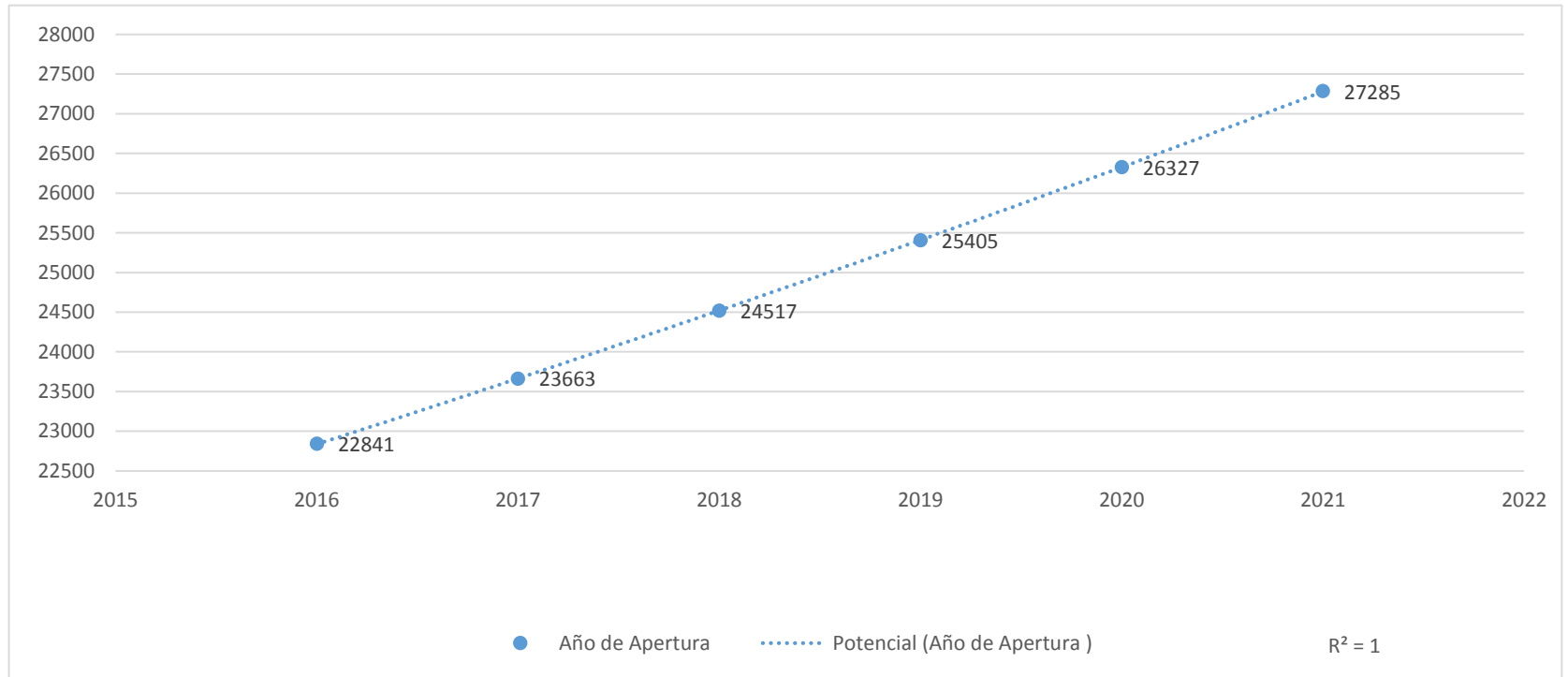
Para calcular los años 5 años siguientes, se utiliza el método de regresión lineal, con tendencia potencial.

**Tabla 30.** Pronóstico de la demanda

AÑO	PROYECCIÓN DEL PIB	DEMANDA INSATISFECHA (MILES DE PERSONAS)	AJUSTE DEMANDA 4,7% (MILES DE PERSONAS)	DEMANDA MENSUAL 5% (MILES DE PLATOS)	DEMANDA QUINCENAL 8% (MILES DE PLATOS)	DEMANDA SEMANAL 43% (MILES DE PLATOS)	DEMANDA DIARIA 43% (MILES DE PLATOS)	DEMANDA ANUAL (MILES DE PLATOS)
2016	3,54%	809960	38068	1903	3045	16369	16369	22841
2017	3,60%	839119	39439	1972	3155	16959	16959	23663
2018	3,61%	869411	40862	2043	3269	17571	17571	24517
2019	3,62%	900883	42342	2117	3387	18207	18207	25405
2020	3,63%	933585	43879	2194	3510	18868	18868	26327
2021	3,64%	967568	45476	2274	3638	19555	19555	27285

En el Gráfico 27., se ilustra la demanda anual hallada en el pronóstico de la demanda obtenida para los próximos 5 años, la demanda presenta un comportamiento creciente, lo cual significa una oportunidad para el presente proyecto de factibilidad.

**Gráfico 27.** Pronóstico de la demanda anual



## 2.5 ANÁLISIS DE LA OFERTA

Es aquello que se ofrece al mercado, bien sea un producto o un servicio, “realizando una simplificación, puede decirse que la oferta es la cantidad de productos y servicios que se encuentran disponibles para ser consumidos con un precio establecido”.<sup>79</sup>

La oferta de restaurantes Fitness no se encuentra registrada en el DANE, ni en la Cámara de Comercio de Bogotá D.C., ni en la Revista La Barra, ni en ACODRES, por lo tanto no existe un registro de ventas, crecimiento o disminución de este tipo de restaurantes, por ello se analizará la oferta teniendo en cuenta la llegada de este tipo de restaurantes en la ciudad capitalina.

Por otro lado es importante analizar la cobertura del mercado frente a la demanda, es decir la división del mercado, esta se realizará por medio del análisis de la demanda, la demanda insatisfecha es el 55% de personas que si irían a un restaurante de comida Fitness, la demanda satisfecha es del 45% el cual corresponde a las personas que no irían a un restaurante de comida Fitness, esto basado en la Pregunta 3., de la encuesta realizada.

Para calcular la división del mercado se incluyó al restaurante de la presente factibilidad, el cual cubrirá el 4,7%, (crecimiento del PIB del sector restaurantes) del mercado insatisfecho, el 50,3% restante será hipotéticamente cubierto por los siete restaurantes de comida Fitness existentes actualmente en Bogotá D.C., como se ilustra a continuación en la Tabla 31.

---

<sup>79</sup>DEFINICIÓN.DE. “Definición de la oferta”. Disponible en <<http://definicion.de/oferta/>> [En línea]. [13 de Marzo de 2016].

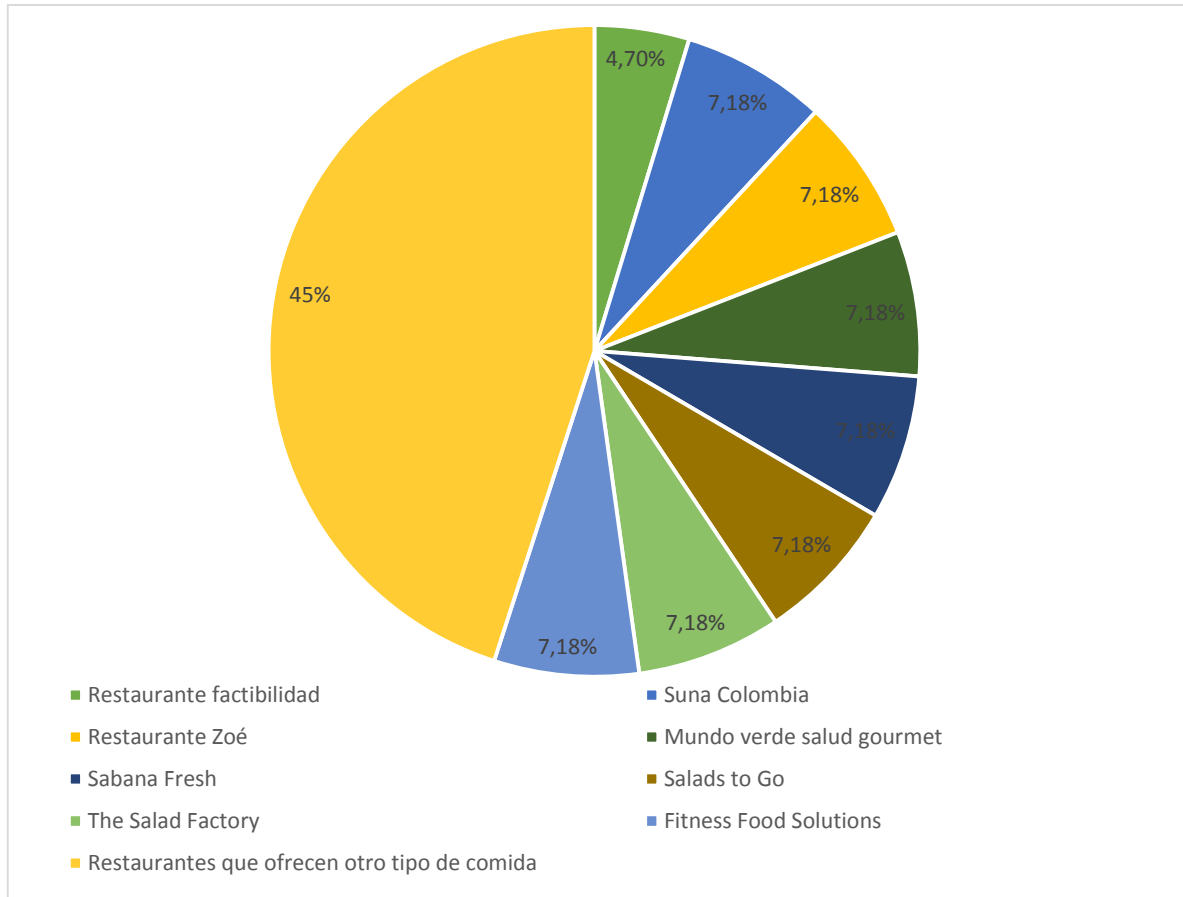
**Tabla 31.** Participación en el mercado de restaurantes Fitness en Bogotá

TIPO DE DEMANDA	N° DE PERSONAS (MILES)	PORCENTAJE	DIVISIÓN DEL MERCADO	N° DE PERSONAS (MILES)	PORCENTAJE	PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO (%)
Satisfecha	662.694	45%	Restaurantes que ofrecen otro tipo de comida	662.694	45%	45%
Insatisfecha	809.960	55%	Suna Colombia	110.270	7,18%	50,3%
			Restaurante Zoé	110.270	7,18%	
			Mundo verde salud gourmet	110.270	7,18%	
			Sabana Fresh	110.270	7,18%	
			Salads to Go	110.270	7,18%	
			The Salad Factory	110.270	7,18%	
			Fitness Food Solutions	110.270	7,18%	
			Restaurante factibilidad	38.068	4,70%	4,70%
Total	1.472.654	100%	Oferta de restaurantes	1.472.652	100%	100%

La Tabla 31., ilustra los porcentajes de participación en el mercado de restaurantes Fitness en Bogotá D.C., siendo el 45% de las personas satisfechas por restaurantes que ofrecen otro tipo de comida, en la demanda insatisfecha se le asigna un porcentaje de participación del 7,18% a cada restaurante de comida Fitness ya existente, teniendo en cuenta que estos restaurante presentan la misma segmentación del restaurante de la presente factibilidad, el cual se le asigna el 4,70% debido al crecimiento del sector de restaurantes frente al PIB y de esa forma se cubre el 55% del mercado insatisfecho.

En el Gráfico 28., se ilustra la división del mercado, teniendo en cuenta el restaurante del presente estudio.

**Gráfico 28.** Participación en el mercado de restaurantes Fitness en Bogotá



Se concluye que según los cálculos realizados en el presente proyecto no existiría una demanda insatisfecha, sin embargo siempre existirá una demanda de este tipo, debido que un solo restaurante nunca podrá satisfacer los gustos de toda una población; además que los gustos de los consumidores cambian con el tiempo y cada día se crean nuevas combinaciones para el paladar, por otro lado todas las operaciones están realizadas en base a la población segmentada siendo esta de 1.472.654, finalmente el crecimiento de los restaurantes Fitness y el 4,70% representa el crecimiento del sector restaurante frente al PIB, es una oportunidad para el proyecto.



## 2.6 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

El análisis de competencia permite identificar las fortalezas y debilidades de los actuales y potenciales competidores, con el fin de poder tomar decisiones para el proyecto en estudio.

En el Cuadro 10., se describen las características de la competencia directa ya mencionada en el presente capítulo exactamente, en el Estado Actual del Sector “Competencia” “Competencia Directa” pág. 66.

**Cuadro 10.** Características competencia directa

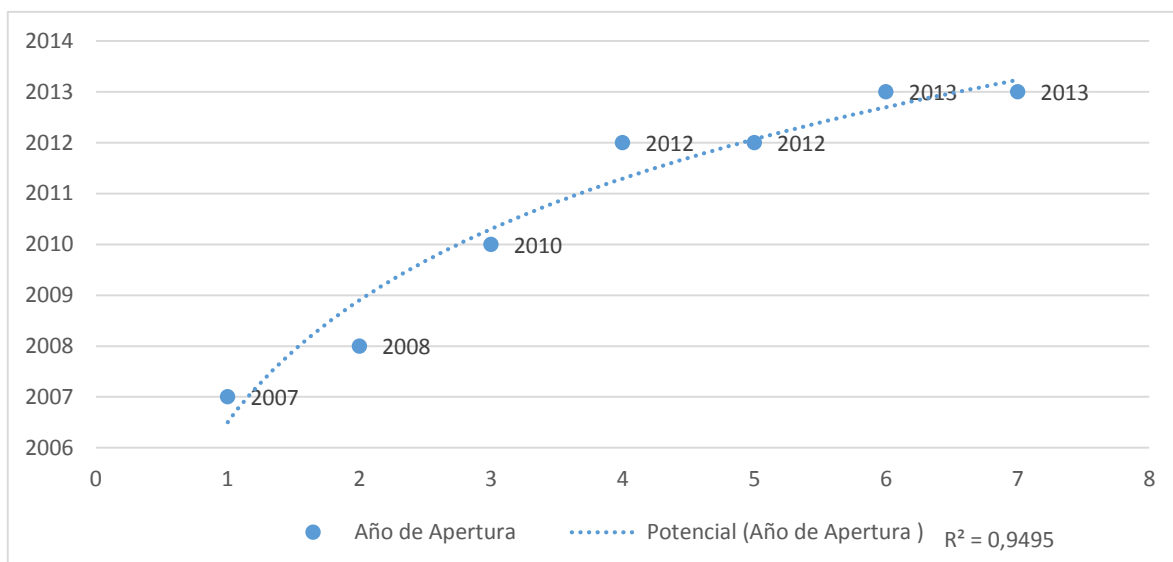
RESTAURANTE FITNESS	AÑO DE APERTURA	CARACTERÍSTICA
Suna Colombia	2008	Llega a Bogotá D.C. en el año 2007, integran ingredientes naturales de buena calidad con creatividad gastronómica, para lograr platos exquisitos que promueven el bienestar de las personas, donde los clientes podrán encontrar bebidas llenas de vida, snacks saludables y deliciosos, además de una gama especial de nuestros exclusivos productos del Mercado Gourmet, ubicado en la Calle 72 N° 5-09.
Restaurante Zoé	2008	Llega a Bogotá D.C. en el año 2008, Zoé es una propuesta culinaria novedosa, una propuesta que busca fusionar la cocina con los proveedores y las materias primas. Lo que se compra hoy, lo preparan hoy y se come hoy. Un concepto revolucionario que busca lo mejor y más fresco, una alternativa saludable que no deja de lado el sabor y la contundencia, ubicado en la Calle 180 8B-32.
Mundo verde salud gourmet	2010	Llega a Bogotá D.C. en el año 2010, Mundo Verde Salud Gourmet es un espacio creado para tu salud y felicidad diaria, donde podrás encontrar comida ligera como ensaladas, wraps, sándwiches, postres y deliciosos batidos exóticos, ubicado en el Centro Comercial Unicentro, Carrera 66 B # 34 A 76.
Sabana Fresh	2012	Llega a Bogotá D.C. en el año 2012, brindan platos saludables para acompañar los días de sus clientes con una alimentación muy deliciosa, ubicado en la Calle 161 No. 22-13.

**Cuadro 10.** (Continuación.)

RESTAURANTE FITNESS	AÑO DE APERTURA	CARACTERÍSTICA
Salads to Go	2012	Llega a Bogotá D.C. en el año 2012, ofrecen a sus clientes selectos productos en una combinación exquisita de sabores, traídos de la mano de nuestro Chef Jaime Andrés Rodríguez. Quien con su experiencia culinaria adquirida en su mayoría en Europa, ha integrado en Salads To Go una fusión exótica de alimentos, texturas, colores y sabores para brindar a nuestros clientes una opción asequible y sobre todo pensando en su estilo de vida saludable, ubicado Carrera 10 # 27-91 local 230 edificio Bavaria piso 2.
The Salad Factory	2013	Llega a Bogotá D.C. en el año 2013, Rustico, Gourmet, a tu medida, la opción más saludable y práctica que puedes encontrar, una variedad amplia de sopas y ensaladas que tú mismo podrás armar. Una mezcla de sabores que darán a tus comidas, una sazón única, una sazón de bienestar, una sazón The Salad Factory, ubicada en la Calle 93B #13-67.
Fitness Food Solutions	2013	Llega a Bogotá D.C. en el año 2013, brindan un apoyo incondicional y entregar varias alternativas a nuestros clientes obedeciendo a cada una de las necesidades alimenticias de todas las personas que quieren empezar a tener un estilo de vida más sano, manteniendo siempre los más altos estándares de calidad y servicio, ubicado en la Ak.11 # 96- 45.

Así mismo el Gráfico 29., ilustra el crecimiento de restaurantes Fitness por año ubicados en la capital, los restaurantes de comida Fitness presentan un crecimiento con el pasar de los años, siendo el pionero Suna Colombia creado en 2008, de igual forma se analiza que la creación de este tipo de establecimientos es poco frecuente, en comparación al ritmo de crecimiento de los otros tipos de restaurante, se debe tener en cuenta que la tendencia del Fitness llega a Colombia a mediados del 2011, es decir ahora mismo en el 2016 se encuentra en auge, reconocimiento y crecimiento, esto para el proyecto es estudio es una oportunidad para entrar en este mercado.

**Gráfico 29.** Crecimiento de restaurantes Fitness por año



En el Cuadro 11., se determinaran los factores críticos de éxitos, los cuales permitirán ponderar cada uno de los restaurantes Fitness.

**Cuadro 11.** Factores críticos de éxito

FACTOR	DESCRIPCIÓN
Calidad de los Productos	En un restaurante los clientes frecuentan por la calidad de sus productos, por ello es importante realizar buenas prácticas de manipulación, normas de calidad y buena presentación de los mismo.
Servicio al Cliente	El servicio al cliente es el complemento para lograr una total satisfacción del consumidor, a su vez es el valor diferenciador que define la fidelización del usuario.
Imagen	Es aquella que le permite recordar al cliente, el logotipo o marca de la organización.
Publicidad	Es el medio que permite mantener el reconocimiento de la imagen de la empresa.
Valor Agregado	Es aquel que busca generar un alto impacto y atracción frente al servicio ofrecido hacia el cliente, el cual es único y diferente para cada restaurante.

En la Tabla 32., que se muestra a continuación se describirá la calificación que será asignado a cada factor crítico de éxito, de acuerdo a la opinión de los autores.

**Tabla 32.** Calificación de los factores críticos de éxito

CALIFICACIÓN	DESCRIPCIÓN
1	Mayor Debilidad
2	Menor Debilidad
3	Menor Fortaleza
4	Mayor Fortaleza

En la Tabla 33., que se muestra a continuación se describirá el peso que será asignado a cada factor crítico de éxito, de acuerdo a la opinión de los autores.

**Tabla 33.** Peso de los factores críticos de éxito

FACTOR CRÍTICO DE ÉXITO	PESO
Calidad de los Productos	0,25
Servicio al Cliente	0,25
Imagen	0,10
Publicidad	0,15
Valor Agregado	0,25
Total	1

Teniendo en cuenta que la competencia se encuentra en una etapa de crecimiento, las autoras del proyecto asignaron el peso de acuerdo a la importancia de cada factor, siendo la calidad de los productos, el servicio al cliente y el valor agregado que presenta cada restaurante, los criterios con mayor peso.

A continuación se realizará el análisis de la competencia, mediante una matriz de perfil competitivo, el cual se muestra en la Tabla 34.

**Tabla 34.** Matriz de perfil competitivo

RESTAURANTE FITNESS		SUNA COLOMBIA		RESTAURANTE ZOÉ		MUNDO VERDE SALUD GOURMET		SABANA FRESH		SALADS TO GO		THE SALAD FACTORY		FITNESS FOOD SOLUTION	
Factor crítico de éxito	PESO	C.	PR	C.	PR	C.	PR	C.	PR	C.	PR	C.	PR	C.	PR
Calidad de los productos	0,25	4	1	3	0,75	4	1	4	1	4	1	4	1	3	0,75
Servicio al cliente	0,25	4	1	4	1	4	1	3	0,75	3	0,75	3	0,75	3	0,75
Imagen	0,10	4	0,40	1	0,10	4	0,40	2	0,20	4	0,40	3	0,30	3	0,30
Publicidad	0,15	3	0,45	2	0,30	3	0,45	2	0,30	3	0,45	3	0,45	3	0,45
Valor agregado	0,25	4	1	4	1	4	1	2	0,50	3	0,75	3	0,75	4	1
Total	1		3,85		3,15		3,85		2,75		3,35		3,25		3,25

Se puede observar que todos los competidores directos poseen una calificación mayor a 2,5 lo que indica que todos están en una posición favorable según los factores críticos de éxito, siendo así Suna Colombia y Mundo verde salud Gourmet las más favorecidos con un promedio del 3,85 sobre 4, por otro lado el menor es Sabana Fresh con un promedio de 2,75, se puede analizar que los factores con menor puntaje en todo los competidores son publicada e imagen, lo que indica que el proyecto en estudio debe entrar a competidor fortaleciendo esos dos factores, sin dejar de lado los demás.

En conclusión, el restaurante de comida Fitness entraría al mercado a competir directamente con los restaurantes Suna Colombia y Mundo Verde Salud Gourmet, ya que son los que obtuvieron el mayor promedio (3,85) de acuerdo al perfil competitivo, los factores críticos de éxito, el peso y la calificación concedidos.

## 2.7 MARKETING MIX

Esta herramienta de mercadotecnia tiene como objetivo conocer la situación del presente estudio para poder desarrollar una estrategia específica de posicionamiento posterior; esta estrategia es también conocida como las "4Ps", dado que en su origen anglosajón se conoce como: price (precio), product (producto), place (distribución) y promotion (promoción).<sup>80</sup>

A continuación se desarrollarán los componentes de la mezcla de marketing, a través del uso de estrategias de producto, servicio, plaza, precio, promoción y percepción, aplicadas presente proyecto, restaurante de comida Fitness con inclusión laboral a personas con discapacidad visual.

**2.7.1 Imagen corporativa.** Este incorpora las diferentes cualidades que identifican y diferencian una empresa de las demás, en otras palabras esta imagen es para la entidad lo que la sociedad percibe, reconoce y debe ser de fácil recordación para las personas.

La imagen corporativa debe ser atractiva y seductora con el fin que a las personas les llame la atención y del mismo modo se sientan interesadas por la empresa, esta cuenta con elementos como nombre corporativo, logotipo y eslogan, los cuales deben combinar y ser aceptables para garantizar el éxito de la entidad.

**2.7.1.1 Nombre corporativo.** El restaurante del presente estudio llevará el nombre "Kalú", ya que representa las iniciales de los nombres de las autoras (Camila y Lucía), la letra C fue modificada por la letra K, debido a la sugerencia en la consulta con un publicista, con el fin de crear una mayor recordación con el cliente.

Por otro lado es un nombre corto, divertido y simple, estas características logran que el nombre sea elegante y fácil de recordar, además cumple con el objetivo de las autoras, el cual era no nombrar la palabra Fitness ni discapacidad visual, ya que al tener la palabra Fitness algunos comensales lo rechazarían de inmediato, y a pesar de que la responsabilidad sea la inclusión laboral a personas con discapacidad visual, la empresa no quiere despertar en el público lastima o compromiso.

---

<sup>80</sup>DEBITOR, "Definición de Marketing". Bogotá D.C., 2015. Disponible en la dirección <<https://debitoor.es/glosario/definicion-marketing-mix>> [En línea]. [20 de Marzo de 2016].

**2.7.1.2 Logotipo.** El logotipo de la organización representa el nombre del restaurante, el cual simboliza elegancia gracias a la tipografía utilizada, es sobrio y actual, pues esto refleja el mercado Fitness, además la tilde de la u en forma de zanahoria representa a la comida saludable que ofrecerá el restaurante, finalmente en la parte derecha dice FIT en braille.

**Imagen 5.** Logotipo



**2.7.1.3 Eslogan.** “Nada de lo que vez, es”, la anterior frase representa el eslogan de la empresa, el cual es llamativo, intrigante, curioso y confuso de una forma divertida; no es un secreto que a las personas les encanta el misterio y sin duda este eslogan logra la atención del comensal.

El eslogan se hace con el fin de romper con dos paradigmas de la sociedad, el primero es el pensamiento que se tiene frente a la comida fitness, ya que la encuentran insípida y costosa, el segundo paradigma es sobre las personas con discapacidad visual, ya que se piensa que estas no son aptas para trabajar.

**2.7.2 Estrategia producto.** Un producto es aquel que se ofrece en el mercado con la intención de satisfacer las necesidades de un consumidor, el cual realiza una elección posible y repetitiva dependiendo del beneficio que este le brinde, para el presente estudio (restaurante Fitness), no solo se presenta un producto físico y si no se combina con un servicio.

El producto que se ofrecerá es comida Fitness gourmet, la cual se define como un producto elaborado con ingredientes seleccionados, usando las buenas prácticas de higiene, manteniendo al máximo sus cualidades organolépticas, elaboradas por personal altamente calificado para que finalmente sea consumido por personas que aprecien la calidad y buena comida.<sup>81</sup>

“Kalú”, es un establecimiento que ofrece una nueva idea de negocio para el sector, no solo a nivel de producto, también a nivel de servicio, este integra comida saludable junto a la innovación en servicio, al ser un restaurante Fitness con inclusión a personas con discapacidad visual. Los productos que se ofrecerán se describen de manera general a continuación en el menú.

---

<sup>81</sup> B+STUDIO!. “Que es la Comida Gourmet”. Bogotá D.C., 2015. Disponible en la dirección <<http://www.bmascreativos.com/que-es-la-comida-gourmet/>> [En línea]. [20 de Marzo de 2016].

- **Menú.** Este es un conjunto de platos definido, donde se indicarán las porciones, descripción del plato y precios, de las entradas, platos fuertes, postres, y bebidas disponibles en “Kalú”, los cuales logran una mezcla poderosa en sabores que harán deleitar tu paladar.

**Imagen 6.** Menú



En el Anexo B., se ilustrará el diseño y la descripción del menú del restaurante “Kalú”.

**2.7.3 Estrategia de servicio.** El restaurante no sólo debe sobresalir por sus alimentos de alta calidad, si no por el servicio ofrecido, el cual será brindado por un cuerpo de empleados capacitados, que debe garantizar la comodidad del cliente desde el primer instante, debido a las características que el establecimiento presenta, ya que será un restaurante que contará con una baja iluminación.

El personal en la cocina se encargará de realizar los platos saludables con la mejor calidad, los meseros serán personas con discapacidad visual (personas con baja visión) los cuales se encargarán de guiar y tomar órdenes de pedido, el recepcionista, el cajero, todo el talento humano, trabajará de forma conjunta para que la visita del cliente sea totalmente satisfactoria.

El establecimiento tendrá un ambiente elegante y tranquilo en todas las áreas, con excepción al área de servicio, la cual será oscura, si el cliente solicita luz, se le dará una lámpara con luz azul (fibra óptica), la cual se pondrá en el centro de la mesa con el fin de satisfacer a los clientes.



Es necesario aclarar que al comensal cabeza de hogar, es decir a una persona por grupo, se le hará entrega de una manilla con luz neón, con el objetivo de ser el elemento de llamado al mesero, ya que cuando la mesa requiera del mesero, el comensal con la manilla, alzará su mano, el jefe de mesero lo verá y de forma inmediata mandará al mesero a la mesa indicada, esta manilla será entregada en la recepción en donde le darán las indicación de su uso, cuando el comensal elija la mesa (tipo cinema); después el grupo será guiado por un mesero con discapacidad visual el cual les indicará que realicen una fila india que será encabezada por él para llevarlos a la mesa escogida.

Una vez el cliente este ubicado en la mesa elegida, el mesero realizará el pedido por medio de una tableta, la cual tendrá el programa jaws, que permitirá tomar la orden sin ningún inconveniente, haciendo de la visita del comensal una experiencia única.

Es necesario aclarar que el restaurante contará con software para facilitar el manejo de información de la empresa; Alvendi v1.3.1, es un programa para gestionar inventarios, SingSang v1.0., es un software financiero contable (ingresos, egresos), estos software no tienen ningún costo, son gratuitos.

**2.7.4 Estrategia plaza.** “En esta variable se analizan los canales que atraviesa un producto desde que se crea hasta que llega a las manos del consumidor. Además, podemos hablar también del almacenaje, de los puntos de venta, la relación con los intermediarios, el poder de los mismos”.<sup>82</sup>

A continuación se describirá el canal de distribución que se utilizará para el presente estudio.

El canal de distribución que se elige el conjunto de medios utilizados para hacer que el producto o servicio llegue desde el fabricante hasta el consumidor o cliente final.<sup>83</sup> Para el restaurante “Kalú”, el canal de distribución es directo, ya que el restaurante está en contacto directo con los comensales y hay una relación estrecha y personalizada. Así mismo el restaurante de comida Fitness se acogerá la estrategia de distribución exclusiva.

La estrategia de Distribución Exclusiva, consiste en la selección y el establecimiento de un único punto de venta en cada zona. Es decir, en una región predefinida, un

---

<sup>82</sup>DEBITOR, “Definición de Marketing”. Disponible en la dirección <<https://debitoor.es/glosario/definicion-marketing-mix>> [En línea]. [20 de Marzo de 2016].

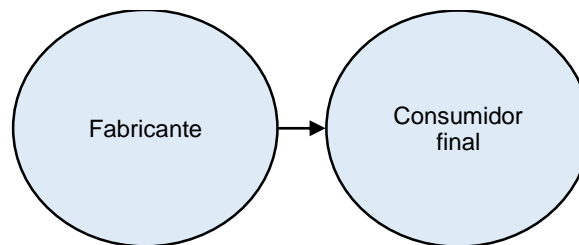
<sup>83</sup> KOOW.NWT.NET. “Canal de distribución”. Disponible en la dirección <<http://old.knoow.net/es/cieeconcom/gestion/canaldistribucion.htm>> [En línea]. [20 de Marzo de 2016].

sólo distribuidor recibe el derecho exclusivo de vender la marca y se compromete generalmente a no vender marcas competitivas.<sup>84</sup>

Al establecer una estrategia de distribución exclusiva en “Kalú”, se puede contar con las siguientes ventajas: Se establece el punto de venta en el lugar deseado, está bien definido el público objetivo, se desarrolla un mayor esfuerzo en ventas, existe un control exhaustivo por parte del productor del precio del bien o servicio, supone unos costes de distribución menores, el fabricante suele ejercer cierta supervisión con el objetivo de garantizar la calidad.<sup>85</sup>

El canal de distribución del presente proyecto se ilustra en el Diagrama 1., a continuación.

**Diagrama 1.** Canal de distribución



**2.7.5 Estrategia precio.** En esta variable se establece la información sobre el precio del producto o servicio al que la empresa lo ofrecerá en el mercado. Este elemento es muy competitivo en el mercado, dado que, tiene un poder esencial sobre el consumidor, además es la única variable que genera ingresos.<sup>86</sup>

Para fijar el precio de venta al público de los productos que ofrece el “Kalú”, se debe tener en cuenta el costo de materias primas, el costo de producción y la utilidad que se espera obtener. Además el precio se determinará teniendo en cuenta que el restaurante está en etapa de nacimiento, por tanto es un precio inicial que se fijará de acuerdo a los precios de la competencia, el cual está sujeto a cambios a lo largo de las etapas del ciclo de vida y el posicionamiento de la empresa.

Hay que tener en cuenta que los precios de venta de los diferentes productos que ofrecerá el restaurante no incluyen el 8% del impuesto al consumo, también que el servicio se incluirá en la factura el cual corresponde al 10% del total de consumo, cantidad que el cliente decidirá si paga la totalidad del servicio, una parte o no desea pagarlo.

---

<sup>84</sup> EL RINCÓN DEL MARKETING. “Análisis de canal de distribución”. Disponible en la dirección <<http://elricondelmarketing.blogspot.com.co/2011/12/analisis-de-tres-ejemplos-de.html>> [En línea]. [20 de Marzo de 2016].

<sup>85</sup>Ibíd.

<sup>86</sup>DEBITOR, “Definición de Marketing”. Disponible en la dirección <<https://debitoor.es/glosario/definicion-marketing-mix>> [En línea]. [20 de Marzo de 2016].

**2.7.6 Estrategia promoción.** Esta estrategia consiste en dar a conocer el restaurante por su servicio y sus productos, de igual forma debe servir para mantener una relación frecuente y perdurable con los clientes, con el fin de crear una retroalimentación y flujo de información constante para que el cliente sienta la necesidad de visitar el lugar y mantenerse en contacto con “Kalú”.

Además para “Kalú” es de importancia mantener un flujo de información y una estrategia gana- gana con cada eslabón de su cadena de abastecimiento, ya que “Kalú” visualiza a cada eslabón como un posible consumidor, el hecho de ser reconocidos de buena forma con nuestros empleados, proveedores, clientes y demás, garantiza el inicio de un posicionamiento, como bien dicen “todo empieza en casa”.

Para este proyecto se utilizará una estrategia de cercanía con el cliente, comenzando con el más joven de ellos, los niños, para un padre de familia es importante que la alimentación de su hijo sea saludable y balanceada para que este crezca con todos los nutrientes y vitaminas necesarias para su desarrollo.

Por otro lado, se realizará un seguimiento de los clientes, con el fin de obtener el cliente más frecuente por mes, el cual se le premiará con pases de cortesía, que incluirán almuerzos completos para él y su núcleo familiar, los cuales podrá reclamar el mes entrante del que fue ganador.

“Kalú” aspira ser conocido por su servicio y producto en la capital colombiana, por esto tendrá en cuenta las redes sociales tales como Facebook e Instagram, además de su propia página web y un código QR, sin embargo “Kalú” espera que su mayor publicidad sea voz a voz, ya que es el reconocimiento del mismo cliente lo cual es muy importante para el ente económico.

A continuación se ilustrarán las imágenes alusivas de las cuentas en Facebook, Instagram, página Web oficial y su código QR.

## Imagen 7. Cuenta en Facebook

The screenshot shows the Facebook profile page for 'Kalú', a restaurant described as 'Restaurante de comida saludable'. The profile picture features three cups of a layered yogurt parfait with granola, blueberries, strawberries, and banana. The page includes a search bar at the top, navigation tabs for 'Página', 'Mensajes', 'Notificaciones', and 'Herramientas de publicación', and a 'Promocionar' button. Below the profile picture, there are buttons for 'Crear llamada a la acción', 'Me gusta', and 'Mensaje'. The 'Información' tab is selected, showing a map of the restaurant's location at 'calle 81 No. 8-95 Bogotá' and the phone number '314 3004750'. A 'Descripción' section is also visible, containing the text 'Información de la página'.

## Imagen 8. Cuenta en Instagram

The screenshot shows the Instagram profile page for 'restaurantekalu'. The profile picture is the same Kalú logo seen in the Facebook screenshot. The bio reads 'Kalú' and shows '0 publicaciones', '0 seguidores', and '0 seguidos'. The main content area is empty with the text 'Aún no hay publicaciones.' The footer contains links for 'INFORMACIÓN', 'ASISTENCIA', 'BLOG', 'PRENSA', 'API', 'EMPLEO', 'PRIVACIDAD', 'CONDICIONES', and 'IDIOMA', along with the copyright notice '© 2016 INSTAGRAM'.

Imagen 9. Página Web Oficial

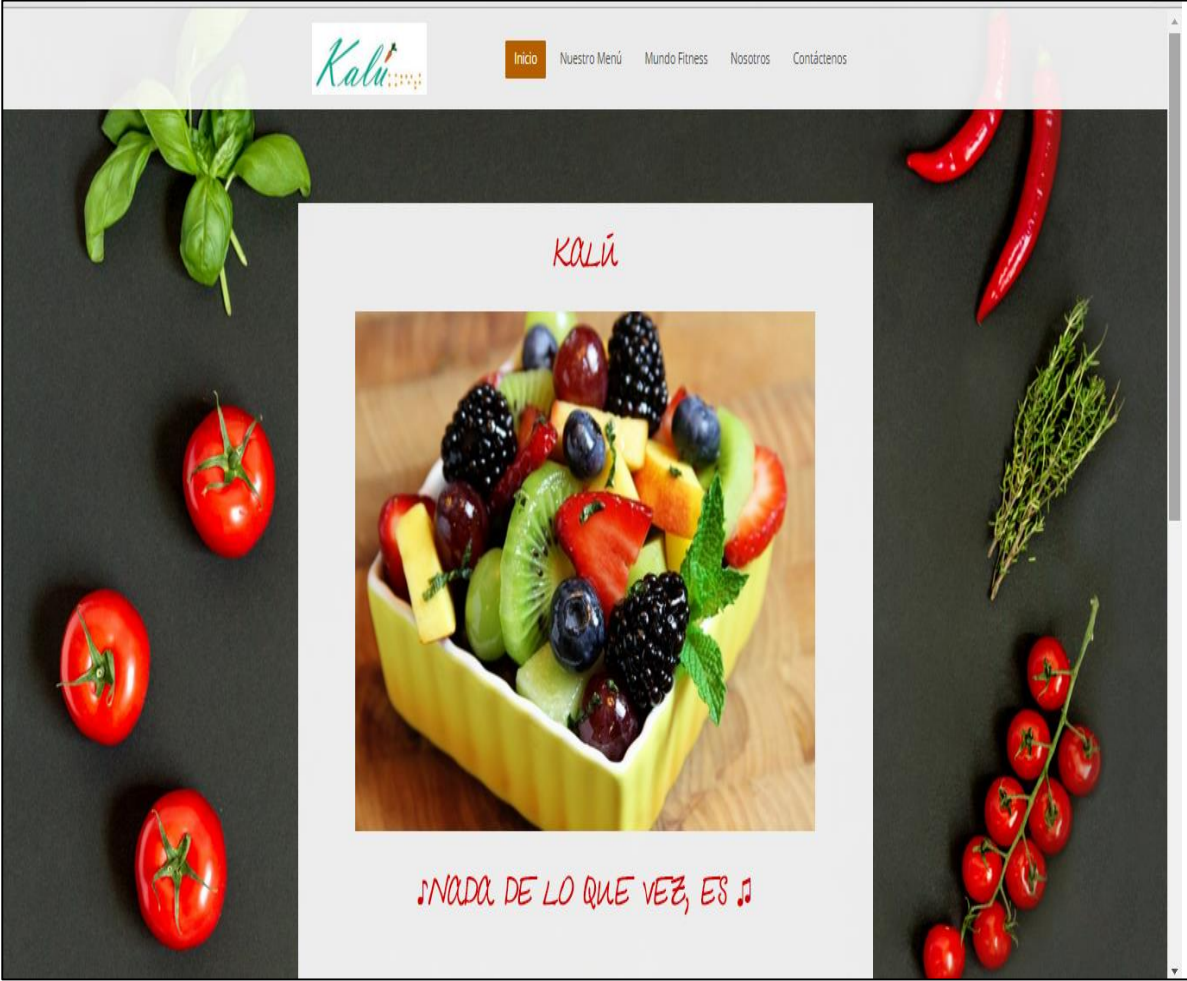


Imagen 9. (Continuación.)

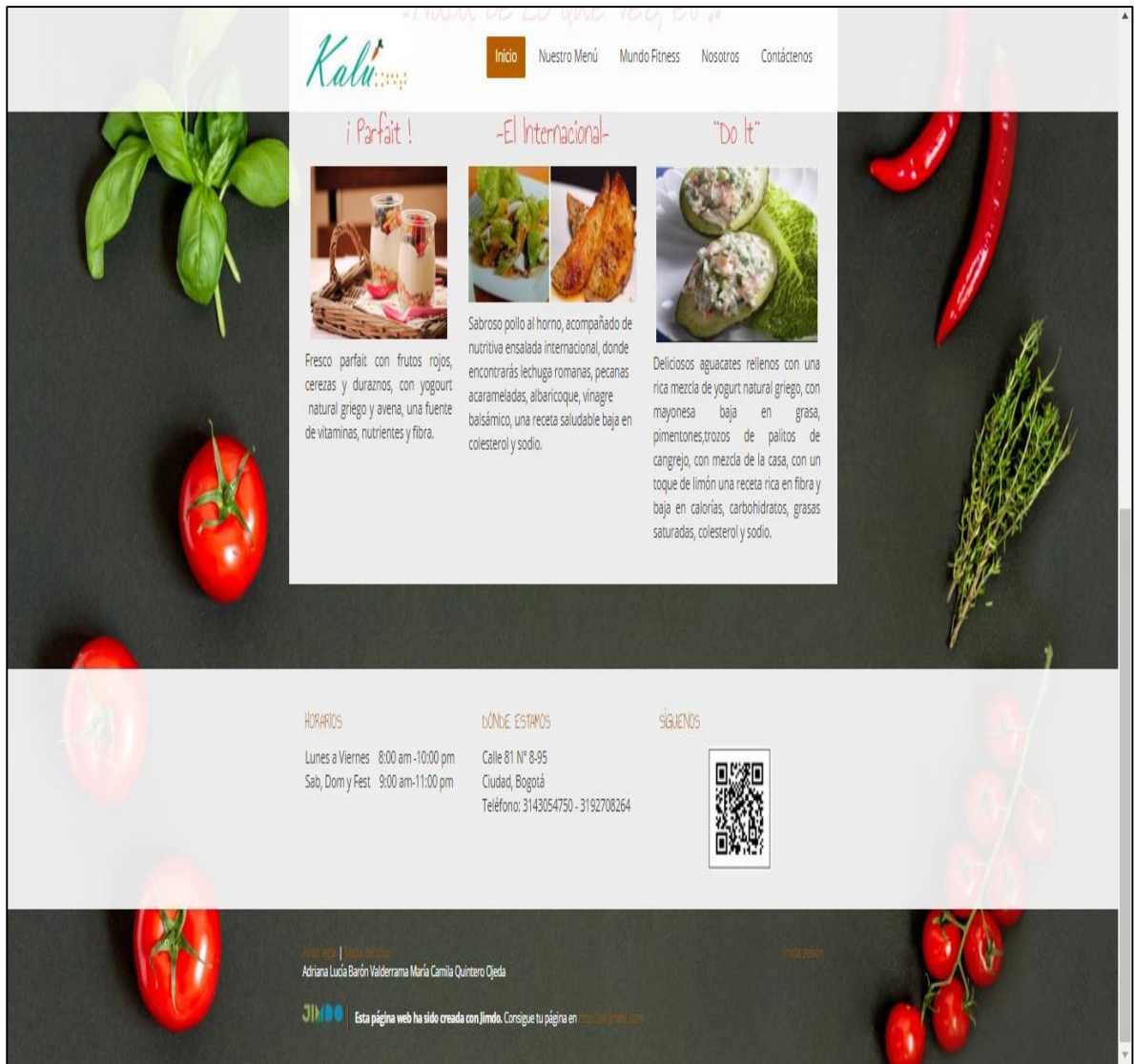


Imagen 10. Código QR



## 2.8 RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS ESTUDIO DE MERCADO

En la Tabla 35., se ilustran los costos y gastos que serán necesarios para el desarrollo de este proyecto, las cotizaciones pertinentes se encuentran en el Anexo C.

Es necesario aclarar que el manual de identidad corporativo es aquel documento en el cual se define los diferentes parámetros que describen los signos gráficos seleccionados por la organización Kalú.<sup>87</sup>

**Tabla 35.** Resumen de costos y gastos estudio de mercado

ÍTEM	VALOR (\$)
Manual de identidad corporativo	320.000
Manejo página Web y redes sociales	269.000
Total	589.000

---

<sup>87</sup> UNIVERSIDAD DEL BOSQUE. “Definición Manual de imagen corporativa”. Disponible en <[www.udelbosque.edu.co<sites>files](http://www.udelbosque.edu.co/sites/files)> [En línea]. [28 de junio de 2016].

### 3. ESTUDIO TÉCNICO

Este capítulo inicia con la ubicación geográfica del proyecto, seguido del diseño de las fichas técnicas de cada producto, con su respectivo método, se continúa con el estudio de tiempo, también se definen los procesos productivos que conformarán la idea de negocio, teniendo en cuenta los suministros e insumos de materia prima, después se realiza la distribución de espacios, el cálculo de capacidades, se halla la maquinaria requerida y la mano de obra necesaria para el proyecto, se describe la seguridad y salud ocupacional en el restaurante, seguido de la normatividad ambiental para el negocio y finalmente se realiza un resumen de costos y gastos del estudio técnico.

#### 3.1 UBICACIÓN GEOGRÁFICA

A continuación se determinará la ubicación geográfica del restaurante “Kalú”, esta se realizará por medio del uso de las herramientas de macro localización y micro localización, teniendo en cuenta las localidades segmentadas en el Estudio de Mercado, posteriormente se tendrán en cuenta algunos factores relevantes e instalaciones para la ubicación más favorable del presente proyecto.

**3.1.1 Macro localización.** Como se definió en el capítulo “ESTUDIO DE MERCADO”, esta idea de negocio se ubicará en la ciudad de Bogotá D.C., capital de la República de Colombia, Bogotá D.C. se constituye como el principal centro geográfico, político, industrial, económico y cultural del país. Cuenta con un área de 1587 Kms<sup>2</sup>, es sede del Gobierno y la más extensa de las ciudades de Colombia, se concentra el 17% de la población total de la nación, con la característica de poseer los más altos índices educativos.

Día a día llegan miles de habitantes provenientes de todos los rincones del país y extranjeros que encuentran en la ciudad un buen clima, gente amable y amplias posibilidades de negocios. La ciudad de Bogotá se encuentra situada en la Sabana de Bogotá, enmarcada por los cerros Monserrate y Guadalupe y por el río Bogotá al occidente.

Los límites del Distrito Capital son: al norte con Municipio de Chía, al oriente con Cerros Orientales y los Municipios de La Calera, Choachí, Ubaque, Chipaque, Uñe y Gutiérrez, al sur con Departamentos del Meta y Huila, al occidente: Río Bogotá y Municipios de Cabrera, Venecia, San Bernardo, Arbeláez, Pasca, Sibaté, Soacha, Mosquera, Funza y Cota.<sup>88</sup>

---

<sup>88</sup>UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSE DE CALDAS. “Santa Fe de Bogotá, D.C. características”. Disponible en la dirección <<https://www.udistrital.edu.co/universidad/colombia/bogota/caracteristicas/>> [En línea]. [24 de Marzo de 2016].



Para finalizar Bogotá D.C. se caracteriza por ser una capital cosmopolita a nivel gastronómico, con índice de crecimiento en comercio, reparación, hoteles y restaurantes, siendo una gran oportunidad de negocio para la presente factibilidad.

De acuerdo con los resultados del capítulo ESTUDIO DE MERCADO, en la sección “SEGMENTACIÓN DEL MERCADO” (segmentación demográfica por estrato), se seleccionaron siete localidades las cuales son: Usaquén, Chapinero, Santa Fe, Kennedy, Fontibón, Suba, Barrios Unidos.

En esta macro localización se realizará la selección de la localidad donde será ubicado el restaurante por medio de la herramienta matriz de selección, a continuación en el Cuadro 12, se determinarán y describirán los factores de relevancia, los cuales permitirán ponderar cada una de las localidades.

**Cuadro 12.** Factores de relevancia para la selección de la localidad

FACTOR DE RELEVANCIA	DESCRIPCIÓN
Servicio de parqueadero	El presente estudio está dirigido a estratos 4,5 y 6, donde estas personas cuentan con uno o más vehículos; siendo así el servicio de parqueadero un factor de gran importancia y necesario para la ubicación del establecimiento.
Cercanía con los clientes	Es importante localizar una zona donde su entorno se conforme por zonas residenciales, gimnasios, zonas comerciales y oficinas. Este medio genera mayor flujo de personas lo que es esencial para la ubicación de un restaurante.
Proximidad con los proveedores	En cuanto a los proveedores, es definitivo contar con una cercanía hacia ellos debido a que las materias primas son alimentos y existe un abastecimiento constante, por tanto la ubicación del restaurante debe contar con buenas vías de acceso, fácil transporte.
Seguridad del sector	El factor de seguridad es vital a la hora de ubicar el establecimiento, para asegurar tranquilidad, calma y seguridad de los clientes externos e internos del restaurante, logrando un mejor reconocimiento.
Competencia	Es esencial conocer el entorno en cuanto a los diferentes tipos de negocios que existen en la zona, ya que puede ser una ventaja o una amenaza ubicar el restaurante cerca a otros que ofrezcan un servicio similar al del presente estudio.

A continuación en la Tabla 36., se describirá la calificación que será asignado a cada factor de relevancia, de acuerdo a la opinión de los autores.

**Tabla 36.** Calificación de los factores relevancia

CALIFICACIÓN	DESCRIPCIÓN
1	Mayor Debilidad
2	Menor Debilidad
3	Menor Fortaleza
4	Mayor Fortaleza

A continuación en la Tabla 37., se describirá el peso que será asignado a cada factor de relevancia, de acuerdo a la opinión de los autores, la cercanía con los clientes es el factor de mayor peso e importancia, seguido de la proximidad con los proveedores, para garantizar un futuro flujo de información adecuado, además de un flujo de comensales y productos frescos, debido a su cercanía.

**Tabla 37.** Peso de los factores de relevancia

FACTOR DE RELEVANCIA	PESO
Servicio de parqueadero	0,19
Cercanía con los clientes	0,24
Proximidad con los proveedores	0,23
Seguridad del sector	0,18
Competencia	0,16
Total	1

A continuación se realizará el análisis de las localidades, mediante una matriz de selección, la cual se muestra en la Tabla 38.

**Tabla 38.** Matriz de Selección por localidad

LOCALIDAD		USAQUÉN		CHAPINERO		SANTA FE		KENNEDY		FONTIBÓN		SUBA		BARRIOS UNIDOS	
Factor relevancia	PESO	C.	PR	C.	PR	C.	PR	C.	PR	C.	PR	C.	PR	C.	PR
Servicio de parqueadero	0,19	4	0,76	4	0,76	3	0,57	2	0,38	2	0,38	3	0,57	2	0,38
Cercanía con los clientes	0,24	4	0,96	4	0,96	3	0,72	2	0,48	3	0,72	4	0,96	3	0,72
Proximidad con los proveedores	0,23	3	0,69	4	0,92	4	0,92	2	0,46	2	0,46	3	0,69	2	0,46
Seguridad del sector	0,18	3	0,54	3	0,54	3	0,54	3	0,54	2	0,36	3	0,54	2	0,36
Competencia	0,16	4	0,64	4	0,64	3	0,48	2	0,32	2	0,32	3	0,48	3	0,48
Total	1		3,59		3,82		3,23		2,18		2,24		3,24		2,40

Se puede observar que cuatro de las siete localidades pertenecientes a los estratos 4,5 y 6 poseen un promedio mayor a 2,5 lo cual indica que estas localidades están en una posición favorable según los factores de relevancia descritos, estas localidades son Usaqué, Chapinero, Santa fe y Suba las de mayor promedio, por otro lado las tres localidades con un promedio menor son Kennedy, Fontibón y Barrios Unidos.

Chapinero es la localidad seleccionada, según la calificación concedida, obtuvo mayor puntaje en los factores cercanía con los clientes esto es de gran importancia ya que se podría dar una publicidad voz a voz y se posiciona más rápido en el mercado, posteriormente el servicio de parqueadero, seguido del factor proximidad con los proveedores y la competencia lo cual es importante encontrar un local bien situado para un mejor abastecimiento y en cuanto a la competencia tener exclusividad para finalizar el puntaje menor fue en la seguridad del sector donde hay que trabajar para brindar mejor seguridad en general en la zona y en especial en el establecimiento.

En conclusión, la localidad donde será ubicado el Restaurante “Kalú”, es en la localidad de Chapinero ya que obtuvo un promedio de 3,82 sobre 4, de acuerdo al perfil que se busca, los factores de relevancia, el peso y la calificación concedidos.

**3.1.2 Micro localización.** De acuerdo a la macro ubicación realizada, la localidad seleccionada es Chapinero, ya que esta cuenta con características esenciales para el presente estudio, entre estas es el alto flujo de personas, sus áreas de parqueadero y una alta competencia brindado exclusividad a un restaurante de comida Fitness como lo es esta idea de negocio.

A continuación se analizarán locales dentro de la localidad de Chapinero, se quiere ubicar el establecimiento cerca de la zona T y la zona Rosa al norte de la capital, para encontrar la localización exacta del proyecto, se observarán y analizarán 3 locales en la zona.

Para la elección del local del restaurante se utilizará una matriz de selección, analizando cada una de las opciones; en el Cuadro 15., se describe las características de los inmuebles seleccionados con el fin de elegir el inmueble adecuado para el montaje del proyecto, la información que se presentará a continuación se tomará de páginas web relacionadas con el sector de finca raíz.

Adicionalmente en el Anexo D., se pueden observar las fotografías de cada inmueble propuesto en el Cuadro 13.

**Cuadro 13.** Inmuebles seleccionados

LOCAL	CARACTERÍSTICAS
Opción 1	Este local se encuentra ubicado en la carrera 14 No. 83-53, catalogado como estrato 6, cuenta con un área total de 300m <sup>2</sup> , cuenta con amplios espacios, buena iluminación, baños, instalación de gas natural, extractor con motor, conexión luz trifásica, tanque de almacenamiento de agua. El costo del arriendo es de \$20.000.000 mensuales.
Opción 2	Este local se encuentra ubicado en la calle 81 No. 8-95, piso bajo, catalogado como estrato 6, cuenta con un área total de 200m <sup>2</sup> , cuenta con amplios espacios, buena iluminación, está ubicado cerca parqueaderos públicos, servicio de agua, luz y gas. El costo del arriendo es de \$14.000.000 mensuales más \$1.500.000 de Administración.
Opción 3	Este local se encuentra ubicado en el edificio Bogotá business center, catalogado como estrato 6, cuenta con un área total de 193m <sup>2</sup> , cuenta con 4 parqueaderos independientes, 3 depósitos, 2 baños interiores, cocineta, pisos en porcelanato negro opaco y madera. El costo del arriendo es de \$18.000.000 mensuales.

A continuación en el Cuadro 14, se determinarán y describirán los factores que permitirán ponderar cada una de las opciones de locales.

**Cuadro 14.** Factores importantes para selección del local

FACTOR	DESCRIPCIÓN
Flujo de personas	Al momento de seleccionar la ubicación exacta del local, la zona debe contar con un gran flujo de individuos con el fin de que el lugar tenga gran acogida y rápido reconocimiento de las personas, logrando así que se genere una publicidad voz a voz y mayor número de visitas.
Costo Fijos	Los costos fijos, es un factor de gran relevancia ya que es un restaurante que está en etapa de nacimiento por tanto busca bajos costos para un mejor rendimiento, busca obtener utilidades y posicionamiento.
Área en M <sup>2</sup>	El Área del establecimiento debe ser amplia debido a dos razones, primero a que se contaran con personas con discapacidad visual que necesitan mayor y mejor espacio para su movilidad y la segunda razón por supuesto es la comodidad de los clientes.
Estacionamiento	A la hora de visitar un restaurante es esencial para un cliente estrato 4,5 y 6 contar con un establecimiento con estacionamiento, ya que a este le brinda comodidad, tranquilidad y confianza al momento de visitar el establecimiento.
Fácil Ubicación	La fácil ubicación es de gran importancia ya que el restaurante es nuevo en la zona, además para que los clientes y posibles clientes lo encuentren sencillamente, sería mucho mejor si se localiza cerca a lugares conocidos para mayor recordación y reconcomiendo.
Competencia	El facto de competencia no se puede dejar de lado al momento de elegir la ubicación del local, se debe tener en cuenta que tipos de restaurantes existen en la zona, que tipo de comida ofrece, que tan cercanos están al establecimiento y cuál es el valor agregado de cada uno de estos

A continuación en la Tabla 39., se describirá la calificación que será asignado a cada factor, de acuerdo a la opinión de los autores.

**Tabla 39.** Calificación de los factores

CALIFICACIÓN	DESCRIPCIÓN
1	Mayor Debilidad
2	Menor Debilidad
3	Menor Fortaleza
4	Mayor Fortaleza

A continuación en la Tabla 40., se describirá el peso que será asignado a cada factor de relevancia, de acuerdo a la opinión de los autores, asignándole el mayor peso al flujo de personas, debido a que el negocio se encontrará en etapa de nacimiento, seguido de los costos fijos, teniendo en cuenta estos dos factores como los de más relevancia a la hora de evaluar.

**Tabla 40.** Peso de los factores de relevancia

FACTOR DE RELEVANCIA	PESO
Flujo de personas	0,20
Costos Fijos	0,18
Área en m <sup>2</sup>	0,14
Estacionamiento	0,17
Fácil ubicación	0,16
Competencia	0,15
Total	1

A continuación se realizará el análisis de las localidades, mediante una matriz de selección, la cual se muestra en la Tabla 41.

**Tabla 41.** Matriz selección local

OPCIÓN LOCAL		OPCIÓN 1		OPCIÓN 2		OPCIÓN 3	
FACTOR	PESO	C.	PR	C.	PR	C.	PR
Flujo de personas	0,2	3	0,6	4	0,8	3	0,6
Costos Fijos	0,18	4	0,72	2	0,36	3	0,54
Estacionamiento	0,14	3	0,42	3	0,42	4	0,56
Área en M <sup>2</sup>	0,17	4	0,68	4	0,68	2	0,34
Fácil ubicación	0,16	3	0,48	4	0,64	3	0,48
Competencia	0,15	3	0,45	4	0,6	3	0,45
Total	1		3,35		3,5		2,97

Se puede observar que las tres opciones (locales) para tomar en arriendo cuentan con un promedio mayor a 2,5 lo cual indica que estos locales están en una posición favorable según los factores descritos.

La opción número 2 es el local seleccionado, según la calificación concedida, obtuvo mayor puntaje en los factores flujo de personas, área en metros, fácil ubicación y competencia, estos factores son de gran influencia para que el restaurante que está en etapa de nacimiento tenga rápido crecimiento en el sector.


En conclusión, la opción 2 con dirección carrera calle 81 No. 8-95, será ubicado el Restaurante “Kalú”, ya que obtuvo un promedio de 3,5 sobre 4, de acuerdo al perfil que se busca, los factores, el peso y la calificación concedidos.

### **3.2 FICHA TÉCNICA DE LOS PRODUCTOS Y RECETA ESTÁNDAR**


“Kalú” realizará una ficha técnica para cada uno de los platos, además de su receta estándar, la cual corresponden al contenido del menú que presenta la organización.

Las autoras de este proyecto proceden a describir los costos de la materia prima utilizados para la elaboración de cada uno de los platos que producirán en el restaurante, con el fin de finiquitar el precio final de cada plato del menú.

En los siguientes cuadros se presentarán las fichas técnicas y recetas estándar de dos platos del menú. La presentación de las fichas técnicas y recetas estándar en su totalidad se pueden observar en el Anexo E.

FICHA TÉCNICA				
CATEGORÍA		ENTRADA		
<b>NOMBRE DEL PRODUCTO</b>	Do It			
<b>PORCIONES DEL PLATO</b>	3 onzas de aceite de oliva extra virgen 8 onzas de yogurt natural griego 3 onzas de mayonesa baja en grasa 100 gramos de pimentón 200 gramos de palitos de cangrejo (2 unidades) 10 gramos de mezcla de la casa (ajo, cebolla, chile) 0,5 onzas de extracto de limón 249 gramo de aguacate (1 unidad)			
<b>IMAGEN DEL PLATO</b>				
RECETA ESTÁNDAR				
INGREDIENTES				
NOMBRE	CANTIDAD	UNIDAD	VALOR/CANT.	TOTAL
Aceite de oliva extra virgen	3 oz	oz	\$ 450	\$ 450
Yogurt natural griego	8 oz	oz	\$ 450	\$ 450
Mayonesa baja en grasa	3 oz	oz	\$ 150	\$ 150
Pimentón	100 gr	gr	\$ 400	\$ 400
Palitos de cangrejo	200 gr	gr	\$ 400	\$ 400
Mezcla de la casa	10 gr	gr	\$ 400	\$ 400
Extracto de limón	0,5 oz	oz	\$ 20	\$ 20
Aguacate	250 gr	gr	\$ 2.000	\$ 2.000
Costo de MP ofertado por el proveedor				\$ 4.270
Variación de los costos (10%)				\$ 427
Costo total de la preparación del plato				\$ 4.697



FICHA TÉCNICA				
CATEGORÍA		POLLO		
NOMBRE DEL PRODUCTO	El Internacional			
PORCIONES DEL PLATO	350 gramos de pollo 50 gramos de albaricoques 50 gramos de pecanas acarameladas 80 gramos de lechuga romana 5 onzas de aceite de oliva extra virgen 3 onzas de vinagre de vino 0,4 gramos de sal y pimienta			
IMAGEN DEL PLATO				
RECETA ESTÁNDAR				
INGREDIENTES				
NOMBRE	CANTIDAD	UNIDAD	VALOR/CANT.	TOTAL
Pollo	350 gr	gr	\$ 6.500	\$ 6.500
Albaricoques	50 gr	gr	\$ 300	\$ 300
Pecanas acarameladas	50 gr	gr	\$ 300	\$ 300
Lechuga romana	80 gr	gr	\$ 300	\$ 300
Sal y pimienta	0,4 gr	gr	\$ 20	\$ 20
Aceite de oliva extra virgen	5 oz	oz	\$ 450	\$ 450
Vinagre de vino	3 oz	oz	\$ 450	\$ 450
Costo de MP ofertado por el proveedor				\$ 8.320
Variación de los costos (10%)				\$ 832
Costo total de la preparación del plato				\$ 9.152

Luego de realizar las recetas de cada entrada, plato, postre y bebida, con sus respectivos costos, se procede a realizar la metodología de calidad de productos exigida por la organización.

Para el restaurante la materia prima es de vital importancia, ya que en esta actividad se inicia el éxito de la organización, por lo tanto es necesario garantizar la calidad en el manejo que se da en los alimentos, cada uno de los productos independientemente de su estado (congelado, refrigerado, seco), debe cumplir con el procedimiento adecuado desde el momento en que el proveedor realiza la entrega, además cada uno de los productos debe ser verificado en el momento de ser recibido, ya que deben cumplir con características tales como temperatura, buen estado, rectificar la fecha de vencimiento y calidad óptima de cada uno de ellos.

En el almacenamiento cada uno de los productos debe ser debidamente agrupado y acomodado según la naturalidad de producción, con el fin de cumplir el tiempo de vida primaria de cada uno de los productos y evitar el desperdicio. En cada almacenamiento ejecutado los productos contarán con una rotación adecuada según sus fechas de vencimiento, para evitar que se descompongan y cumplir el respectivo movimiento según el orden de llegada.

Los empleados que laboren en la cocina, deben realizar la respectiva verificación de la fecha de vencimiento de cada uno de los productos que cuenten con un ciclo de vida primario corto o sean perecederos como las carnes, el pollo, el pescado, las verduras, las frutas, las bebidas, entre otros; sin embargo el Chef debe verificar y garantizar las características de calidad adecuadas de los productos que van hacer abastecidos para la producción diaria, con el fin de lograr un producto final de calidad total para el consumidor y así lograr la satisfacción de él.

Los productos que presenten alguna irregularidad, deberán ser inmediatamente eliminados y se deberá tomar el registro en la planilla de control de inventarios, para “Kalú” es de importancia que las unidades registradas en este control sean mínimas ya que la organización no coincide el desperdicio de comida, no solo por los costos que incurre, si no, porque la empresa reconoce que está ubicada en Colombia país en el que hay pobreza y desnutrición por esto tendrá un estricto control de pérdidas alimentarias.

### **3.3 MÉTODOS DE TRABAJO**

El proceso de ejecución de las diferentes actividades se lleva a cabo mediante el uso de métodos de trabajo, en los cuales se describe las acciones que se van a desarrollar para la producción de los diferentes platos a ofrecer, se definen las diferentes labores que conlleva cada actividad con el fin de realizar los procesos con la mayor eficiencia y así lograr la mejor productividad con estándares altos de producción. Este procedimiento se realiza con el fin de que los empleados se informen del proceso de elaboración de cada plato, logrando ahorrar tiempo y altos estándares de productividad. A continuación en el Cuadro 15., se describe el método de trabajo para el plato Huamantanga del restaurante “Kalú”, además en el Anexo F., se ilustran los métodos de trabajo de todos los productos ofrecidos.

**Cuadro 15. Método de trabajo plato "Huamantanga"**

<b>MÉTODO DE TRABAJO "Huamantanga"</b>	
Traslado de la materia prima al área de producción	El auxiliar de cocina debe retirar del refrigerador el salmón y de la nevera los huevos, queso en cubos, yogurt natural griego y el extracto de limón, después debe sacar de las estanterías el aceite de oliva extra virgen, la papa Huamantanga, aceitunas, perejil, sal, pimienta y el aguacate, el cual se encuentra dentro de una bolsa de papel para su conservación, finalmente debe dirigirse al área de producción con todos ellos.
Cocción de los productos en la parrilla	El chef debe garantizar la temperatura adecuada, luego se coloca en el sartén los 300 gr de salmón, acompañados por el aceite de oliva extra virgen (5 oz), se deja freír hasta que el salmón este completamente cocido (aproximadamente 15 minutos), el cual se sirve en un plato.  Por otro lado se pone en una olla con agua a cocer las papas, después se pelan y se cortan en rodajas, en otra olla se deben poner a hervir los huevos hasta que estos estén bien cocidos (aproximadamente 15 minutos), después se pelan y se pican en trocitos, se prepara la salsa de palta triturando medio aguacate, por último se sirve en el plato adecuado todos los elementos de la ensalada y se le agrega de ultimas la sala de palta, los huevos, las aceitunas por la mitad, el queso y el perejil, se mezcla y finalmente se procede a servir en un recipiente.
Alistar plato para servir el pedido e inspeccionar	El auxiliar de cocina recoge los dos platos, los decora y verifica que cumplan con todos los requisitos, después de esto, el auxiliar debe llevar el plato a la barra, en donde el mesero lo recibirá y se desplazará a la mesa y finalmente entregará al cliente que realizó el pedido.

### 3.4 ESTUDIO DE TIEMPOS

Por medio del estudio de tiempo, se describirá el paso a paso de los procedimientos necesarios para cada uno de los platos del menú del restaurante "Kalú".

Con base en los diagramas de proceso se busca eliminar todo trabajo innecesario, reordenar, combinar y reducir operaciones repetidas, a través del estudio de tiempos se describirá todas y cada una de las actividades del proceso que son necesarias para la elaboración de cada plato.

El presente estudio de tiempos, se realizó a través de la toma de dos tiempos, utilizando así un cronometro tipo sexagesimal por cada proceso de cada producto ofrecido por el restaurante "Kalú", para esta toma de tiempos de realizó el método regreso a cero, teniendo en cuenta todas las actividades productivas y no productivas, posteriormente se promediaron los dos tiempos tomados, obteniendo así los tiempos estándar (T.(Min)), para cada uno de los platos a elaborar.

Por otro lado, para obtener los diagramas se tomó en cuenta la distancias (D.(Mts)), del área de producción que deben recorrer las personas de cocina, para la elaboración de cada plato, el total de los diagrama de proceso se pueden observar en el Anexo G.

**DIAGRAMA DE PROCESOS N° 1**

Nombre del Proceso: Entrada Pídeme  
 Diagramado por los autores del proyecto: Lucía Barón y Camila Quintero  
 Proceso inicial: Retirar del refrigerador los productos que contiene el plato  
 Proceso final: Transportar pedido al comensal

**CUADRO RESUMEN**

SÍMBOLO	DESCRIPCIÓN	CANT.	T.(Min)	D. (Mts)
●	Operación	8	6,75	4,65
➔	Transporte	3	0,47	8,30
■	Inspección	1	0,10	0,00
▼	Almacenamiento	0	0,00	0,00
◐	Demoras	0	0,00	0,00



Plato: Pídeme N°	DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	SÍMBOLO	T. (Min)	D. (Mts)
1	Retirar las moras y frambuesas de la nevera	● ➔ □ ▼ ◐	0,10	3,65
2	Retirar de las estanterías aceite de oliva extra virgen, vinagre de manzana, cuscús integral, almendras y nueces	● ➔ □ ▼ ◐	0,15	1,00
3	Traslado de materia prima al área de producción	○ ➔ ■ ▼ ◐	0,16	4,00
4	Alistamiento de la parrilla y sartén a temperaturas adecuadas	● ➔ □ ▼ ◐	1,00	0,00
5	Colocar en el sartén los 70 gr de cuscús, acompañado por el aceite de oliva extra virgen (3oz) y el vinagre de manzana (3oz)	● ➔ □ ▼ ◐	2,00	0,00
6	Simultáneamente en otro sartén se tostarán las almendras a fuego medio-alto, se agrega las nueces	● ➔ □ ▼ ◐	2,00	0,00
7	Traslado de alimentos cocidos y preparados al área de preparación.	○ ➔ ■ ▼ ◐	0,16	2,25
8	Se sirve en el plato adecuado se coloca la mezcla de cuscús, se agregan las bayas	● ➔ □ ▼ ◐	1,00	0,00
9	Se riegan de manera suave las almendras y nueces	● ➔ □ ▼ ◐	0,25	0,00
10	Decoración del plato	● ➔ □ ▼ ◐	0,25	0,00
11	Verificación que cumpla con todos los requisitos	○ ➔ ■ ▼ ◐	0,10	0,00
12	Transportar el plato a la barra	○ ➔ ■ ▼ ◐	0,15	2,05
<b>Total</b>			<b>7,32</b>	<b>12,95</b>

Ahora bien, se realizó el estudio de tiempos (CPM/PERT) con el fin de determinar el tiempo real de preparación de cada plato, por otro lado se busca identificar las holguras y la ruta crítica (R.C.) obteniendo así el tiempo total para de elaboración para cada uno de los productos que ofrecerá el restaurante.

Para la elaboración de los tiempos se tendrá en cuenta el siguiente esquema, ver Cuadro 16.

**Cuadro 16.** Esquema de actividades para hallar tiempos

ESQUEMA CPM/PERT		
Actividad	Tiempo de inicio más temprano (ES)	Tiempo de terminación más temprano (EF)
Tiempo de duración	Tiempo de inicio más tardío (LS)	Tiempo de terminación más tardío (LF)

Por otro lado en la Tabla 42., se ilustra el análisis CPM/PERT de la entrada “Do It”, la primera columna esta la actividad predecesora inmediata (PRED.), la cual es la actividad que da inicio a la actividad siguiente, en la segunda columna se encuentra la actividad, en la tercer columna se encuentra la descripción de la actividad, en la cuarta columna se encuentra el tiempo estándar por actividad, en la quinta columna está el tiempo de inicio más temprano (ES), en la sexta columna está el tiempo de inicio más tardío (LS), en la séptima está el tiempo de terminación más temprano (EF), en la octava está el tiempo de terminación más tardío (LF), en la novena se encuentra la holgura (es el lapso de tiempo que una actividad puede ser demorada sin que se incremente el tiempo de terminación del proyecto), en la última columna se toma en cuenta que cuando una holgura equivale a cero la actividad hace parte de la ruta crítica.

El estudio de tiempos para todos los platos se pueden observar en el Anexo H.

**Tabla 42.** Análisis CPM/PERT Entrada Do It

PRED.	ACT.	DESCRIPCIÓN ACTIVIDAD	TIEMPO ESTÁNDAR	ES	LS	EF	LF	HOLGURA (LS-ES)	R.C.
---	A	Retirar de la nevera yogur natural griego, mayonesa, pimentones, la mezcla de la casa y extracto de limón y del refrigerador dos unidades de palitos de cangrejo	0,10	0,00	0,74	0,10	0,84	0,74	NO
---	B	Retirar de las estanterías el aguacate	0,06	0,00	0,78	0,06	0,84	0,78	NO
AB	C	Traslado de materia prima al área de producción	0,16	0,10	0,84	0,26	1,00	0,74	NO
---	D	<b>Alistamiento de la parrilla y sartén a temperaturas adecuadas</b>	<b>1,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>1,00</b>	<b>1,00</b>	<b>0,00</b>	<b>SI</b>
CD	E	<b>Colocar en el sartén 2 unidades de palitos de cangrejo, acompañados por el aceite de oliva extra virgen (3oz)</b>	<b>10,00</b>	<b>1,00</b>	<b>1,00</b>	<b>11,00</b>	<b>11,00</b>	<b>0,00</b>	<b>SI</b>
CD	F	Simultáneamente en otro sartén se freirán los trozos de pimentón con la mezcla de la casa, se agrega el yogur y la mayonesa	3,00	1,00	8,00	4,00	11,00	7,00	NO
EF	G	<b>Traslado de alimentos cocidos y preparados al área de preparación.</b>	<b>0,16</b>	<b>11,00</b>	<b>11,00</b>	<b>11,16</b>	<b>11,16</b>	<b>0,00</b>	<b>SI</b>
G	H	Se pican en pequeños trozos los palitos de cangrejo	1,45	11,16	12,41	12,61	13,86	1,25	NO
G	I	<b>Se parte a la mitad el aguacate, se retira la pepa del aguacate</b>	<b>1,30</b>	<b>11,16</b>	<b>11,16</b>	<b>12,46</b>	<b>12,46</b>	<b>0,00</b>	<b>SI</b>
I	J	<b>se revisa que no quede ningún pedazo de la pepa</b>	<b>0,10</b>	<b>12,46</b>	<b>12,46</b>	<b>12,56</b>	<b>12,56</b>	<b>0,00</b>	<b>SI</b>
J	K	<b>Se sirve en el plato adecuado se coloca la mezcla (pimentones, mezcla de la casa, yogur, mayonesa) sobre las dos mitades de los aguacates</b>	<b>1,30</b>	<b>12,56</b>	<b>12,56</b>	<b>13,86</b>	<b>13,86</b>	<b>0,00</b>	<b>SI</b>
HK	L	<b>Se agregan los trozos de palitos de cangrejo</b>	<b>0,30</b>	<b>13,86</b>	<b>13,86</b>	<b>14,16</b>	<b>14,16</b>	<b>0,00</b>	<b>SI</b>
L	M	<b>Se aplican las onzas del extracto de limón y decora el plato</b>	<b>0,30</b>	<b>14,16</b>	<b>14,16</b>	<b>14,46</b>	<b>14,46</b>	<b>0,00</b>	<b>SI</b>
M	N	<b>Verificación que cumpla con todos los requisitos</b>	<b>0,10</b>	<b>14,46</b>	<b>14,46</b>	<b>14,56</b>	<b>14,56</b>	<b>0,00</b>	<b>SI</b>
N	O	<b>Transportar el plato a la barra</b>	<b>0,15</b>	<b>14,56</b>	<b>14,56</b>	<b>14,71</b>	<b>14,71</b>	<b>0,00</b>	<b>SI</b>
<b>TOTAL</b>			<b>19,48</b>					<b>10,00</b>	

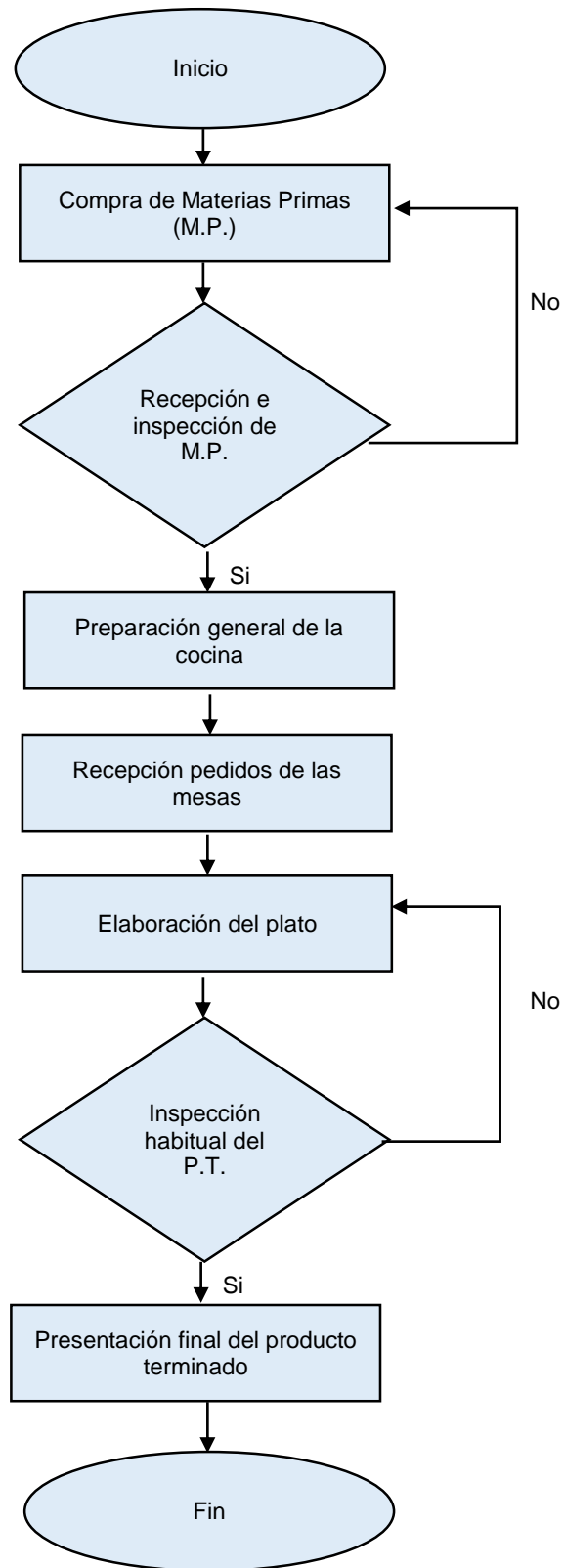
Para el plato “Do It”, se identificó una ruta crítica con un tiempo total 14,71 Minutos.

### **3.5 DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PROCESO**

La descripción del proceso se realizará a través de un diagrama de flujo identificando cada una de las actividades para la elaboración a nivel general para un plato.

A continuación se ilustrará el proceso general a través de un diagrama de flujo, en el cual se tendrá en cuenta cada uno de los productos ofrecidos por “Kalú”, donde todos los productos en su proceso de preparación inician y terminan con la misma actividad, independientemente de la categoría a que este pertenezca (entradas, plato fuerte, bebidas, postres). El Diagrama 2., describe las actividades paso a paso para la producción de cualquier plato del menú.

Diagrama 2. Flujo general del proceso





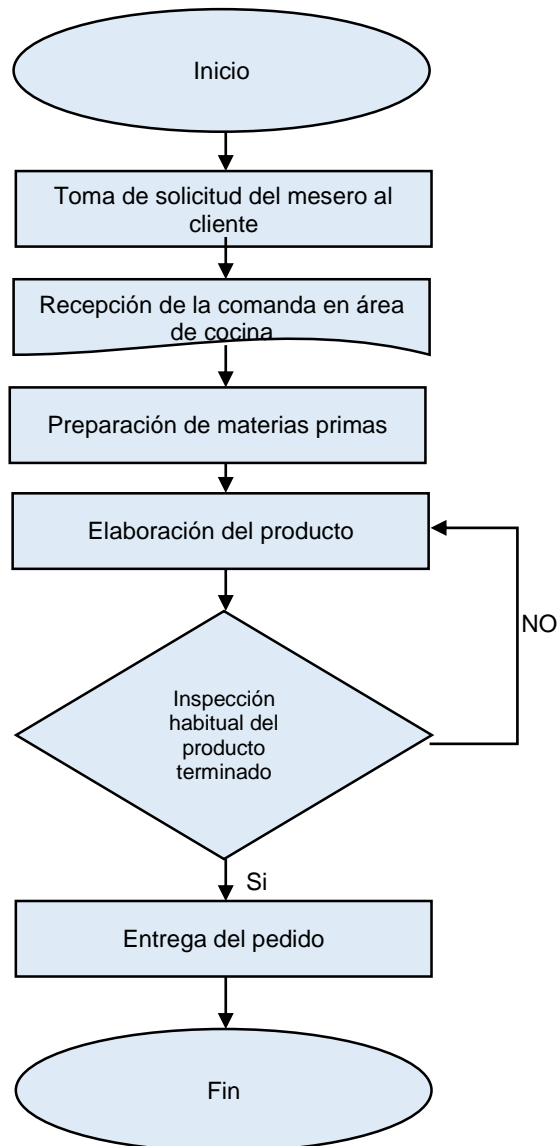
- **Compra de materias primas.** En este proceso se realiza la operación de compra de las materias primas requeridas y/o faltantes para el abastecimiento, del restaurante y tener suficiente M.P. para preparar cada uno de los diferentes platos ofrecidos.
- **Recepción e inspección de materias primas Sí.** En este se realiza la entrega de cada una de las materias primas compradas por parte del proveedor, una vez recibidas se realiza una minuciosa inspección una a una de las MP como control de calidad, luego se comienza el alistamiento de cada una de estas dejándolas lista para comenzar la producción.
- **Recepción e inspección de materias primas No.** Se realiza la queja con el proveedor, para que este se encargue de reponerla.
- **Preparación general de la cocina.** En general se debe preparar la cocina para empezar la producción del día a día, en este paso se debe verificar que todos los elementos y utensilios están limpios, además que este en total funcionamiento la estufa, horno, entre otras herramientas necesarias para dar comienzo a la producción.
- **Recepción pedidos de las mesas.** En este proceso cada uno de los meseros encargados toman los pedidos de las mesas, posteriormente en la cocina se reciben las comandas de los diferentes clientes, acá es donde se da el inicio al proceso de elaboración de cada plato.
- **Elaboración del plato.** En este proceso se realiza el producto solicitado por el comensal, el cual debe producirse de acuerdo a los procesos establecidos, además de las cantidades determinadas, garantizando la calidad de los alimentos y el correcto armado del pedido.
- **Inspección habitual del producto terminado.** Este es uno de los procesos más importantes, debido a que es el último paso en el proceso de producción que el producto está en cocina antes de ser llevado al comensal, esta inspección es con el fin de garantizar las características generales del producto y así lograr una satisfacción al cliente con el plato ofrecido.
- **Inspección habitual del producto terminado Sí.** Una vez realizada la inspección y verificación, por el chef da la aprobación del plato, por consiguiente es llevado a la barra para da salida al producto final, el cual es llevado al comensal.
- **Inspección habitual del producto terminado No.** Una vez realizada la inspección y verificación, por el chef el rechaza el plato, por consiguiente es llevado al área de preparación para realizar los ajustes necesarios o realizarlo de

nuevo si es el caso, ya que ningún plato puede salir del área de producción sin las especificaciones establecidas.

- **Presentación final del producto terminado.** Una vez inspeccionado el producto, y se indica que está listo para ser entregado al cliente, se transporta el producto final hasta el comensal entregándolo en óptimas condiciones de acuerdo a lo solicitado por el cliente.

**3.5.1 Descripción general del proceso para la elaboración de platos.** En el Diagrama 3., se ilustra el flujo de las actividades que conforman el proceso de producción en el área de la cocina, este diagrama es a nivel general para la preparación de platos.

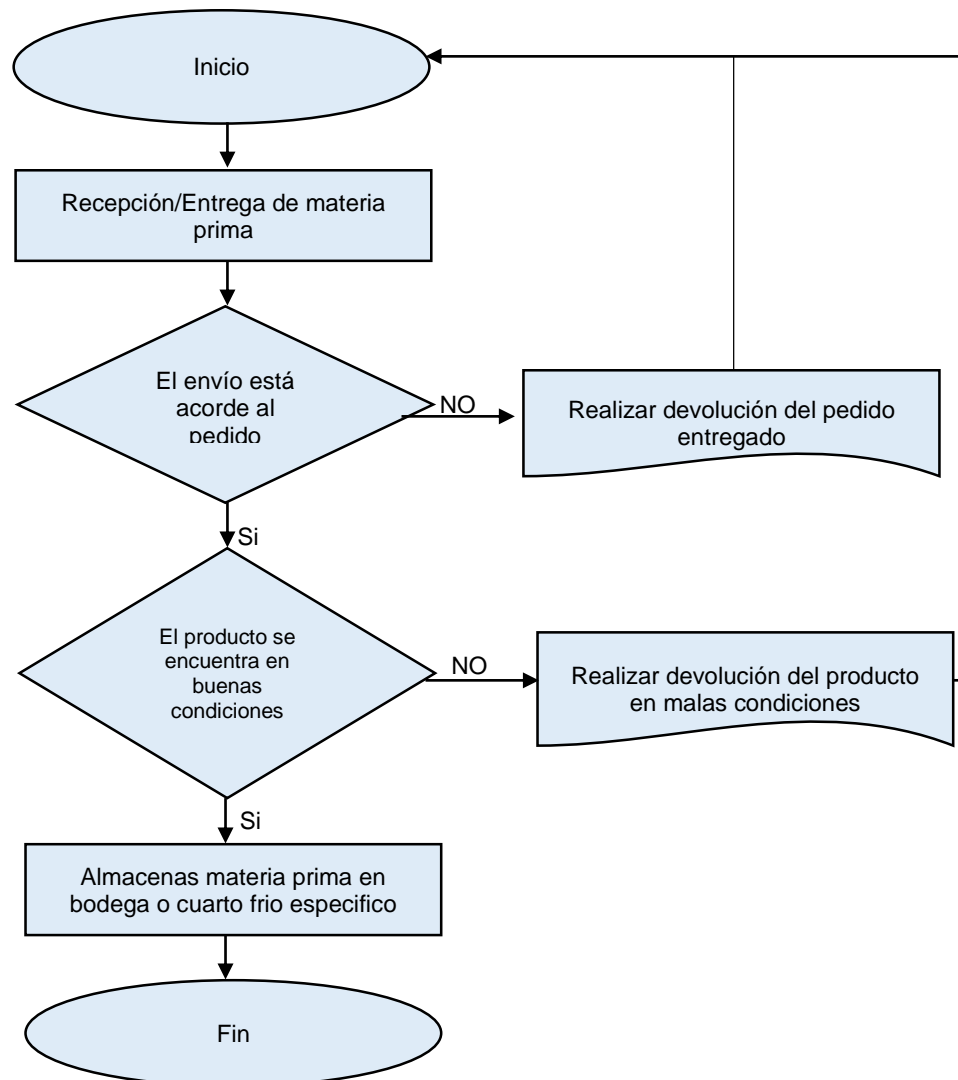
**Diagrama 3.** Flujo elaboración de platos



- **Toma de solicitud del mesero al cliente.** En este paso el mesero se acerca al cliente, se presenta dándole la bienvenida, luego le enseña y le ofrece los productos de “Kalú”, así el cliente toma una decisión de que ordenar, el mesero procede a tomar el pedido. Este pedido se toma por medio de una tableta a través del uso del software Jaws, por la condición de los meseros con discapacidad visual (baja visión).
- **Recepción de la comanda en área de cocina.** En este proceso la comanda llega al área de cocina por medio electrónico (software instalado), en orden consecutiva, de cómo sean tomadas las órdenes para tener un orden de llegada además de prioridad primero en llegar primero en salir (FIFO), satisfaciendo a los comensales.
- **Preparación de materias primas.** Este proceso se da después de la recepción de materias primas, acá los empleados de la cocina se encargan de alistar las MP (cortarlos, lavarlos, almacenarlos en porciones adecuadas, entre otros), para que estos estén listos al momento que se necesiten para la producción de los platos que se están solicitando.
- **Elaboración del producto.** En este proceso se lleva a cabo la elaboración del producto solicitado por el comensal, este se lleva siguiendo el procedimiento establecido, teniendo en cuenta las cantidades y tiempo de cocción determinado, para cada uno de los productos ofrecidos, además se usan los utensilios, herramientas y maquinaria adecuada.
- **Inspección habitual del producto terminado.** Este paso es uno de los más trascendentales puesto que es última vez que el producto está en cocina antes de ser llevado al comensal, esta observación es con el fin de garantizar que las particularidades de cada producto estén correctas.
- **Inspección habitual del producto terminado Sí.** Una vez realizada la inspección por el chef da el consentimiento del plato, por consiguiente es llevado a la barra para dar salida al producto final, el cual es llevado al comensal.
- **Inspección habitual del producto terminado No.** Una vez realizada la inspección por el chef el rechaza el plato, por consiguiente el plato se lleva al área de preparación para realizar los ajustes necesarios o realizarlo de nuevo si es el caso, ya que ningún plato puede salir del área de producción sin las especificaciones establecidas.
- **Entrega del pedido.** La entrega del pedido se da una vez acabe la inspección del producto final, este se transporta hasta el comensal entregándolo en óptimas condiciones, cumpliendo y satisfaciendo lo solicitado por el cliente.

**3.5.2 Descripción general de recepción de materia prima.** Para “Kalú”, es importante la realización del flujo del proceso para la recepción de materia prima, por la razón que el restaurante mantiene un constante abastecimiento ya que son alimentos diferentes (de gran valor, precedores o delicados). Estos alimentos deben contar con un minucioso proceso de recepción y almacenamiento ya que tienen que estar en excelente calidad para la producción. Se debe realizar un abastecimiento cada vez que sea necesario, de acuerdo al punto de reorden de M.P. para la elaboración de platos diaria. El Diagrama 4., corresponde a la recepción de la materia prima.

**Diagrama 4.** Flujo de recepción de materia prima



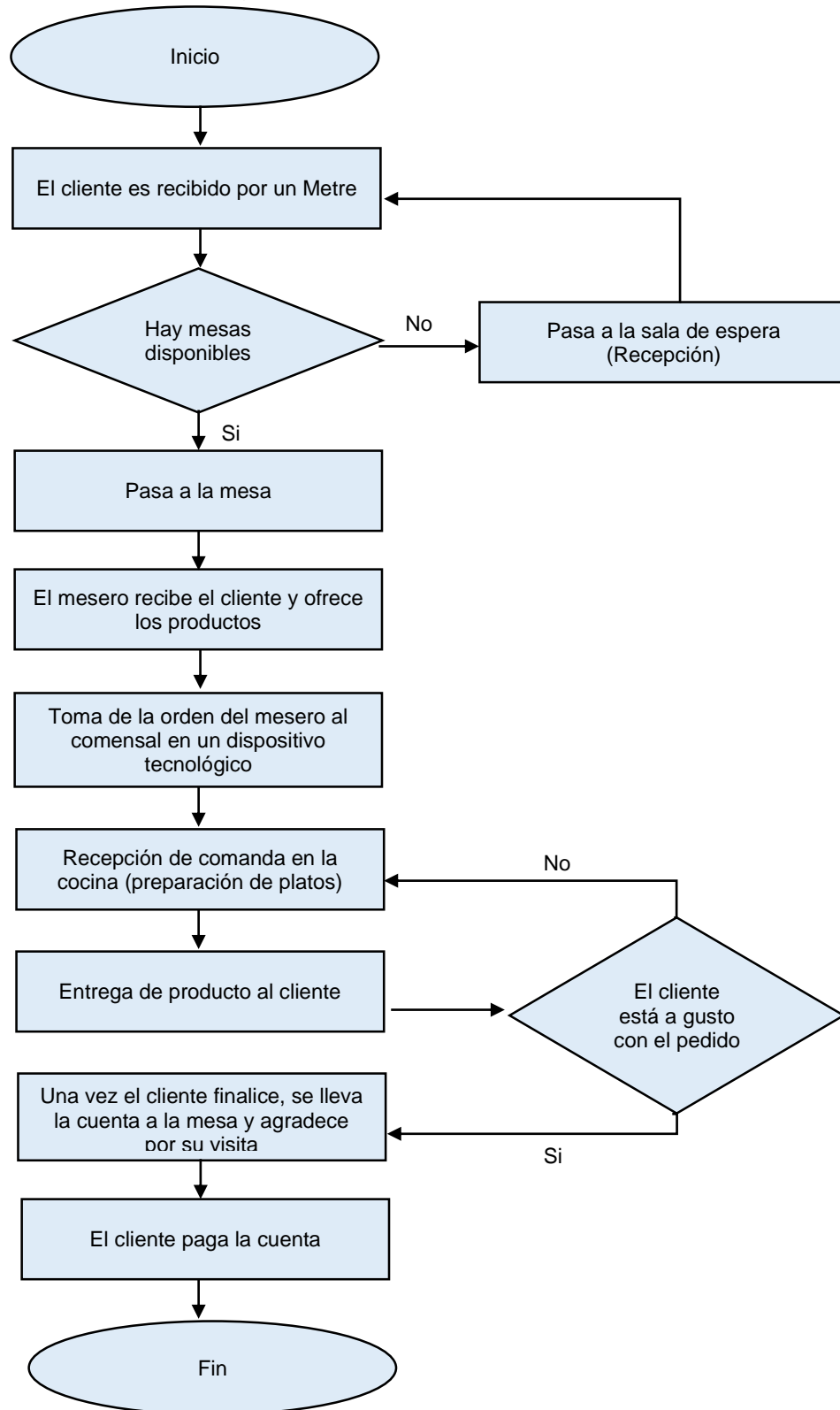
- **Recepción/Entrega materia prima.** En este se reciben las diferentes materias primas requeridas y ordenadas por el restaurante, acá se realiza una rápida

inspección de las M.P., como control y garantía que estas llegaron y fueron recibidas en el almacén de “Kalú”.

- **Él envió está acorde al pedido.** En este paso se identifica si las materias primas recibidas están de acuerdo a la solicitud enviada (restaurante al proveedor), verificando que este completa además que cumpla los requisitos acordados; este proceso se realiza por medio del uso de un documento con el cual se compara el pedido solicitado con el pedido recibido garantizando un adecuado abastecimiento.
- **Realizar devolución del pedido entregado.** En el caso que el proveedor haya enviado el pedido incompleto o el pedido incorrecto, se procede a realiza la devolución de los alimentos.
- **El producto se encuentra en buenas condiciones.** En este paso la persona encargada de recibir el pedido, debe revisar cada una de las cajas o embalaje garantizando las buenas condiciones de los alimentos (fecha de vencimiento, óptimas condiciones, cadena de frio), una vez realizada esta inspección se puede llevar las materias primas al almacenamiento.
- **Realizar devolución del producto en malas condiciones.** En el caso que el proveedor haya enviado alimentos en malas condiciones que no garantizan la calidad de los alientos, como el embalaje este estropeado, alimentos vencidos, entre otros, se procede a realiza la devolución de los alimentos al proveedor.
- **Almacenar materia prima en bodega o cuarto frio especifico.** En este proceso primero se debe almacenar los productos que requieran temperaturas especificas o cadena de frio, ya que son los más vulnerables al deterioro, luego se almacenan los productos secos y demás materias primas, la personas que se encuentras en el almacén debe tener en cuenta que las materias primas se deben rotar (primeros en llegar primaros en salir), además esta persona debe realizar una actualización constante de inventario así llevar cabo el contaste abastecimiento garantizando que cualquiera de los platos que sea solicitado se puedan elaborar.

**3.5.3 Descripción general proceso del servicio.** Para “Kalú”, es trascendental realizar el flujo del proceso del servicio, ya que el restaurante debe garantizar la satisfacción total del cliente, un buen servicio equivale a un cliente feliz (cliente potencial), además de genera un voz a voz que ayuda a que el restaurante tienda a crecer, por eso se tienen varios pasos para describir este flujo desde la llegada del comensal al restaurante hasta su salida del establecimiento. El Diagrama 5., ilustra el proceso de servicio.

**Diagrama 5.** Flujo general proceso de servicio



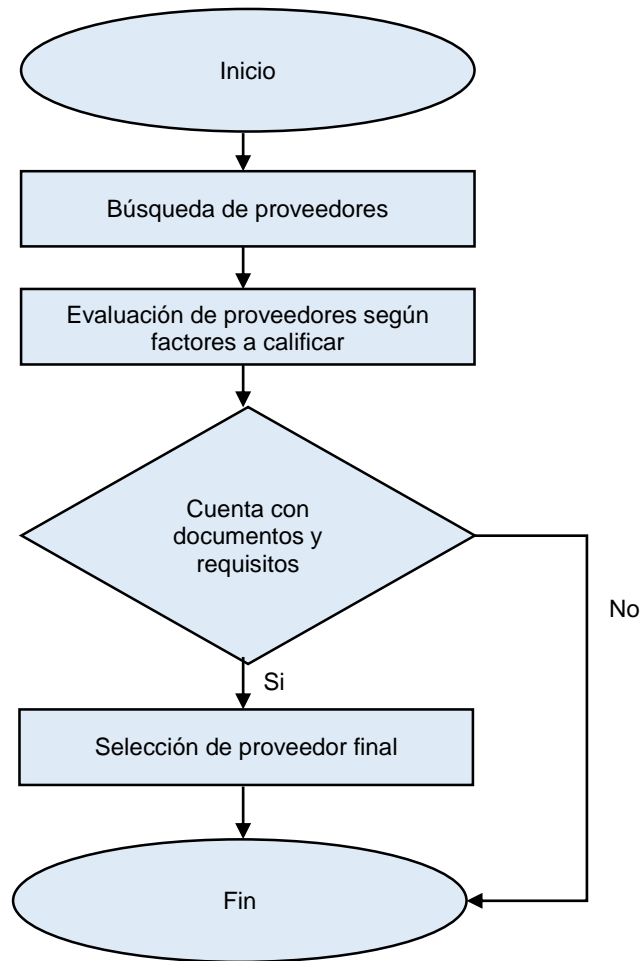
- **Cliente es recibido por un Metre.** Este es el primer contacto del restaurante con el cliente, acá hay una persona con discapacidad visual (baja visión), encargada esta es quien da la bienvenida al comensal y le enseña las mesas disponibles para que el comensal elija.
- **Hay mesas disponibles.** El Metre enseña que mesas disponibles hay y el comensal elije donde quiere sentarse, de acuerdo a su comodidad y número de personas con las que visite el establecimiento.
- **Pasa a la mesa.** El cliente pasa a la mesa que seleccionó, en caso que no esté a gusto con esta y si hay otras mesas disponibles puede pasar a otra mesa de su preferencia.
- **Pasa a la sala de espera.** El cliente pasa a la sala de espera espacio creado para hacer tiempo mientras que los clientes esperan que una mesa esté disponible, en este espacio podrán tomar alguna bebida de su preferencia, cuando una mesa esté disponible, se le asignará al cliente.
- **El mesero recibe el cliente y ofrece los productos.** El mesero (persona con discapacidad visual) asignado a la mesa elegida por el cliente se acerca y da la bienvenida a “Kalú”, haciendo sentir cómodo al comensal siendo amigable y agradeciendo su visita, posteriormente ofrece los productos del restaurante, enseñando cada uno de estos y que características consta como se describe en la carta (menú).
- **Toma de la orden del mesero al comensal en un dispositivo tecnológico.** Una vez enseñada la carta, el mesero procede a tomar el pedido el cual debe tener todas las especificaciones del cliente, para la correcta elaboración en cocina. Este proceso se realiza por medio de una tableta (dispositivo tecnológico) que cada uno de los meseros tiene, el dispositivo cuenta con un software diseñado para que la comanda llegue a la cocina.
- **Recepción de comanda en la cocina (preparación de platos).** En este proceso se reciben las comanda, teniendo orden de llegada y prioridad de salida (primeras en entrar primeras en salir), además hay que tener los tiempos de preparación de cada uno de los platos solicitados.
- **Entrega de producto al cliente.** Una vez pasa por el flujo de producción, el plato es entregado al mesero correspondiente quien entregará el producto final, en excelentes condiciones de armado y calidad al cliente satisfaciendo su solicitud.
- **El cliente está a gusto con el pedido Sí.** Si el cliente está satisfecho con su pedido, éste se dispondrá a alimentarse y el mesero podrá continuar con el servicio.

- **El cliente está a gusto con el pedido No.** Si el cliente no está satisfecho con su pedido, éste regresa el pedido al mesero, el cual lo lleva a la recepción de comanda en la cocina (preparación de platos).
- **Se lleva la cuenta a la mesa y agradece por su visita.** Cuando el cliente solicite la cuenta de pago, el mesero correspondiente se acerca llevando la cuenta a la mesa, mientras entrega el mesero debe nuevamente agradecer por la visita del comensal.
- **El cliente paga la cuenta.** El cliente una vez reciba la cuenta debe acercarse a recepción a cancelar esta, allí es recibido por una persona encargada de recibir el pago de cada una de las mesas, una vez cancelado, el empleado encargado de esta tarea se despide del cliente de una manera amigable con el fin que este cliente vuelva.

**3.5.4 Descripción general para selección de proveedores.** En este diagrama de flujo, se presentan las diferentes actividades que hacen parte de la selección de proveedores, por lo tanto se ilustra el diagrama de flujo correspondiente, ver Diagrama 6.



**Diagrama 6.** Flujo selección de proveedores



- **Búsqueda de proveedores.** La búsqueda de proveedores se realiza una vez se definan las necesidades de materias primas para la producción del restaurante, se debe procurar que los empresas que provean los diferentes productos garanticen, los estándares de calidad, buenos precios, tiempos de entrega entre otros criterios.
- **Evaluación de proveedores según factores calificar.** Se procede a evaluar a los proveedores, primero se hace una matriz de posibles proveedores donde se eligen a los que ofrezcan las materias primas requeridas, se procede a evaluarlos por medio de unos factores de calificación los cuales estandariza la empresa una vez haga este proceso.
- **Cuenta con los documentos y requisitos.** Se procede a evaluar los posibles proveedores verificando el cumplimiento de documentos y requisitos exigidos por la empresa, entre estos “Kalú” solicita Cámara de Comercio, RUT, certificación

bancaria, certificados de calidad, portafolio de productos además de los precios a ofrecer; si cumple continúa al proceso, de lo contrario se rechaza el posible proveedor.

- **Selección de proveedor final.** Se realiza la verificación de documentación requerida, se selecciona el proveedor que mejores beneficios ofrezca a “Kalú”, se precede a la vinculación empresa proveedor, para un mejor abastecimiento como una alianza estratégica.

### **3.6 SUMINISTROS E INSUMOS DE MATERIA PRIMA**

El suministro de materia prima, se realiza para cada uno de los productos demandados y requeridos para la elaboración de los diferentes platos ofrecidos por el restaurante, este proceso de provisión se realiza por medio de una exhaustiva selección de proveedores, los cuales se responsabilizan y garantizan diferentes características exigidas por el restaurante como lo son la calidad de los productos, la cadena de frío, fechas de vencimiento y el estado de cada uno de ellos.

Una vez realizado el proceso de aprovisionamiento la organización “Kalú” será responsable del correcto almacenamiento y manipulación de cada unidad de los productos para así brindar calidad óptima a nuestros clientes.

**3.6.1 Definir el perfil del proveedor.** Al definir el perfil del proveedor se busca un tipo de características particulares que garanticen la calidad de los productos entre estos “Kalú”, requiere:

- Constituido bajo la figura de persona natural o jurídica.
- La experiencia mínima en el mercado debe ser de por lo menos de 5 años.
- Se exige que maneje una distribución y tiempos de entrega adecuados.

**3.6.2 Matriz de posibles proveedores.** La matriz de posibles proveedores de materia prima alimenticia que demanda la empresa para realizar los diferentes procesos de producción, esta matriz se realiza con el fin de hacer una adecuada selección de estos, allí es donde se tendrán los datos (nombre, dirección, teléfono, contacto), de los posibles proveedores, como se ilustra en el Cuadro 17.

Los posibles proveedores serán categorizados según la naturaleza de los productos requeridos, los cuales son Carnes (res, pollo, pescado), misturas (verduras, tubérculos, frutas, cereales), harinas, otros (aceites, vinagre, salsas, secos entre otros).

**Cuadro 17.** Matriz posibles proveedores

PROVEEDOR	DIRECCIÓN OFICINAS	TELÉFONO	CONTACTO
CARNES			
Central de Carnes Bogotá	Autopista Sur # 66-78	728 20 13	<a href="http://www.efege.com/central.html#uno">http://www.efege.com/central.html#uno</a>
De La Sabana	Calle 79 No.55B-38	742 15 15	<a href="mailto:importaciones@delasabana.com">importaciones@delasabana.com</a>
Carnes Finas Club Ganadero	Carrera 7 N° 180 - 75	677 35 53 312 454 15 66	<a href="mailto:carnesfinasclubganadero@hotmail.com">carnesfinasclubganadero@hotmail.com</a>
MISTURAS			
Jaimar Ltda	Cra. 80 N° 2 - 51	453 94 27	<a href="http://www.jaimarlda.com/">http://www.jaimarlda.com/</a>
Cajumar	Subachoque Cund.	320 427 03 93	<a href="mailto:contacto@cajumar.com.co">contacto@cajumar.com.co</a>
Disfruver	Carrera 50 N° 5C - 76	260 17 68	<a href="http://www.disfruver.com/">http://www.disfruver.com/</a>
HARINAS			
Pan pa' Ya!	Cl. 58 #6-22	487 77 77	<a href="http://www.panpaya.com.co/">http://www.panpaya.com.co/</a>
Felipan	Calle 51 # 9 - 73	235 88 10	No hay información
OTROS			
Team Colombia	Cra. 11 N° 84 - 09	651 57 00	<a href="http://www.team.co/web/">www.team.co/web/</a>
Alkosto	Av Cra. 68 72-43	437 68 68	<a href="http://www.alkosto.com/">www.alkosto.com/</a>
Éxito	Cl. 52 #13-70	212 40 22	<a href="http://www.exito.com/">www.exito.com/</a>

**3.6.3 Evaluación de proveedores.** Teniendo en cuenta la matriz de posibles proveedores presentada en el Cuadro 18., se procede a realizar una evaluación de estos, con el fin de realizar la selección cada uno de los proveedores que formarán parte de “Kalú”.

Una vez se realiza la selección de proveedores principales también se busca generar proveedores suplentes, así se garantiza que siempre se cuenta con otro proveedor de materia prima en la organización y un proceso de abastecimiento continuo.

A continuación se realizará el paso a paso de la evaluación de proveedores por el a través del modelo matriz de calificación de proveedores.

- **Definir criterios de calificaron.** La decisión de que criterios de calificación se tendrán en cuenta se hace con el fin que todos los proveedores de las diferentes materias primas estén bajo la mismas condiciones de calificación. En el Cuadro 18., se describen los criterios de calificación.

**Cuadro 18.** Criterios de calificación a proveedores

CRITERIO DE CALIFICACIÓN	DESCRIPCIÓN
Calidad	“Kalú” requiere que los proveedores envíen la MP en óptimas condiciones (cadena de frío, fecha de vencimiento, entre otros), a nivel general en buen estado, por tal motivo es el factor más importante ya que es garantía que se preparan productos frescos.
Tiempo de entrega	Para “Kalú” la puntualidad es de vital importancia para evitar retrasos en los ciclos de producción, pues estos son trasmitidos en la entrega de los productos o que pueda llegar a existir productos faltantes, generando insatisfacción en los clientes,
Buenos precios	Debido a que “Kalú” necesita reducir en gran medida sus costos, es importante que los proveedores ofrezcan valores asequibles para los principales insumos a la empresa y así brindar precios competitivos en el mercado.
Facilidad de pago	Debido a que “Kalú”, se encuentra en una etapa de nacimiento, implica directamente que su nivel de solvencia y liquidez financiera es baja, por esto se considera necesario que el proveedor brinde diferentes alternativas de pago.

- **Definir factores de ponderación.** “Kalú”, se encuentra en etapa de nacimiento, esto significa que quiere entrar a competir en el mercado, por esta razón requiere mayor exigencia en los criterios de calidad, tiempo de entrega y flexibilidad en la forma de pago. En el Tabla 43., se asignan los porcentajes de los criterios.

**Tabla 43.** Porcentaje por criterio

CRITERIO	PORCENTAJE
Calidad	32%
Tiempo de entrega	28%
Buenos precios	20%
Facilidad de pago	20%
$\Sigma$	100%

- **Definición de escala de calificación.** Se trabaja con una escala de calificación de 1 a 3, esto con el fin de mitigar la subjetividad de los autores a la hora de evaluar los criterios establecidos, a continuación en el Cuadro 19., se describe la construcción de las escalas de valoración.

**Cuadro 19. Escalas de valoración**

<b>CRITERIO</b>	<b>CALIFICACIÓN</b>	<b>PUNTOS</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
Calidad	Excelente	1	Siempre cumple con los estándares de calidad
	Bueno	2	Rara vez incumple con los estándares de calidad
	Regular	3	Continuamente incumple con los estándares de calidad
Tiempo de entrega	Excelente	1	Siempre es puntual con sus entregas
	Bueno	2	Rara vez presenta impuntualidad en su entrega
	Regular	3	Constantemente presenta impuntualidad
Buenos precios	Excelente	1	Es inferior al promedio del precio de mercado
	Bueno	2	Está en el promedio del mercado
	Regular	3	Es superior al promedio del mercado
Facilidades de pago	Excelente	1	La flexibilidad de pago es mayor a 90 días
	Bueno	2	La flexibilidad de pago <= a 60 días
	Regular	3	El pago es de contado

A continuación en la Tabla 44., se realizará la evaluación para la selección del proveedor adecuado, la cual se llevará a cabo según las escalas y criterios de evaluación establecidos a cada uno de los proveedores de las diferentes materias primas requeridas.

**Tabla 44. Matriz Decisoria**

PROVEEDOR	CALIFICACIÓN								TOTAL	ASIGNACIÓN %
	ABS.	REL.	ABS.	REL.	ABS.	REL.	ABS.	REL.		
	CALIDAD		TIEMPO DE ENTREGA		BUENOS PRECIOS		FACILIDAD DE PAGO			
Carnes										
Central de Carnes Bogotá	2	0,64	2	0,56	3	0,6	1	0,2	2,00	0%
De La Sabana	1	0,32	2	0,56	2	0,4	1	0,2	1,48	30%
Carnes Finas Club Ganadero	1	0,32	1	0,28	2	0,4	2	0,4	1,40	70%
Misturas										
Jaimar Ltda	2	0,6	3	0,84	3	0,6	3	0,6	2,64	0%
Cajumar	2	0,6	2	0,56	2	0,4	2	0,4	1,96	30%
Disfruver	1	0,3	1	0,28	1	0,2	2	0,4	1,18	70%
Harinas										
Pan pa' Ya!	1	0,32	1	0,82	2	0,4	3	0,6	2,14	70%
Felipan	1	0,32	2	1,64	1	0,2	3	0,6	2,76	30%
Otros										
Team Colombia	1	0,32	2	0,56	1	0,2	2	0,4	1,48	30%
Alkosto	1	0,32	1	0,28	2	0,4	2	0,4	1,40	70%
Éxito	1	0,32	1	0,28	3	0,6	2	0,4	1,60	0%

Según los resultados de este modelo el mayor puntaje asignado a cada uno de los proveedores según la materia prima que suministra se seleccionó Carnes Finas Club Ganadero, Disfruver, Pan Pa' Ya!, Alkosto. Cada uno de los proveedores selecto fue escogido ya que cumple con la mayor parte de los criterios exigidos como el gran compromiso con la calidad, las fechas de entrega, manejo de bajos costos y facilidad de pago.

Lo que permite que “Kalú Fitness” tenga unos tiempos de respuesta adecuados frente a sus los procesos de preparación de los platos que los clientes demandan, un buen margen de utilidad y liquidez económica para crecer en el mercado. Por tales motivos estos proveedores son una buena opción para entrar a realizar alianzas estratégicas.

En segundo lugar como suplentes, se encuentra De la Sabana, Cajumar, Felipan, Team Colombia esto debido a que ellos son empresas que garantizan en totalidad los criterios exigidos por “Kalú” pero no en su totalidad o con diferencias mínimas, por tal motivo serian una muy buena opción en tal caso que la primera opción de proveedores no pueda cumplir.

**3.6.4 Política de inventarios.** La política de inventario se establece con el fin de instituir aspectos que garanticen la efectividad de la cadena de abastecimiento, siendo los inventarios una parte importante.

Una vez realizada la selección de proveedores, se instituirá una política de inventarios, la cual garantizará a “Kalú”, que la operación de abastecimiento sea de forma adecuada. En el Cuadro 20., muestra la política de inventario que exige el restaurante.

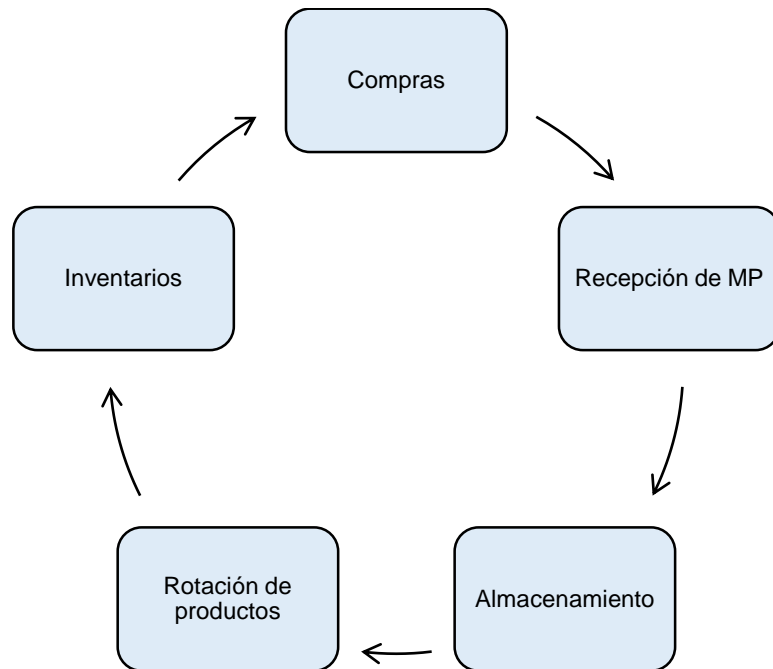
**Cuadro 20.** Política de inventarios

<b>POLÍTICA DE INVENTARIOS</b>
Realizar eficazmente los pedidos de compras de materia prima de acuerdo a la logística de abastecimiento de la empresa.
Tener en cuenta un stock de seguridad del 5%, teniendo en cuenta el ciclo de vida de los alimentos.
Para los productos congelados como carnes, pollo, mariscos, pescados, entre otros, se va a generar 2 pedidos, los cuales tendrán 2 entregas semanales, teniendo en cuenta el ciclo de vida es extenso bajo las condiciones adecuadas.
Para los pedidos de misturas (refrigerados) como verduras, tubérculos, frutas, entre otros, se va generar 2 pedidos para entrega 2 veces semanales, teniendo en cuenta el ciclo de vida de estos es más corto, se puede identificar un riesgo de descomposición más rápido, por esta razón hay que almacenarlos bajo las condiciones adecuadas.
Para los otros productos como aceites, granos, salsas, entre otros, se generaran un pedido cada 10 días, lo que corresponde a la entrega de 3 veces al mes, estos productos están catalogados como alimentos no peligrosos ya que su ciclo de vida es superior a los seis meses.
Para la recepción de pedidos se debe realizar la inspección y verificación de la remisión enviada por parte del proveedor contra la orden de compra realizada por "Kalú".
Inspeccionar minuciosamente la materia prima que llega al establecimiento, con el fin de exigir a los proveedores la más alta calidad en los productos respondiendo al buen estado del mismo (fechas de vencimiento, temperatura adecuada, cadena de frio) de los productos congelados y refrigerados.
Conservar y garantizar la cadena de abastecimiento de las diferentes materia primas en cadena de frio y secos.
Garantizar la prioridad de almacenamiento con respecto a los alimentos congelados y refrigerados, debido que se debe conservar la cadena de frio manteniendo así la calidad de los mismos. Posteriormente se deben almacenar los demás productos.
Hacer efectiva la rotación de la materia prima de acuerdo a la fecha de vencimiento y orden de llegada (primero en llegar, primeros en salir).
Mantener el orden constante en las bodegas, teniendo en cuenta la distancia mínima de 2.54 cm de caja - caja o pared – caja, esto con el fin de respetar el flujo de frio.
Realizar un inventario diario y uno semanal de las materias primas con mayor rotación con el fin de evitar los faltantes del mismo, además del cueles y control contable semanal.
Realizar un inventario mensual a nivel general del total de los productos con el fin de llevar acabo el cierre y control contable mes a mes.
Registrar cada uno de los inventarios elaborados al sistema con el fin de tener un flujo de información continuo.



A continuación en la Diagrama 7., se ilustra el ciclo de compras del abastecimiento del restaurante “Kalú”, el cual es cíclico, empieza y termina en la mismas actividad ya que todas las actividades del ciclo son una parte indispensable del proceso de inventario y abastecimiento.

**Diagrama 7.** Ciclo de compras del abastecimiento



- **Compras.** Primera etapa del ciclo de compras y comienza cuando el organismo encargado de adquisiciones recibe la solicitud de compras, emitida por el área de punto o sección que requiera un determinado producto.
- **Recepción de MP.** Es la segunda etapa del ciclo de compras, se da cuando el organismo de compras recibe del proveedor el material solicitado en la orden de compra.
- **Almacenamiento.** Es la tercera etapa del ciclo de compras, se da cuando el organismo de compras guarda el material recibido en la orden de compra.
- **Rotación de productos.** Es la cuarta etapa del ciclo de compras, se da cuando el material almacenado, se empieza a rotar de acuerdo a las prioridades establecidas en la empresa, en un restaurante se procede a trotar (primero en llegar primero en salir).
- **Inventarios.** Es la quinta etapa del ciclo de compras, se da cuando el organismo de compras lleva el control de las unidades almacenadas, es recomendable no tener una tasa alta de inventario.

### 3.7 DISTRIBUCIÓN DE ESPACIOS

El layout o distribución en planta, es indispensable realizarla para distribuir de forma adecuada los espacios con los que contará el restaurante “Kalú”, buscando favorecer la eficiencia de las actividades, proporcionando a los diferentes empleados un espacio adecuado para realizar sus funciones, además debe garantizar la comodidad de los clientes al momento de adquirir el servicio y los productos.

Por otro lado la Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS-USMA 008, presenta unos requisitos de planta para un restaurante categorizado entre 3 a 5 tenedores. Ver Cuadro 21.

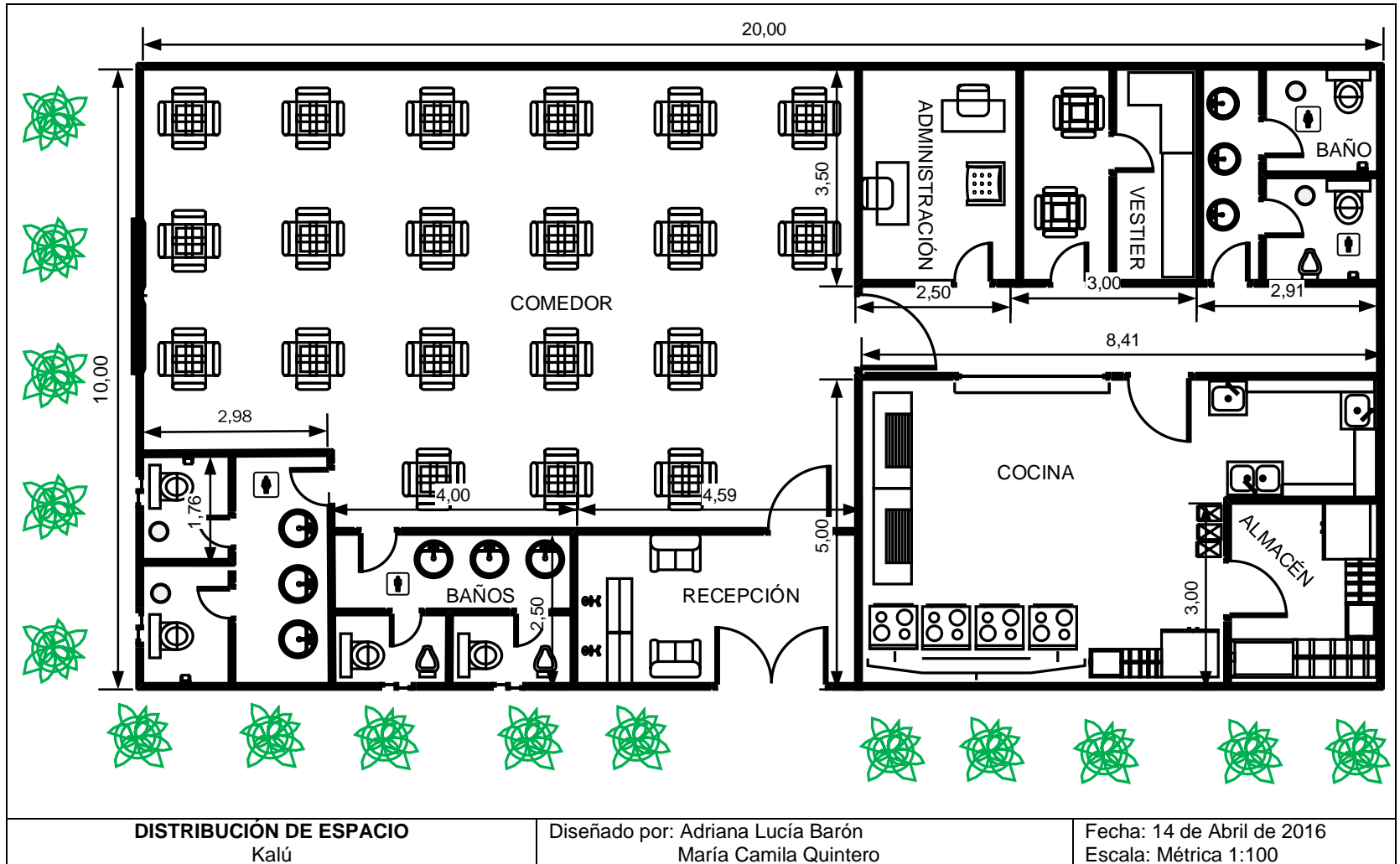
**Cuadro 21.** Requisitos de planta Norma NTS-USMA 008

REQUISITOS	CARACTERÍSTICAS/DESCRIPCIÓN
Instalaciones	El establecimiento debe tener como mínimo: un comedor para el personal de servicio, fuera del área de cocina, además debe contar con un vestier y baños para las personas de servicio.
Acceso	Tener un acceso principal para clientes, en algunos casos uno independiente para los proveedores y personal de servicio.
Mesas	El establecimiento debe, como mínimo tener mesas para cuatro personas, mínimo de 80cm x 80cm y un espacio entre mesas mínimo de 1 m

**Fuente:** [http://www.fontur.com.co/aym\\_document/aym\\_normatividad/2009/NTS\\_USNA008.pdf](http://www.fontur.com.co/aym_document/aym_normatividad/2009/NTS_USNA008.pdf) (Consultado 01/04/2016)

En el Plano 1., se ilustra la distribución del restaurante “Kalú”, teniendo en cuenta las dimensiones del local seleccionado en la micro localización, las exigencias por la NTS-USMA y los principios básicos de la distribución.

**Plano 1. Distribución de Espacio "Kalú"**



### 3.8 CÁLCULO DE CAPACIDADES

El cálculos de capacidades de producción del restaurante, determina la maquinaria y la mano de obra necesaria para satisfacer la demanda proyectada el en capítulo “ESTUDIO DE MERCADO”, Análisis de la demanda.

**3.8.1 Capacidad del proyecto.** Con el fin de satisfacer la demanda es necesario conocer la capacidad con la va a contar el proyecto además de su infraestructura.

**3.8.1.1 Datos e información.** Para el cálculo de la capacidad del proyecto es indispensable tener en cuenta unos datos e información de los años 2016 a 2021, como se presente a continuación en la Tabla 45., datos generales.

**Tabla 45.** Datos generales proveedores

FACTORES	AÑO					
	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Días/año	366	365	365	365	366	365
Días-Compensatorios	53	52	52	52	53	52
Días laborales/año	312	313	313	313	313	313
Días laborales/mes	26	26	26	26	26	26
Horas laborables/mes	192	192	192	192	192	192
Turnos	1	1	1	1	1	1

A continuación en la Tabla 46., se presenta la jornada laboral, esta se basa en las políticas de servicio establecidas en el capítulo “ESTUDIO DE MERCADO”, Marketing mix. Además se establece un tiempo de preparación (cocina, establecimiento y personal) de 30 minutos y de almuerzo de 60 minutos, para las personas que trabajan en “Kalú”, organicen sus puestos de trabajo y sus respectivos uniformes así están en toda la disposición para trabajar.

**Tabla 46.** Jornada laboral "Kalú"

DÍAS	ACTIVIDAD	HORARIO	DURACIÓN (MIN)	DURACIÓN (HORAS)
Lunes a Jueves	Tiempo de preparación	10:30 – 11:00	30	0,5
	Jornada de atención	12:00 – 20:00	480	8
	Tiempo Total		510	8,5
	Tiempo Almuerzo	11:00 – 12:00	60	1
	Pausa activa	16:00 – 16:15	15	0,25
	<b>Tiempo efectivo jornada laboral</b>		<b>435</b>	<b>7,25</b>
Viernes y Sábado	Tiempo de preparación	10:30 – 11:00	30	0,5
	Jornada de atención	12:00 – 23:00	660	11
	Tiempo Total		690	11,5
	Tiempo Almuerzo	11:00 – 12:00	60	1
	Pausa activa	17:00 – 17:30	30	0,5
	<b>Tiempo efectivo jornada laboral</b>		<b>600</b>	<b>10</b>
Domingos y festivos	Tiempo de preparación	10:30 – 11:00	30	0,5
	Jornada de atención	12:00 – 17:00	300	5
	Tiempo Total		330	5,5
	Tiempo Almuerzo	11:00 – 12:00	60	1
	Pausa activa	15:00 – 15:30	30	0,5
	<b>Tiempo efectivo jornada laboral</b>		<b>240</b>	<b>4</b>

Los empleados tienen un jornada laboral de domingo a domingo, por esta razón tienen un día compensatorio a la semana que varía entre los días lunes a jueves, los demás días se encuentra todo el personal en el restaurante.

Por otro lado el restaurante contará con el área de servicio, de con 20 mesas, cada una con 4 puestos, para un total de 80 comensales sentados.

Para calcular el tiempo medio que los comensales se demoran en el servicio de principio a fin en un restaurante, se basará en un artículo de un estudio realizado a un restaurante en la ciudad de Nueva York el cual fue publicado en Craiglist. En este artículo se compara los tiempos promedio de servicio de 2 años obteniendo para el año 2004 un tiempo promedio 65 minutos y para los años 2014 pasó a 115 minutos.<sup>89</sup>

Se deduce que en la actualidad el tiempo promedio de servicio por persona equivale a: 115 minutos lo que es igual a 1 hora 55 minutos.

<sup>89</sup>SABROSÍA. "¿Tu restaurante favorito te parece más lento hoy que hace unos años? La tecnología podría ser la causa". Disponible en <<https://www.sabrosia.com/2014/07/los-selfies-hacen-muchomas-lentos-a-los-restaurantes/>> [En línea]. [01 de Abril de 2016].

**3.8.1.2 Capacidad del proyecto para el año 2016.** Para realizar el cálculo de la capacidad del proyecto para el presente año, se debe asumir los datos e información ya puntualizada anteriormente de la cual se deduce que la jornada máxima es igual a 10 horas/día.

**Ecuación 2.** Capacidad del proyecto

$$\text{Servicio al público} = 10 \frac{\text{horas}}{\text{día}} * 60 \frac{\text{minutos}}{\text{hora}} = 600 \text{ m/d}$$

$$\text{Servicio al público} = \frac{600 \frac{\text{minutos}}{\text{día}}}{115 \frac{\text{minutos}}{\text{día}}} = 5,21 \approx 5 \frac{\text{servicios}}{\text{día}}$$

La capacidad diaria de “Kalú”, se puede calcular partiendo de los 80 puestos que el restaurante va a tener.

**Ecuación 3.** Capacidad máxima diaria

$$5 \frac{\text{servicios}}{\text{día}} * 80 \frac{\text{personas}}{\text{servicio}} = 400 \frac{\text{personas}}{\text{día}}$$

Se puede concluir que el restaurante contará con una capacidad máxima de 400 personas al día, teniendo en cuenta que las instalaciones del restaurante estarían al 100% de su capacidad.

Por otro lado se debe determinar el tiempo efectivo en el área de producción, para esto se tendrá en cuenta los datos de la Tabla 47., donde se quedará establecido para el año 2016 la distribución del tiempo.

**Tabla 47.** Tiempo efectivo para el área de producción (Min/día)

DÍAS	ACTIVIDAD	DURACIÓN ACTIVIDAD (HORAS)	DURACIÓN ACTIVIDAD (MIN)	TIEMPO PREDECESOR	TIEMPO SUCESOR
Lunes a Jueves	Jornada laboral (sin público)	1,5	90	90	480
	Jornada laboral (con público)	8	480		
	Tiempo efectivo total	9,5	570		
Viernes y Sábado	Jornada laboral (sin público)	1,5	90	90	660
	Jornada laboral (con público)	11	660		
	Tiempo efectivo total	12,5	750		
Domingos y festivos	Jornada laboral (sin público)	1,5	90	90	390
	Jornada laboral (con público)	5	300		
	Tiempo efectivo total	6,5	390		

**3.8.2 Tamaño y mercado del proyecto.** El tamaño del proyecto es el total de producto por unidad de tiempo, esta determina a través de capacidad de producción, definiendo la cantidad de productos a producir.

La capacidad máxima del restaurante “Kalú” es de 400 personas diarias, lo cual indica que el negocio tendrá que realizar mínimo 400 platos (entrada, plato fuerte, bebida y postre).

Posteriormente se asignaran porcentajes de participación a cada uno de los platos ofrecidos. Ver Tabla 48.

**Tabla 48.** Platos diarios a producir

MENÚ	PRODUCTO	PORCENTAJE	UNIDADES A PRODUCIR
Entradas	Pídeme	6,0%	24
	Do It	6,0%	24
	Hot spicy Mexican	6,0%	24
Platos Fuertes	Miss KALÚ	7,0%	28
	Hinojo	7,0%	28
	Huamantanga	6,0%	24
	El internacional	5,0%	20
	La caballa	7,0%	28
Bebidas	Hierbabuena	7,5%	30
	Jugo Mandarina	7,5%	30
	Limonada de coco	8,0%	32
	Jugo de Guanábana	7,5%	30
Postres	Mix frutos secos	6,5%	26
	Parfait	6,5%	26
	Batido de proteínas	6,5%	26

### 3.9 MAQUINARIA REQUERIDA

Para cumplir con las necesidades de demanda en “Kalú”, se requiere calcular la maquinaria necesaria, para la preparación de los platos a ofrecer, para este cálculo se debe tener en cuenta el tiempo estándar de los productos (platos) establecidos en los diagramas de procesos, de allí se tomarán datos los cuales ayudarán a determinar el tiempo que cada plato dura en las diferente máquinas, ver Tabla 49.

**Tabla 49.** Tiempo estándar por máquina

PLATO	MÁQUINAS			TIEMPO TOTAL POR PLATO
	PARRILLA INDUSTRIAL	ESTUFA GAS CON HORNO	LICUADORA	
Pídeme Do It	--	4	--	4
Hot Spicy Mexican	--	13	--	13
Miss KALÚ	--	--	--	0
Hinojo	15	10	--	25
Huamantanga	20	5	--	25
El Internacional	15	30	--	45
La caballa	--	15	--	15
Hierbabuena	--	20	--	20
Jugo Mandarina	--	--	4	4
Limonada de coco	--	--	4	4
Jugo de Guanábana	--	--	3	3
Mix Frutos secos	--	--	--	0
Parfait	--	--	--	0
Batido proteínas	--	--	3	3
Total tiempo estándar maquina	50	97	18	

A cada tiempo estándar que ocupa cada uno de los platos en las diferentes máquinas, se utilizará para calcular la cantidad de máquinas necesarias para el restaurante, a través de la aplicación de la Ecuación 4., posteriormente en la Tabla 50., se identifica el número de máquinas necesarias para suplir la demanda en “Kalú”.

#### Ecuación 4. Máquinas necesarias

$$\frac{\text{Tiempo estándar} * \text{demanda diaria}}{\text{Tiempo efectivo al día}}$$



**Tabla 50. Máquinas necesarias**

MAQUINA	TIEMPO ESTÁNDAR	MAQUINARIA NECESARIA	CAPACIDAD MÁQUINAS	NUMERO DE MÁQUINAS	MAQUINARIA REQUERIDA
Parrilla Industrial	50	12,71	6	2,12	2
Estufa con Horno	97	24,66	6	4,11	4
Licuadaora	18	4,54	8	0,58	1

En el Anexo I., fichas técnicas de las máquinas.

### 3.10 MANO DE OBRA NECESARIA

El restaurante debe determinar el nuero de trabajadores, ya sea directa e indirecta que se pretende contratar, con el fin de suplir la producción del restaurante además de la administración del mismo. A continuación en el Cuadro 22., se mencionarán los cargos necesarios para el atento funcionamiento y actividad del restaurante.

**Cuadro 22. Cargos Restaurante "Kalú"**

CARGO
Gerente (1)
Contador (1)
Auxiliar de caja (1)
Metre (1)
Jefe de meseros (1)
Meseros (6)
Garroteros (2)
Chef (1)
Ayudante de cocina (4)
Ayudante de limpieza (1)

El restaurante "Kalú", para su funcionamiento contratará en el área administrativa con un Gerente y un Contador; en el área de ventas contará con un auxiliar de caja, un Metre, Jefe de meseros, garroteros, meseros y ayudante de limpieza, para el área productiva se requiere la mano de obra directa es decir los cargos de Chef y ayudante de cocina.

Por medio de la demanda diaria se determinará el tiempo de producción como se muestra en la Tabla 51., con este se encontrará el número de empleados necesarios para desempeñar el cargo de ayudante de cocina.

**Tabla 51.** Tiempos de producción

PLATO	PRODUCTO	N° DE PEDIDOS	PROMEDIO N° DE PEDIDOS	TIEMPO REAL/PLATO (MIN)	PROMEDIO TIEMPO REAL/PLATO (MIN)	TOTAL PEDIDOS EN TIEMPO REAL (MIN)
Entradas	Pídeme	24	24	4,91	22,52	540,48
	Do It	24		14,71		
	Hot spicy Mexican	24		22,52		
Plato fuerte	Miss KALÚ	28	26	27,31	27,31	710,06
	Hinojo	28		23,20		
	Huamantanga	24		25,31		
	El internacional	20		17,76		
	La caballa	28		22,86		
Bebida	Hierbabuena	30	31	5,36	5,51	170,81
	Jugo Mandarina	30		5,06		
	Limonada de coco	32		5,51		
	Jugo de Guanábana	30		4,06		
Postres	Mix frutos secos	26	26	2,11	8,91	231,66
	Parfait	26		8,91		
	Batido de proteínas	26		4,06		
		Total				1653,01

Capacidad requerida 1653,01 minutos/día

Capacidad Hombre 480 minutos/día

**Ecuación 5.** Mano de obra necesaria

$$\frac{1653,01 \frac{\text{minutos}}{\text{día}}}{480 \frac{\text{minutos}}{\text{día}}} = 3,44 \approx 4 \text{ ayudantes de cocina}$$

Se concluye que la mano de obra necesaria en el área de cocina (producción), requiere 4 auxiliares de cocina, con este número de personas en cocina se podría suplir la demanda diaria, de acuerdo a las capacidades ya calculadas.

### **3.11 CARACTERÍSTICAS DE LA MAQUINARIA, EQUIPO E INSUMOS**

Para la implementación del restaurante se requiere una serie de elementos los cuales permitirán el funcionamiento del mismo, tales como la maquinaria, ver Tabla 52., equipos tecnológicos, ver la Tabla 53., utensilios y enseres, ver Tabla 54, muebles, ver Tabla 55.

El número de elementos es el resultado de las capacidades calculadas anteriormente, las tablas que se presentan a continuación muestran los elementos necesarios para el desarrollo del restaurante con su respectiva descripción, cantidad y precio, por otro lado las cotizaciones se encuentran en el Anexo J.

**Tabla 52. Maquinaria**

ÁREA	ÍTEM	DESCRIPCIÓN	ILUSTRACIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Cocina	Parrilla industrial Broiler a gas	Broiler de 48'' a gas natural, su estructura general de acero galvanizado, panel frontal y base superior en acero inoxidable, costados en lámina de acero y acabado esmaltado. Alto:559mm, Frente:914mm Fondo:794mm		2	\$3.850.000	\$7.700.000
Cocina	Estufa a gas con horno	Estufa de Piso con Horno y Gratinador 6 puestos, ABBA RG 802-4N PL Inox - Gas Natural, horno a gas con aislamiento térmico lateral y superior, operado por válvula de seguridad, gratinador eléctrico en el horno, de 1000W a 120V con sensor térmico, puerta horno plana con vidrio panorámico e interior templados, encendido eléctrico en los quemadores y luz interior en el horno, seis puestos (3 rápidos y 3 ultra rápido), mesa sellada en acero inoxidable con niveles anti derrame, tapa en cristal templado, quemadores en base de aluminio, 3 parrillas superiores en alambón porcelanizado, bandeja asadora, Tamaño (L x P x A cm)58 x 76 x 94		4	\$ 958.900	\$ 3.835.600
Cocina	Licuadaora	Licuadaora Sajar de 8 litros, motor de 1/2 HP a 3600 rpm vaso cuchilla y soporte en acero inoxidable vaso cónico que forma un perfecto remolino que hace que todo el producto pase por las cuchillas tapa con empaque de caucho y abrazaderas que la mantienen fija sin que se salga el producto del vaso sistema volcable Sello mecánico que impide el paso de líquido al motor un año de garantía.		1	\$ 950.000	\$ 950.000




**Tabla 52.** (Continuación.)

ÁREA	ÍTEM	DESCRIPCIÓN	ILUSTRACIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Almacén	Refrigerador y congelador	Refrigerador y congelador M-EIC V39M, Mueble de acero inoxidable, 2 puertas batientes de vidrio, 8 parrillas de almacenamiento, Capacidad: 39 pies cúbicos Temperatura de conservación: 0° C - 4° C Temperatura de congelación: -18° C - 22° C Potencia: 1/2 HP, 110V Dimensiones: 137 x 76 x 191 cm		2	\$ 7.500.000	\$ 15.000.000
Cocina	Campana extractora	Campana en vidrio curvo templado y con frente en acero inoxidable, tensión de alimentación 120 V a. c., frecuencia eléctrica 50/60 Hz, capacidad de aspiración 750 m/ h. Diámetro ducto, potencia eléctrica, potencia iluminación 150 mm, iluminación: 2 lámparas, tipo de iluminación LED, potencia del motor 170 W, velocidad del motor 3, 1 Motor, filtro atrapa grasas: 1 aluminio con marco y doble seguro, lavable, acabado acero inoxidable (.73) – Cristal.		1	\$ 799.900	\$ 799.900
Cocina y almacén	Lava platos y mesón	Lava platos de 1x60, mesón de 2x60, ambos en acero inoxidable.		3	\$ 1.900.000	\$ 5.700.000
Total					\$15'958.800	\$33'985.500

**Tabla 53.** Equipos tecnológicos

ÁREA	ÍTEM	DESCRIPCIÓN	ILUSTRACIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Servicio	Caja registradora	Caja registradora alfanumérica Casio ses-s800 control inventarios. Cumple con los requisitos exigidos por la Dian para facturación régimen simplificado y régimen común, pantalla led de gran formato para visualizar productos, conector puerto paralelo serial para balanza, scanner computador y lector de barras, 2 puertos seriales para conectar 2 líneas de recibo generado: razón social, Nit, régimen constituido, dirección, teléfono, tipo de factura consecutivo, resolución Dian, pantalla operador de 2 líneas alfanumérica y 1 línea numérica, Impresora térmica puede generar hasta 9 copias de recibo, Impresora térmica de alta velocidad una sola tirilla, Inventarios entradas y salidas.		1	\$ 719.900	\$ 719.900
Cocina	Televisor	Televisor Samsung 32" Smart Tv 32J4300 LED-Negro, tamaño de la Pantalla: 32". Resolución 1.366 x 768, entradas HDMI: 2, entradas USB: 1, conectividad WI-FI, tecnología LED, comparte Contenidos por WIFI-Directo, si Cuenta Con TDT: DVB-T2. SMARTV (internet).		1	\$ 879.900	\$ 879.900
Servicio	Tableta Azpen	7,85" 1024 x 768 HD LCD y rápido procesador de cuatro núcleos a 1,3 GHz. CPU fuerte y la GPU permiten esta tableta para ejecutar juegos, películas y aplicaciones sin problemas, GPS Bluetooth 4.0 y Radio FM son los futuros de claves adicionales.		6	\$ 338.900	\$ 2.033.400

**Tabla 53.** (Continuación.)





ÁREA	ÍTEM	DESCRIPCIÓN	ILUSTRACIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Administración, recepción, oficina de inventarios y cocina	Computador Todo Uno	Computador COMPAQ Todo en Uno 18-4221 LA, procesador Intel Celeron, memoria 2GB, disco Duro 500GB, pantalla 18 Pulgadas.		2	\$ 871.900	\$ 1.743.800
Administración (Oficina)	Impresora	Multifuncional HP Deskjet Ink Advantage 2545-Color, escáner, fotocopidora, WiFi, inalámbrica, multifuncional.		1	\$ 99.900	\$ 99.900
Administración (oficina) y recepción	Teléfono	Teléfono inalámbrico doble auricular Duo Vtech - Cs6114-2, tecnología dect 6.0 digital ofrece la mejor calidad de sonido, seguridad y alcance de los teléfonos inalámbricos, dos micro teléfonos, sistema incluye 2 auriculares y solo requiere una toma de teléfono, teclado retro iluminado y visualización. Repetición del último número de re llamada rápidamente los últimos 5 números llamados, compatible con audífonos T-coil.		1	\$ 127.000	\$ 127.000
Total					\$ 3'037.500	\$ 5'603.900

**Tabla 54. Utensilios y enseres**

ÁREA	ÍTEM	DESCRIPCIÓN	ILUSTRACIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Cocina	Espátulas de nylon	Juego de Espátulas de 7 piezas en nylon color rojo. Fabricadas en nylon lo que evita que se rayen las superficies anti-adherentes. Las 6 espátulas son ideales para cada tipo de comida permite cocinar y servir cómodamente. 1 Espumadera 1 Cucharón, 1 Espátula, 1 Cuchara Lisa, 1 Cuchara ranurada, 1 Espátula ranurada. 1 Base.		10	\$ 34.900	\$ 349.000
Almacén y Cocina	Estante Metálico	Estantes metálicos de alta calidad y resistencia (Orion 30x93x2.00), fácil ensamblaje 6 Entrepaños. Tornillos resistentes y duraderos, resistencia 400 kg, Color Gris.		3	\$ 198.900	\$ 596.700
Cocina	Juego de cuchillos	Juego de cuchillos 14 piezas colección sure Sharp t-26334, hojas en Acero Inoxidable, alto Contenido de Carbón, resistencia a la corrosión, mangos Ergonómicos, terminaciones en Mate Fácil Limpieza.		3	\$ 146.900	\$ 440.700
Cocina	Juego de pinzas	Barbacoa pinzas y espátula Tamaño 14 ", con mangos de madera, acero inoxidable. Perfecto para el chef de barbacoa		10	\$ 32.217	\$ 322.170








**Tabla 54.** (Continuación.)

ÁREA	ÍTEM	DESCRIPCIÓN	ILUSTRACIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Cocina	Juego de tablas para picar	Juego De Cuatro Tablas Para Picar + Cuchillo + Palapas		3	\$ 20.000	\$ 60.000
Cocina	Sartén cerámica antiadherente ceramicore ceramic line	Juego de 3 piezas + 3 tapas de vidrio, con dimensiones de 18" 20" 22" cm.		4	\$ 90.000	\$ 360.000
Cocina	Batería De Cocina Juego Ollas Acero Quirúrgico + Sartén 12pz	Batería de cocina marca Meistar (importadas por una importante y reconocida empresa Colombiana) en acero inoxidable, con tapas de vidrio templado. 12 piezas (incluyendo las tapas) así: perol 16 x 7 cm con tapa, olla 16 x 7.5 cm con tapa, olla 18 x 8.5 cm con tapa, olla 20 x 9.5 cm con tapa, olla 24 x 11.5 cm con tapa, sartén 24 x 5.5 cm con tapa.		1	\$ 129.998	\$ 129.998
Cocina	Cuchara Medidora Set - Plástico De Cocina Y Tazas Y Cuchara	8pc tazas de medición y cucharas, aptas para el lavavajillas, se describe a continuación: Copas 1/8, 1/4, 1/3, 1/2, 2/3, 1 Cucharadita de 1/8, 1/4, 1/2, 1 1 cucharada		2	\$ 34.862	\$ 69.724






**Tabla 54.** (Continuación.)

ÁREA	ÍTEM	DESCRIPCIÓN	ILUSTRACIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Servicio	Porta Servilletas Primavera Technologiest rade Sas	Acero Inoxidable Altamente durable manteniendo las características originales preservando la belleza, la higiene y durabilidad del producto, tiene detalles huecos que valoriza las piezas, se puede lavar en lavavajillas.		20	\$ 39.100	\$ 782.000
Cocina	Platos, montaje completo	Se compone de 11 elementos, tales como, cubiertos (cuchara, cuchillo, tenedor, cuchara para postre) en acero inoxidable, 3 vasos en vidrio, un pocillo en cerámica, 3 platos cuadrados de distinto tamaño en cerámica, 3 platos redondos (dos de ellos profundos) en cerámica.		1	\$ 3.500.000	\$ 3.500.000
Servicio	Kit Salero Pimentero	Práctico e higiénico salero pimentero elaborado en cerámica blanca, éste material no contamina y produce humedad del producto, garantizando que el producto empacado permanezca en el mismo estado, con un tamaño de 2x2x2 cm.		20	\$ 19.900	\$ 398.000
Cocina	Cesto de basura	Punto ecológico para separación de residuos sólidos con 3 canecas de 53 Litros, Acero coll rold calibre 18, y plástico.		1	\$ 280.000	\$ 280.000
Baños	Cesto de basura	SKU-ES391HL0TH5MWLCO, color Plateado Modelo S-C7167, tamaño (L x P x A cm), 23 x 17 x 25, garantía del producto, 6 Meses por defectos de fabricación, peso (kg)0.7.		6	\$ 21.900	\$ 131.400

**Tabla 54.** (Continuación.)

ÁREA	ÍTEM	DESCRIPCIÓN	ILUSTRACIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Servicio	Manilla neón	Barras neón, paquete de 50 barras de 20 cm de largo.		1	\$ 8.990	\$ 8.990
Servicio	Lámpara	Starlite Fibra Óptica Luz, tamaño longitud 34cm, color negro con luz azul, luz de fibra óptica, sin cables.		20	\$ 48.616	\$972.320
Recepción	Espejo	Espejo Decorativo 1.20 Cm X 50 Cm, contorno negro.		1	\$ 47.000	\$ 47.000
Administración (oficina)	Resma de papel	Papeles multipropósito de alto desempeño para uso en fotocopiadoras, impresoras Ink jet y láser, tamaño Carta Marca Reprograf. 500 Hojas x Resma.		3	\$ 8.990	\$ 26.970
Administración (oficina)	Caja de esferos	Caja 12 esferos Faber Castell trilux.		3	\$ 5.000	\$ 15.000
Total					\$4'667.273	\$8'462.972

**Tabla 55. Muebles**

ÁREA	ÍTEM	DESCRIPCIÓN	ILUSTRACIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Recepción y administración (oficina).	Silla Giratoria Neumática	Silla Giratoria con 5 ruedas neumática, color negro tapizado en paño negro, ajustable en altura 75- 84 cm, carga Max de 90 kg.		4	\$ 85.000	\$ 340.000
Administración (oficina)	Escritorio	Compuesto por dos piezas en L, estructura metálica de alta resistencia color gris, mesa en madera aglomerada de alta densidad, cubierta con lamina de color wengue, es de fácil armado, con medidas: 153 cm de ancho x 118 de largo x 73 cm de alto.		1	\$ 250.000	\$ 250.000
Servicio	Juego De Comedor 4 Puestos Venecia Tipo Loft	Las mesas son de tapa en madera MDP de 15 mm con recubrimiento melamínico. Estructura metálica con pintura al horno; las sillas son en cuero sintético con estructura metálica, espuma de alta densidad.		20	\$ 607.900	\$ 12.158.000
Área de trabajadores	Juego de comedor	Juego de sillas 4 sillas Karla plástico espaldar importado y mesa plástico.		2	\$ 110.000	\$ 220.000
Recepción	Sofá	Sofá Cama Austria Eco cuero-Negro, estructura en madera, espuma de alta densidad, patas metálicas.		2	\$269.900	\$ 539.800
Total					\$1'322.800	\$13'507.800

### 3.12 SEGURIDAD Y SALUD OCUPACIONAL EN EL RESTAURANTE

La seguridad y la salud en el puesto de trabajo buscan cuidar la vida y la salud de los clientes internos, sin olvidar a los clientes externos que intervienen en los diferentes procesos, por lo tanto se busca mediante un conjunto de acciones localizar y evaluar los riesgos, y a su vez establecer las medidas necesarias para prevenir accidentes.

Para la puesta en marcha del restaurante “Kalú”, se deben implementar normas de seguridad y aspectos de ergonomía para cada uno de los puestos de trabajo que garanticen un buen ambiente laboral.

**3.12.1 Elementos de seguridad.** Los elementos de seguridad son aquellos que se utilizan para prevenir los posibles riesgos a los que está expuestos el personal y los visitantes del restaurante “Kalú”, y con estos esquemas buscar cuidar la integridad, evitar accidentes y enfermedades profesionales.

Por lo tanto es importante contar en el restaurante con el extintor, ya que los incendios pueden causar innumerables pérdidas y ponen en riesgo la vida humana, en este caso el extintor con el que debe contar el establecimiento es tipo K, como se ilustra en la Imagen 11., ya que este tipo de extintor es utilizado en fuego que se producen sobre grasas y aceites, tiene una capacidad de 1.5 galones, una altura de 54 cm, un ancho de 24,1 cm, con profundidad de 17,8 cm (diámetro), un alcance de 2.4 - 3.1 metros, con tiempo de descarga de 45 segundos aproximadamente y una temperatura de -29 °C a 49 °C.

**Imagen 11.** Extintor tipo k



**Fuente:** [www.eissaonline.com/es/equipocontraince](http://www.eissaonline.com/es/equipocontraince).(Consultado03/04/2016)

Es importante contar con la existencia del botiquín de primeros auxilios, ya que este se compone de todos los instrumentos necesarios para brindar una primera atención en el caso de un accidente, este debe estar identificado y ubicado en un lugar visible para todas las personas que laboran y visitan el restaurante “Kalú”; el botiquín cuenta con dimensiones de fondo 15 cm, alto 13 cm, frente 30 cm, los elementos que el presentará son: 1 alcohol de 120 ml, 1 yodopovidona (jabón quirúrgico) 60 ml, 1 agua oxigenada de 120 ml, 2 algodón de 5 gr, 1 guantes en látex, 1 preservativo (torniquete), 1 toalla higiénica (compresas), 3 gasas, 2 gasas estériles por 5 unidades, 6 copitos, 1 tapa bocas, 5 curas estándar, 5 curas redondas, 2 baja lenguas, 1 vendas elástica, 2 parches oculares, 1 silbato de emergencias y un manual de primeros auxilios, en la Imagen 12., se puede observar el botiquín.

**Imagen 12.** Botiquín



**Fuente:** [http://www.saludencolombia.com/pages/primeros\\_auxilios/primeros\\_auxilios-12.html](http://www.saludencolombia.com/pages/primeros_auxilios/primeros_auxilios-12.html).(Consultado 03/04/2016)

El costo de los elementos de seguridad con los cuales contará el establecimiento, se encuentran en la Tabla 56., por otro lado es necesario contar con un extintor y un botiquín de primeros auxilios en el área del servicio y en la cocina.

**Tabla 56.** Costo Elementos de Seguridad

ELEMENTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Extintor	2	\$ 380.000	\$ 760.000
Botiquín	2	\$ 55.000	\$110.000
Total		\$ 435.000	\$ 870.000

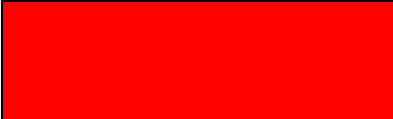


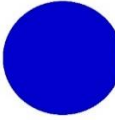
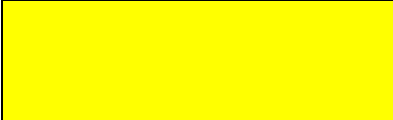



**3.12.2 Señalización reglamentaria.** Es una herramienta práctica que sirve para evitar accidentes en diferentes lugares ya sean de trabajo o de movimiento masivo.

Estas pueden hacer parte del plan de prevención teniendo en cuenta dos aspectos importantes, el primero es que la señalización es para todos, es decir, todo individuo que se encuentre en el restaurante “Kalú”, debe comprender dichas señales y la segunda es que se deben mantener en buen estado.

La guía técnica sectorial GTS-USNA 009 tiene como objetivo facilitar la aplicación de las disposiciones mínimas de seguridad y salud en los lugares de trabajo, en este caso específicamente al sector restaurantes.<sup>90</sup>

La guía expone que la señalización deberá ser clara, sencilla y encontrarse en lugares visibles, estas se deben ubicar a una altura máxima de dos metros y los elementos que conforman el restaurante no deben dificultar la percepción de las señales; por otro lado ya que el restaurante “Kalú” tendrá inclusión a personas con discapacidad visual las señales deberán ser descritas en braille, con el fin de informar a todas las personas que transiten el establecimiento, en el Cuadro 23., se ilustra la clasificación de las señales de seguridad.

**Cuadro 23.** Clasificación de la señalización de seguridad

COLOR	SÍMBOLO (FIGURA GEOMÉTRICA)	TIPO DE SEÑAL
		Señal de prohibición
		Señal obligatoria
		Señal de peligro o advertencia
		Señal informativa

<sup>90</sup>GUÍA TÉCNICA SECTORIAL GTS-USNA 009. “Seguridad industrial para restaurantes”. Disponible en <<http://acodres.com.co/wp-content/uploads/2013/09/NTS-USNA009.pdf>>. [En línea]. [3 de abril de 2016].

- **Señal de prohibición.** Es aquella señal que impide ciertas actividades, para evitar un accidentes o incidente que afecte la salud de algún individuo, estas tienen una forma circular, con fondo blanco, borde rojo y el dibujo debe ser negro; en la Imagen 13., se ilustran las señales de prohibición para un restaurante.

**Imagen 13.** Señales de prohibición



- **Señales obligatorias.** Es aquella señal que indica la obligatoriedad de utilizar ciertos elementos de protección adecuados para evitar algún incidente o accidente, son de forma circular, con fondo color azul y el dibujo deber ser de color blanco. Ver Imagen 14., ya que se ilustran las señales obligatorias para un restaurante.

**Imagen 14.** Señales obligatorias



- **Señales de peligro o advertencia.** Son aquellas que previenen los posibles peligros que puede conllevar la utilización de alguna herramienta o material, estas son de forma triangular con fondo amarillo, borde negro y el dibujo debe ser de



color negro, en la Imagen 15., se ilustran las señales de peligro o advertencia para un restaurante.

**Imagen 15.** Señales de peligro o advertencia



- **Señales de información.** Son aquellas que ilustran y ayudan a proporcionar el flujo de información acerca de los equipos de auxilio, son rectangulares o cuadradas con fondo color verde y borde blanco, en la Imagen 16., se ilustran las señales de peligro o advertencia para un restaurante.

**Imagen 16.** Señales informativas



El costo de las señales de seguridad con los cuales contará el establecimiento, se encuentran en la Tabla 57., con las cuales contará el restaurante en las diferentes áreas.

**Tabla 57.** Costo de la señalización de seguridad

ELEMENTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Señales de prohibición	8	\$ 3.500	\$ 28.000
Señales obligatorias	8	\$ 3.500	\$ 28.000
Señales de peligro o advertencia	8	\$ 3.500	\$ 28.000
Señales de información	12	\$ 3.500	\$ 42.000
Lectura en Braille	36	\$5.000	\$180.000
Total		\$ 19.000	\$ 306.000

**3.12.3 Plan de seguridad.** En el Cuadro 24., se presenta el plan de seguridad del restaurante “Kalú”.

**Cuadro 24.** Plan de seguridad

PLAN DE SEGURIDAD	
Objetivos	Planificar, organizar y coordinar las actuaciones que deben llevarse a cabo en casos de emergencias.
	Programar acciones de prevención destinadas a evitar y/o reducir situaciones de emergencia.
	Programar acciones formativas y simulacros.
	Disponer de un procedimiento de actualización permanente del Plan.
Comisión de emergencias	La Administración del restaurant “Kalú” en cumplimiento a los dispositivos legales vigentes ha dispuesto la organización de su Comisión de Emergencias, la cual se reunirá dos veces al año y cuando sea necesario en caso extraordinario; se conforma de la siguiente manera: 1.Gerente 2.Chef 3.Jefe de meseros
Responsable del plan	Gerente
Teléfonos en caso de emergencia	Cuerpo de Bomberos 116 Policía Nacional 475-2995 Defensa Civil 115
Situación	Descripción del lugar: se encuentra en un primer nivel, está distribuido en dos áreas, servicio y producción, el área de servicio cuando este en uso será a oscuras, las demás áreas contarán con luz permanentemente. Equipo de medios técnicos de protección: contará con iluminación de emergencia en el área de servicio y en el exterior del restaurante (salida). Además de contar con 2 extintores tipo K, un botiquín de primeros auxilios y la señalización adecuada de seguridad.

En caso de emergencia el Encargado de la Seguridad dispondrá el inmediato desalojo de las instalaciones, en tal sentido con apoyo del personal conducirá a los eventuales clientes hacia la zona de seguridad externa previamente establecida, es decir primero se realiza una detección de la emergencia, se procede a evacuar, se realizan las llamadas a teléfonos de emergencia, se realiza la asistencia a las víctima, se neutraliza la emergencia, para finalmente acabar con ella.

En el Cuadro 25., se ilustra el plan de evacuación del restaurante.

**Cuadro 25. Plan de evacuación**

PLAN DE EVACUACIÓN		
Acciones	Descripción	Instrucciones
Acciones de primeros auxilios	Prestar los primeros auxilios a las personas que resultaran afectadas por el fuego e inhalación de gas.	Al darse la señal de alarma el personal designado se constituirá al ambiente donde se encuentra ubicado el botiquín de primeros auxilios y el equipo necesario para su intervención.
	Brindar la primera atención a los heridos y coordinar con los Centros de Salud más cercanos.	De existir heridos les proporcionarán los primeros auxilios y se dispondrá en caso sea necesario las coordinaciones inmediatas para su evacuación a las instituciones de salud más cercanas.
	Velar por el permanente aprovisionamiento de medicinas e insumos necesarios para el Botiquín.	Controlará y supervisará la salida del personal herido hacia nosocomios cercanos.
Acciones de seguridad y evacuación	Mantener informado al personal sobre el flujo de evacuación que se debe seguir en caso de emergencia.	Al darse la señal de alarma el personal designado dispondrá la evacuación inmediata de las instalaciones, dirigiendo a los clientes eventuales hacia las zonas de seguridad externa.
	En caso que se produzca un incendio dirigirá a los clientes hacia lugares libres de obstáculos (zona de seguridad externa).	En el camino dispondrán el apagado inmediato de los servicios de luz, gas, cocinas y/o cualquier equipo encendido.
	Coordinar el apoyo externo de la Policía Nacional y el Cuerpo de Bomberos.	Ya ubicados en la zona de seguridad externa se dispondrá el recuento de todo el personal, con la finalidad de verificar que no haya quedado atrapado alguna persona dentro de las instalaciones.
	Velar permanentemente por que las vías de acceso hacia la salida y la zona de seguridad externa se encuentren permanentemente libre de obstáculos.	En caso sea necesario dispondrá la coordinación para el apoyo externo de la Policía Nacional y el Cuerpo de Bomberos.
Acciones de lucha contra incendios	Manipular los extintores contra incendios y controlar el fuego en sus inicios.	Al darse la señal de alarma el personal designado dispondrá la utilización inmediata de los extintores más cercanos a la zona del incendio.
	Constituirse en elementos auxiliares del Cuerpo de Bomberos en cuanto estos toman el control de la lucha contra el fuego.	En el camino coordinarán el apagado inmediato de los servicios de luz, gas, cocinas y/o cualquier equipo encendido.
	Revisar periódicamente los elementos de combate contra incendios teniendo mucho cuidado con las fechas de renovación de las cargas de los extintores.	Ya ubicados en la zona de incendio tratarán de sofocar el conato de incendio; si este ya es de envergadura, se dispondrá la evacuación inmediata de todo el personal.

**3.12.4 Ergonomía.** Según la Asociación Internacional de Ergonomía, “la ergonomía es el conjunto de conocimientos científicos aplicados para que el trabajo, los sistemas, productos y ambientes se adapten a las capacidades y limitaciones físicas y mentales de la persona”.<sup>91</sup>

<sup>91</sup> ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE ERGONOMÍA. “¿Qué es la ergonomía?”. Disponible en <<http://www.ergonomos.es/ergonomia.php>>. [En línea]. [4 de abril de 2016].

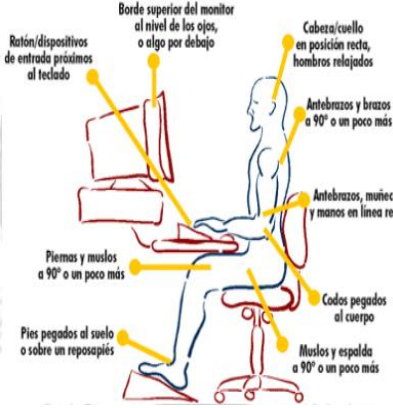
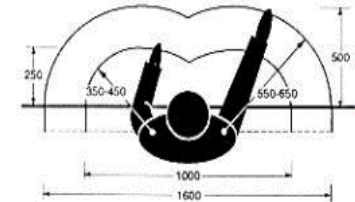

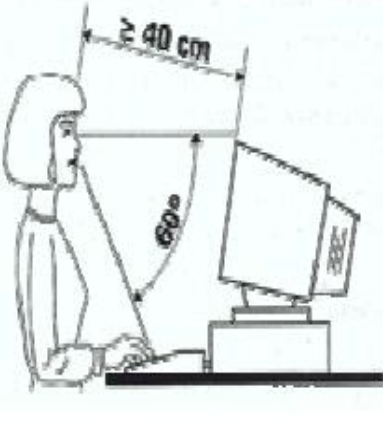
El trabajo en un restaurante es bastante rápido y muchas veces se realiza en espacios limitados, por lo tanto sus trabajadores están expuestos a sufrir algunas lesiones o heridas que pueden ser provocadas por:

- Aplicar demasiada presión, en las manos, espalda, muñeca e incluso algunas articulaciones.
- Trabajar con los brazos extendidos o sobre la cabeza.
- Trabajar con la espalda arqueada.
- Alzar o empujar cargas pesadas.
- Realizar tareas o utilizar herramientas que requieran torcer las manos o articulaciones

Es importante que cada uno de los diferentes cargos en el restaurante cuente con aspectos ergonómicos, ver Cuadro 26., los cuales proporcionan a los trabajadores y al empleador información la cual se debe cumplir en su totalidad, para proporcionar un buen ambiente laboral y evitar las posibles lesiones o heridas.

Es necesario aclarar que los cargos como mesero serán ocupados por personas con baja visión, por otro lado el cargo de garrotero, será ocupado por personas con cero visión (invidentes).

**Cuadro 26.** Aspectos ergonómicos en los puestos de trabajo

ÁREA	CARGO APLICABLE	ASPECTOS ERGONÓMICOS	ILUSTRACIÓN
Administración y servicio	Gerente, Contador, Auxiliar de caja y Metre	<p>Contar con un buen equipamiento de oficina para evitar las posturas inadecuadas y facilitar la realización de las tareas</p>	 <p>Borde superior del monitor al nivel de los ojos, o algo por debajo</p> <p>Cabeza/cuello en posición recta, hombros relajados</p> <p>Antebrazos y brazos a 90° o un poco más</p> <p>Antebrazos, muñeca y manos en línea recta</p> <p>Codos pegados al cuerpo</p> <p>Muslos y espalda a 90° o un poco más</p> <p>Piernas y muslos a 90° o un poco más</p> <p>Pies pegados al suelo o sobre un reposapiés</p> <p>Ratón/dispositivos de entrada próximos al teclado</p>
		<p>Si, se está un tiempo prolongado en el computador, es necesario cambiar de postura y alternar la actividad con una que demande menor esfuerzo visual.</p>	 <p>250</p> <p>350-450</p> <p>500</p> <p>550-650</p> <p>1000</p> <p>1600</p>
		<p>Si el uso del computador es intensivo se debe establecer pausas planificadas o reglamentarias, además se debe colocar el puesto de trabajo de tal forma que la fuente de luz no alumbre de forma directa, es decir manejar de forma adecuada los reflejos.</p>	 <p>Trabajo de lectura-escritura</p> <p>740-780 H</p> <p>700-740 M</p>
		<p>La distribución de los elementos sobre el escritorio debe ser de acuerdo a su utilización, para facilitar las tareas.</p>	 <p>≥ 40 cm</p> <p>60°</p>
		<p>Todas las superficies y elementos en el entorno de trabajo deben tener acabado mate, especialmente importante el teclado y el escritorio.</p>	

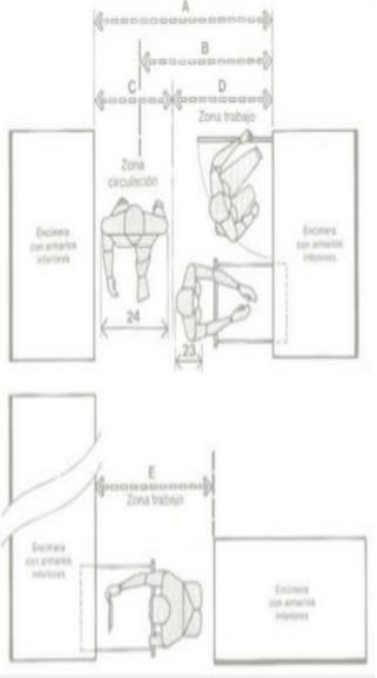

**Cuadro 26. (Continuación.)**

ÁREA	CARGO APLICABLE	ASPECTOS ERGONÓMICOS	ILUSTRACIÓN
Cocina y almacén	Chef, Ayudante de cocina.	Evitar permanecer de pie de manera estática durante largos periodos de tiempo, para esto se recomienda actividades tales como pelar o cortar (posición semi-sentado).	
		Se recomienda facilitar el alcance a los estantes, para ello se recomienda que la altura máxima del estante sea de 1,78 cm del suelo y colocar los materiales e ingredientes según la frecuencia de uso, su peso y volumen.	
		Se recomienda que las zonas donde se transite con cargas no tengan escalones.	
		Se debe proporcionar un acople a los lavaplatos cuando estos sean muy profundos y así reducir la flexión del cuello y espalda.	
		El pavimento de los espacios de trabajo debe ser de materiales no resbaladizos o deberán disponer de elementos antideslizantes.	
		Es importante asegurar y mantener el orden en el almacén para no dificultar el tránsito.	
		Se recomiendan sistemas de extracción y un incremento de ventilación natural debido al intenso calor de la cocina.	
		Asegurar y mantener el orden y la limpieza en toda la cocina y el almacén.	
		Es indispensable el uso de elementos para facilitar alcances, tales como escaleras o taburetes.	
Asegurar el entrenamiento en hábitos posturales correctos.			
Mantener los cuchillos afilados para reducir la fuerza necesaria al cortar, además se recomienda que los empleados utilicen todos los elementos de protección adecuados y de forma permanente que indican las señales obligatorias.			

**Cuadro 26. (Continuación.)**

ÁREA	CARGO APLICABLE	ASPECTOS ERGONÓMICOS	ILUSTRACIÓN
Servicio	Mesero, jefe de meseros	Debe usar ambas manos para llevar artículos a los comensales.	
		Debe ponerse lo más cerca posible al cliente que este sirviendo y pida cortésmente ayuda para pasar los platos en vez de inclinarse y estirarse hacia adelante.	
		Es importante limpiar inmediatamente los derrames para evitar resbalones y caídas.	
		Pida ayuda para levantar y mover mesas, sillas o cualquier otro elemento pesado.	
		Cargue las bandejas con el peso que se sienta cómodo y seguro.	
		Use calzado con plantillas acojinadas para ayudar a aliviar el dolor en los pies y las piernas.	

**Cuadro 26. (Continuación.)**

ÁREA	CARGO APLICABLE	ASPECTOS ERGONÓMICOS	ILUSTRACIÓN
<p>Servicio, Cocina, Almacén, Recepción y Administración</p>	<p>Ayudante de limpieza y Garrotero</p>	<p>Para realizar la limpieza de lugares elevados se recomienda el uso de escaleras que cumplan con las normas de seguridad y transporte adecuado.</p>	
		<p>Proporcionar extensores flexibles de herramientas para alcanzar objetivos alejados.</p>	
		<p>Se deben utilizar herramientas que eviten la flexión continua del tronco.</p>	
<p>Usar mangos de los elementos largos, como escobas y demás.</p>			



### 3.13 ANÁLISIS AMBIENTAL

Por medio del Cuadro 27., se realizará un análisis que permitirá reconocer los aspectos ambientales que genera el proceso del restaurante “Kalú”, con el fin de identificar el impacto generado y clasificarlo en alto o medio o bajo, luego se describe e identifican los objetivos ambientales de la empresa y finalmente se realiza una estrategia para mitigar el impacto.

**Cuadro 27.** Análisis ambiental

ÍTEM	ASPECTO	IMPACTO	CLASIFICACIÓN	DESCRIPCIÓN	OBJETIVOS	ESTRATEGIA
Energía	Consumo de energía	Agotamiento del recurso	Alto	Este impacto evidencia que el recurso se agotará a mediano plazo a través del tiempo, el daño sería permanente y regional, además no sería reversible, por esto se le da una clasificación alta.	Relación entre el crecimiento económico y el desempeño ambiental, entre más crece la empresa más responsabilidad adquiere.	Realizar un programa de mantenimiento preventivo, adquirir a mediano plazo maquinaria eco-eficiente.
Agua	Consumo de agua	Agotamiento del recurso	Alto	Este impacto evidencia que el recurso se agotará a mediano plazo a través del tiempo, el daño sería permanente y regional, además no sería reversible.	Implementar buenas prácticas ambientales, capacitando a los empleados en ahorro de los recursos naturales.	A mediano plazo adquirir maquinaria y equipos de tecnología eco-eficientes.
	Vertimientos	Contaminación agua, aire y suelo	Medio	La contaminación sería evidente a mediano plazo, además sería un daño temporal local, sin embargo sería no reversible, por esto tiene una clasificación media.	Llevar un control de vertimientos que permita evidenciar el comportamiento, para tomar decisiones para que cada día sea menor.	Realizar un programa de control de vertimientos contaminantes del agua mediante rejillas y filtros.
	Recirculación del agua	Agotamiento del recurso	Alto	Este impacto evidencia que el recurso de agotará a mediano plazo a través del tiempo, el daño sería permanente y regional, además no sería reversible.	Promover una cultura ambiental a lo largo de la cadena de abastecimiento, con el fin de generar conciencia.	Realizar un programa de mantenimiento preventivo.

**Cuadro 27. (Continuación.)**

ÍTEM	ASPECTO	IMPACTO	CLASIFICACIÓN	DESCRIPCIÓN	OBJETIVOS	ESTRATEGIA
Aire	Generación de olores	Contaminación del aire y afectación a la comunidad	Medio	La contaminación sería evidente a mediano plazo, además sería un daño temporal local, sin embargo sería no reversible, por esto tiene clasificación media.	Cumplir con todos los requisitos establecidos por la legislación medioambiental vigente.	Realizar un programa de mantenimiento preventivo, adquirir a mediano plazo maquinaria eco-eficiente.
	Emisión de gas natural	Emissiones de dióxido de carbono y vapor de agua	Medio	Las emisiones serán evidente a mediano plazo, además sería un daño temporal local, sin embargo sería no reversible pero es mitigable, por esto sería de clasificación media.		
	Recirculación del aire	Eliminar olores y humedad	Bajo	Eliminar olores y humedad, no representa un impacto negativo, por eso es de clasificación baja.		
Sólidos	Generación de residuos sólidos	Contaminación del aire y afectación a la comunidad	Bajo	Es un impacto a corto plazo, temporal, local reversible y mitigable por eso es de clasificación baja los residuos sólidos.	A largo plazo "Kalú" formará parte de campañas ambientales, con el fin de proteger el suelo en donde está ubicada.	Cambios premeditados en los procesos para la disminución de residuos, uso eficiente del recurso materia prima, correcto manejo de residuos a través de un programa.  Realizar un programa de manejo para los desechos sólidos, el cual será guiado por una empresa externa (tercerización laboral).
	Generación de residuos orgánicos	Contaminación del aire y afectación a la comunidad	Bajo	Es un impacto a corto plazo, temporal, local reversible y mitigable por eso es de clasificación baja los residuos orgánicos.		
	Reciclaje	Disminución de residuos	Bajo	El reciclaje, no representa un impacto negativo, por eso es de clasificación baja.		

### 3.14 RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS ESTUDIO TÉCNICO

En la Tabla 58., se presenta el resumen de los costos y gastos que fueron necesarios para desarrollar el estudio técnico.

**Tabla 58.** Resumen de costos y gastos del estudio técnico

ÍTEM	VALOR (\$)
Arriendo	14.000.000
Administración	1.500.000
Valor total materia prima productos ofrecidos	100.320
Valor total Maquinaria	12.485.600
Valor total Equipo	21.403.800
Valor total Utensilio y enseres	27.697.772
Costo Elementos de seguridad	870.000
Costo Señalización de seguridad	306.000
Total	78.363.402

## 4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

Este capítulo, es el estudio administrativo para el presente proyecto, se realizará a través del uso de diferentes herramientas, las cuales servirán como guía para la buena administración del restaurante “Kalú”, desde la planeación estratégica, el organigrama, cada uno de los manuales de funciones, hasta la estructura salarial del proyecto, finalmente se realiza un resumen de costos y gastos del estudio administrativo.

### 4.1 PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO

La planeación estratégica “es la elaboración, desarrollo y puesta en marcha de distintos planes operativos por parte de las empresas u organizaciones, con la intención de alcanzar objetivos y metas planteadas”<sup>92</sup>, para ello es necesario realizar la misión, visión, los valores organizacionales, los objetivos y la política empresarial, con el fin de identificar el rumbo que quiere la organización “Kalú”.

**4.1.1 Misión organizacional.** La misión se encarga de identificar el propósito de la organización, teniendo en cuenta la exigencia social que requiere el mercado.

“Somos Kalú, un restaurante de comida Fitness comprometido a ofrecer una experiencia única e inolvidable para nuestros clientes, a través de un excelente servicio brindado por nuestro talento humano, conformado por personas con capacidades diferentes, elaborando platos con exquisitos sabores, en un ambiente a oscuras que recordarás para siempre y nunca olvidarás.”

**4.1.2 Visión organizacional.** La visión se encarga de identificar hacia dónde quiere llegar la organización en un tiempo específico.

“En el 2021 seremos reconocidos como un restaurante de comida Fitness líder, original, profesional, con un talento humano capacitado y comprometido, ofreciendo productos y servicios de alta calidad.”

**4.1.3 Valores organizacionales.** Son elementos importantes por los que se rigen los colaboradores de una empresa, para poder lograr un objetivo en común, las autoras de este proyecto describen a continuación los valores organizacionales del restaurante Kalú.

- **Responsabilidad.** Todos los empleados se enfocan en trabajar con la mayor responsabilidad sobre cada una de las actividades a desarrollar según su puesto de trabajo, para satisfacer al cliente y a la organización.

---

<sup>92</sup>DEFINICIONES. “Definición de planeación estratégica”. Disponible en <<http://definicion.de/planeacion-estrategica/#ixzz45GuUVeVX>>. [En línea]. [10 de abril de 2016].

- **Respeto.** Es importante para la organización que todos los empleados mantengan respeto por sí mismo, sus compañeros y los clientes para garantizar un clima organizacional apto para la convivencia.
- **Aprendizaje.** Capacitamos y fomentamos un aprendizaje en cada uno de los empleados, para que se reflejen en los procedimientos de sus actividades y en la atención al comensal.
- **Seguridad.** En cada una de las actividades del restaurante “Kalú”, se trabaja con un alto nivel de seguridad, garantizando así, instalaciones seguras para los clientes y empleados, además de trabajar con seguridad cada uno de los alimentos manipulados.
- **Comunicación.** Nuestros empleados manejarán un flujo de información, basado no solo en los valores de la organización, si no en todos los valores éticos necesarios para realizar procesos efectivos en la cadena de suministros.

**4.1.4 Política empresarial.** Son aquellas pautas las cuales rigen un establecimiento, Kalú manejará políticas de servicio, producto y para sus empleados.

En el Cuadro 28., se describen las políticas del restaurante de comida Fitness “Kalú”.

**Cuadro 28. Políticas del restaurante “Kalú”**

TIPO DE POLÍTICA	DESCRIPCIÓN	POLÍTICAS
Servicio	Son aquellas que ayudan a distinguir el servicio ofrecido, es decir, únicas para el restaurante "Kalú".	Horarios de atención: Lunes a jueves desde las 12:00 hasta las 20:00 jornada continua Viernes y sábado desde las 12:00 hasta las 23:00 jornada continua Domingos y festivos desde las 12:00 hasta las 17:00 jornada continua.
		Los clientes serán ubicados según su orden de llegada en la mesa escogida y adecuada según el número de personas que conformen el grupo.
		Una vez los clientes elijan su mesa, serán guiados por su mesero que los llevará a la mesa elegida, después este tomará el pedido en una tableta.
		El cliente que más frecuente el restaurante por mes, tendrá pases de cortesía para el mes entrante.
		Pago de contado, más IVA incluido.
		A todo cliente se le debe entregar factura como soporte de pago, cambio completo.
		No se utiliza ningún insumo, utensilio, herramienta o equipo de trabajo que se encuentre en mal estado.
		Nos reservamos el derecho de admisión.
		El restaurante ofrece servicio de reservas y servicios especiales tales como eventos, por medio de la página de Facebook, por la página oficial y por vía telefónica.
Producto	Son aquellas que ayudan a la regulación y estandarización del producto.	Cada uno de los proveedores de alimentos debe certificar y cumplir con la respectiva norma de calidad ISO 9001, por otro lado “Kalú” trabajará bajo la estrategia Gana- Gana con sus proveedores y clientes.
		No se procesa ni se manipula ningún alimento que no cuente con sus características de calidad.
		El chef y los auxiliares de cocina del restaurante deben cumplir las BPM indispensables y necesarias para asegurar la inocuidad de los alimentos y su calidad.
		El restaurante “Kalú” actualizará su menú cada vez que crea pertinente.
		El restaurante innovará sus instalaciones de tal forma que el cliente perciba siempre una diferencia.
		El plato será servido a una temperatura adecuada para consumir.
		Se ofrecerán facilidades a la hora de la modificación del plato cuando el cliente lo crea pertinente o lo necesite.
Interna (empleados)	Son aquellas que ayudan a la regulación de los empleados.	Ningún empleado entra a turno sin su respectivo uniforme de trabajo.
		Se debe cumplir en su totalidad los turnos de trabajo y horarios de atención establecidos.
		Cada empleado contará con un día a la semana de descanso de lunes a jueves.
		Cada empleado debe practicar los valores de la empresa “Kalú”.

**4.1.5 Objetivos corporativos.** Los objetivos corporativos se plantean una vez se haya definido la misión y la visión de la organización, estos serán la guía para llegar al logro de los resultados y al éxito rotundo de lograr ser reconocidos como un ejemplo de la sociedad y de la cultura empresarial. En el Cuadro 29., se presentan los objetivos corporativos de la organización “Kalú”, adicional en el Anexo K, se presenta la ficha técnica para cada indicador descrito en los objetivos del plan estratégico, además de otros indicadores que ayudarán al seguimiento del restaurante.

**Cuadro 29.** Plan estratégico restaurante “Kalú”

N°	OBJETIVOS	METAS	ESTRATEGIA	RESPONSABLES	INDICADOR
1	Lograr las ventas proyectadas para la organización “Kalú”.	Realizar campañas publicitarias para dar a conocer el lugar. Trabajar con excelencia y calidad todos los procesos. Trabajar por la satisfacción del cliente. Innovación constante.	Realizar la respectiva programación y seguimiento al plan de ventas de la organización y desarrollo de cada proceso productivo.	Gerente	$\frac{\text{Ventas reales}}{\text{Ventas proyectadas}} * 100$
2	Lograr una total satisfacción en nuestros clientes, además de ser conocidos como ejemplo de la sociedad.	Servir comida de calidad y brindar una experiencia única. Realizar conferencias de motivación y crecimiento personal para todos los empleados, para así lograr un mejor servicio. Dar a conocer a la sociedad las páginas de redes sociales. Reconocimiento al mejor empleado del mes (no remunerada), mediante una mención de honor.	Mantener una constante motivación y capacitación en nuestros empleados para brindar una satisfacción en los clientes, además desarrollar campañas publicitarias y actualizar las páginas relacionadas con la empresa.	Gerente	$\frac{\text{Total reclamos}}{\text{Total clientes atendidos}} * 100$

**Cuadro 29.** (Continuación.)

N°	OBJETIVOS	METAS	ESTRATEGIA	RESPONSABLES	INDICADOR
3	Cumplir al 100% los procesos productivos para la elaboración del producto final.	Realizar constante seguimiento y verificación al proceso en desarrollo del área productiva. Hacer recorridos periódicamente en la totalidad del área. Trabajar comprometidos por la operación del restaurante temático.	Trabajar de acuerdo a la receta estándar y procedimientos diseñados por la organización, buscar innovación en los procesos para mejorar cada día.	Chef	$\frac{\text{Platos devueltos}}{\text{Platos elaborados}} * 100$
4	Lograr la satisfacción total del cliente interno.	Realizar con excelencia cada contratación de la compañía. Promover la capacitación y el aprendizaje. Crear sentido de pertenencia y fidelidad en los empleados.	Realizar programación de actividades orientadas al desarrollo, motivación y crecimiento del RRHH que ayuden a promover un clima organizacional ejemplar.	Gerente	$\frac{\text{RRHH Retirado}}{\text{Total de RRHH}} * 100$

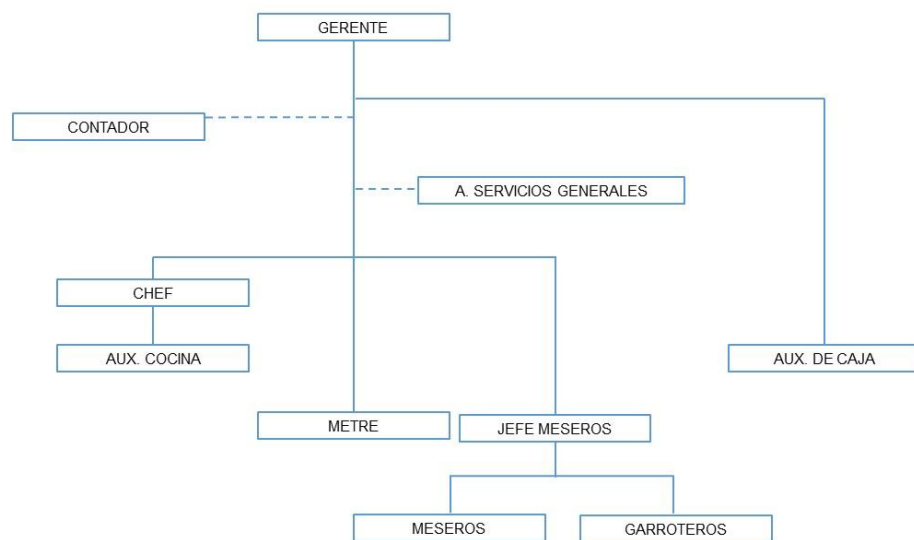


## 4.2 ORGANIGRAMA

El organigrama es la representación gráfica de la empresa, es la estructura de la institución, en la cual se muestran las relaciones entre sus diferentes partes y la función de cada una de ellas, así como de las personas que trabajan en la misma.

A continuación se ilustra el organigrama de la empresa “Kalú”, a través de este se demuestra los diferentes niveles de jerarquía que se quiere establecer con el fin de tener la misma dirección de mando.

### Organigrama “Kalú”



**4.2.1 Funciones generales del cargo.** A continuación se describirán las responsabilidades que tiene cada uno de los cargos representados en el Organigrama.

- **Gerente.** Es el encargado del total y correcto funcionamiento del restaurante, esta función la desarrolla teniendo en cuenta de la planeación estratégica, ya establecida, esta persona se encarga de dirección y control de cada una de los procesos de la organización, también es el delegado de la contratación con proveedores de materias primas, mantenimiento y personal en general además de las tercerizaciones como el personal de limpieza.
- **Auxiliar de caja.** La persona está encargada de facturar cada plato o producto vendido. El cajero debe garantizar el correcto registro de los productos vendidos según la orden que entregue el mesero, este también es responsable del dinero

que ingresa a la compañía el cual debe ser una persona responsable y honesta para la ejecución de este cargo.

- **Metre.** Es la carta de presentación del restaurante, el primer contacto del servicio-cliente, es la persona delegada para dar la bienvenida al comensal al restaurante, esta persona también se encarga de ubicar a los clientes de acuerdo a la capacidad de mesas, sin dejar de lado ellos donde quieran ubicarse dentro del establecimiento.
- **Jefe de meseros.** Es la persona delegada para dirigir y organizar a los demás meseros, teniendo en cuenta los requerimientos y necesidades de los clientes que visitan el restaurante, este mesero además de cumplir con esta tarea, también debe estar al tanto de apoyar cada reclamo, falla o demora que se llegue a presentar en el área del comedor, todo este proceso es dirigido a la plena satisfacción del comensal.
- **Chef.** Es la persona responsable de guiar y dirigir a cada auxiliar de cocina, garantizando así la elaboración correcta de cada uno de los platos ofrecidos en “Kalú”, teniendo en cuenta las porciones adecuadas, la cocción de los alimentos, además de las buenas prácticas de manipulación, de tal manera se ocupa de brindar una excelente calidad de los productos terminados.
- **Meseros.** Son las personas encargadas de brindar la mejor hospitalidad a los comensales de paso por el restaurante, entre sus tareas deben tomar el pedido a los clientes tal cual estos lo soliciten, además del servicio general, siendo así este cargo requiere de personas con carácter amable y empático, para lograr el agrado del cliente en su visita.
- **Ayudante de cocina.** Son los encargados de la preparación de cada plato seleccionado y solicitado por el cliente, con la capacidad de elaborar cada uno de los productos que ofrece el menú. Así mismo ellos deben responder y garantizar la correcta preparación, teniendo en cuenta el tiempo de cocción y cerciorando la calidad total de los productos terminados.
- **Garroteros.** Son las personas encargadas de recoger el servicio una vez el comensal lo solicite o bien sea se reiré de la mesa.

En el organigrama se observa que los cargos de contador y ayudante de servicios varios se contarán a través de una tercerización, en el Anexo L., se presentan las cotizaciones pertinentes.

La empresa Serficon servicio contables, presta servicio de outsourcing contable y outsourcing de nómina, para la empresa “Kalú” es necesario realizar un outsourcing contable, el cual tiene un costo de \$500.000, el contador iría al establecimiento

cuatro veces al mes, es decir un día a la semana, en el cual se reunirá con el auxiliar contable para mantener un debido control de la contabilidad del negocio.


Por otro lado la empresa Domesticas de Colombia, prestaría el servicio para las dos ayudantes de servicio varios en la empresa “Kalú”, las cuales prestarán su servicio diario con un turno de ocho horas, “Kalú” tendría que cancelar un valor de \$1´378.908 mensual para las dos colaboradoras.

**4.2.2 Manual de funciones.** Es una herramienta de gestión de talento humano que permite establecer las funciones y competencias laborales de los empleos que conforman la planta de personal; así como los requerimientos de conocimiento, experiencia y demás competencias exigidas para el desempeño de estos.<sup>93</sup>

La organización “Kalú”, elabora un manual de funciones para cargo en el organigrama ver Diagrama 7., la totalidad de estos se pueden observar en el Anexo M., exceptuando el cargo de ayudante de limpieza puesto que no va ser parte del personal interno de la empresa y será contratado por tercerización.

---

<sup>93</sup> DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO DE LA FUNCIÓN PÚBLICA. “Guía para establecer o modificar el manual de funciones y de competencias laborales”. Disponible en <[http://portal.dafp.gov.co/pls/portal/formularios.retrieve\\_publicaciones?no=2339](http://portal.dafp.gov.co/pls/portal/formularios.retrieve_publicaciones?no=2339)> [En línea]. [08 de abril de 2016].

		<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	
<b>NOMBRE DEL RESTAURANTE:</b>		Kalú	
<b>NOMBRE DEL CARGO:</b>		GERENTE	
<b>DEPENDENCIA:</b>		GERENCIA	
<b>NUMERO DE CARGOS:</b>		UNO	
<b>REPORTA A:</b>		JUNTA DE SOCIOS	
<b>OBJETIVO PRINCIPAL DEL CARGO</b>			
El objetivo principal del cargo, es planear, dirigir y controlar los procedimientos, operaciones, poniendo en práctica estrategias para así obtener un óptimo aprovechamiento de los recursos con los que cuenta la empresa, logrando el funcionamiento general del restaurante.			
<b>FUNCIONES DEL CARGO</b>			
<b>1</b>	Supervisa y garantizar el óptimo funcionamiento de las diferentes áreas		
<b>2</b>	Desarrollo planes de ventas		
<b>3</b>	Realizar alivios de efectivo y arqueos de caja periódicamente		
<b>4</b>	Estudia presupuestos de negocios buscando supéralo		
<b>5</b>	Establecer propuestas de mejora para el funcionamiento de la operación		
<b>6</b>	Genera inventarios y optimiza el funcionamiento de las áreas locativas		
<b>7</b>	Establecer relaciones de compras con los proveedores		
<b>8</b>	Planear y delega funciones al personal en general		
<b>9</b>	Programa y coordina los cursos de capacitación (servicio al cliente, manejo de software, manipulación de alimentos entre otras)		
<b>10</b>	Delega funciones y supervisa la función del contador		
<b>11</b>	Realizar recorrido constante por todas áreas de trabajo incluido zonas exteriores		
<b>12</b>	Presenta informes sobre la gestión de resultado a la junta directiva		
<b>REQUISITOS</b>	<b>EDUCACIÓN PARA EL CARGO:</b>		Profesional en el área de administración de empresas o ingeniería industrial.
	<b>EXPERIENCIA PARA EL CARGO:</b>		Experiencia de 2 años en el sector de restaurantes.
	<b>HABILIDADES:</b>		Liderazgo, trabajo en equipo, relaciones interpersonales, atención al cliente, manejo del personal.
	<b>FORMACIÓN:</b>		Gerencia, finanzas, planeación, certificación de servicio al cliente y manejo completo del software Jaws
	<b>ESFUERZOS:</b>		<b>Mental:</b> Alto X Medio Bajo <b>Visual:</b> Alto X Medio Bajo <b>Físico:</b> Alto Medio Bajo X
<b>ELABORÓ:</b> María Camila Quintero Ojeda		<b>REVISÓ:</b> Adriana Lucía Barón Valderrama	<b>APROBÓ:</b> Adriana Lucía Barón Valderrama

### 4.3 ADMINISTRACIÓN DEL PERSONAL

La administración del personal en el restaurante “Kalú”, debe cumplir las siguientes funciones:

- Determinar la naturaleza del trabajo para cada cargo, es decir, el análisis de los puestos.
- Planear las necesidades de mano de obra requerida por la organización.
- Realizar el reclutamiento de los candidatos requeridos para cada cargo.
- Seleccionar los candidatos a ocupar el cargo.
- Realizar la inducción y capacitación del cargo a los nuevos empleados.

Para realizar la contratación del personal el restaurante establecerá un proceso de contratación aplicable en el momento que requiera personal en su equipo de trabajo, el cual incluye el perfil del cargo, el reclutamiento, la selección, la contratación y finalmente la inducción del cargo a ocupar.

**4.3.1 Perfil del cargo.** A partir del análisis del cargo se concluye el perfil del cargo, este perfil se encuentra en el manual de funciones de cada cargo descrito anteriormente.

**4.3.2 Reclutamiento.** Cada vez que el restaurante requiera de personal se realizará un reclutamiento interno, como primera medida, de esta forma se da la oportunidad de que los empleados demuestren sus capacidades y aprendizajes, con el fin de promover el crecimiento laboral.

Este tipo de reclutamiento se realiza con el fin de motivar a los empleados, aumentar el compromiso y lealtad de los mismo y el de proteger la seguridad de la información laboral, es decir las recetas, los ingredientes y los diferentes procesos internos, además de promover y mantener un clima organizacional ideal.

El reclutamiento externo se realizará cuando el reclutamiento interno descrito anteriormente no pueda cubrir el cargo. Este se realizará mediante la publicación de parámetros del mismo en medios masivos como el internet y periódicos. Este tipo de reclutamiento busca atraer personas con conocimiento y experiencia, las cuales pueden aportar nuevas ideas y estrategias a la organización.

**4.3.3 Documentación requerida.** El proceso de reclutamiento externo exige a los candidatos postulantes una documentación obligatoria que brinda el soporte para la

verificación de la información. A continuación se describen los documentos obligatorios.

- Hoja de vida, de forma física y virtual que proporcione la información personal y académica (fotocopia de los diplomas y certificados otorgados por las respectivas entidades educativas), la experiencia laboral y referencias.
- Fotocopia de la cédula de ciudadanía.
- Certificado de antecedentes disciplinarios.
- Certificado de antecedentes judiciales.
- Fotocopia de la libreta militar (Hombres).

**4.3.4 Selección.** Al terminar el proceso de reclutamiento, la recopilación y verificación de los datos de los posibles trabajadores del restaurante “Kalú”, los más adecuados iniciarán el proceso de selección, el cual se describe a continuación.

- **Entrevista preliminar.** Es la primera que se realiza a los postulantes más idóneos, esta entrevista estará a cargo del sub gerente del restaurante, quien les explicará el perfil requerido para el cargo a su vez evaluará algunos aspectos del postulante para determinar si es el adecuado para ocupar el cargo disponible.
- **Verificación de la documentación requerida.** Al obtener dicha información, se procede a realiza una verificación minuciosa de los datos y soportes para evitar información fraudulenta.
- **Pruebas.** Se realizará pruebas de conocimiento del cargo al que aspira, además de pruebas psicotécnicas, con el fin de evaluar a los postulantes y a su vez proporcionar información que ayudará al diagnóstico de cada persona.
- **Entrevista con el jefe inmediato.** El jefe o la persona encargada de la operación será el filtro final y el que decidirá cuál de los postulantes es la persona adecuada para ocupar el cargo, esta es la entrevista más importante ya que el conocimiento de este evaluador será el determinante para encontrar a dicha persona, ya que es el que conoce a fondo el proceso, además de dar una visión real del puesto de trabajo y también ayudará a mantener un buen clima organizacional.
- **Diagnóstico médico.** Mediante una entidad que preste el servicio de salud ocupacional se realizará un chequeo con sus respectivos exámenes a la persona elegida para ocupar el cargo, la finalidad de este chequeo es descartar posibles enfermedades profesionales adquiridas en trabajos anteriores, evaluar los

antecedentes, mirar la salud de los trabajadores en general y descartar embarazos en el caso del personal femenino.

**4.3.5 Contratación.** Una vez se haya determinado la aceptación del postulante es necesario realizar la contratación formal del mismo; esta se realizará por medio de la firma del contrato laboral, el cual contiene el tipo de contrato, las funciones, la remuneración, las cláusulas y demás conceptos pactados entre el empleador y el empleado.

**4.3.6 Inducción del personal.** A continuación se describe el proceso de inducción que realizará el restaurante “Kalú” a sus nuevos trabajadores.

- **Inducción general.** Se realizará una introducción y descripción acerca de la información relevante de la organización como lo es la plataforma estratégica, la misión, visión, valores y políticas organizacionales; además de reglamentos, códigos e instrucciones existentes.
- **Inducción específica.** Se proporcionará al nuevo trabajador la información detallada del cargo que va a ocupar, sus funciones, deberes y responsabilidades relacionadas directamente con su trabajo.
- **Presentación al puesto de trabajo.** Se llevará al trabajador a conocer su puesto de trabajo, los equipos con los que cuenta y una visita por el área en la que va a desempeñar su función y finalmente se realizará una presentación formal con sus compañeros de trabajo, con el fin de incluirlos en el clima organizacional de la empresa.
- **Seguimiento.** Las dos primeras semanas de trabajo se supervisará el trabajador con el fin de aclarar información y dudas, además de realizar observaciones pertinentes que ayuden y aseguren la integración de la persona con su equipo de trabajo.

**4.3.7 Dotación del personal.** El restaurante de comida Fitness “Kalú”, manejará la dotación de una forma periódica, esta se debe entregar cada cuatro (4) meses y el trabajador está obligado a utilizarla ya que es importante al momento de realizar las diferentes actividades o tareas en el puesto de trabajo.

En la Tabla 59., se ilustra el costo total de la dotación anual del restaurante teniendo en cuenta las tres entregas legales por año. Para ver la descripción de la dotación por cargo y los costos asociados a ello, diríjase al Anexo N.

**Tabla 59.** Dotación anual del restaurante año 2016

CARGO	N° DE EMPLEADOS	COSTO TOTAL POR ENTREGA	COSTO TOTAL POR N° DE EMPLEADOS	COSTO ANUAL (3 ENTREGAS)
Chef	1	\$ 575.000	\$ 575.000	\$ 1.725.000
Ayudante de cocina	4	\$ 515.000	\$ 2.060.000	\$ 6.180.000
Jefe de meseros	1	\$ 399.000	\$ 399.000	\$ 1.197.000
Mesero	6	\$ 359.900	\$ 2.159.400	\$ 6.478.200
Metre	1	\$ 399.000	\$ 399.000	\$ 1.197.000
Auxiliar de caja	1	\$ 399.000	\$ 399.000	\$ 1.197.000
Garrotero	2	\$ 408.200	\$ 816.400	\$ 2.449.200
Total	16	\$ 3.055.100	\$ 6.807.800	\$ 20.423.400

#### 4.4 ESTRUCTURA SALARIAL

El estudio salarial se basa en el método de valoración por puntos, el cual consiste en descomponer los trabajos en sus factores integrantes y éstos, a la vez, en grados. A los grados que miden la mayor o menor intensidad en que los factores están contenidos en los trabajos, se les asigna un determinado número de puntos.

Para efectuar la valoración de un trabajo se determina el grado que le corresponde dentro de cada factor y la sumatoria de puestos puntos da el valor en puntos del trabajo y de esta manera se obtiene una ordenación sistemática para todos los trabajos.<sup>94</sup>

Para llevar a cabo el proceso hay que tener en cuenta los manuales de funciones ya que contienen toda la información necesaria para efectuar la valoración de los cargos (factores, grados, puntos).

- **Selección y definición de los factores y grados.** Una vez se tenga el pleno conocimiento de los manuales, se procede a la selección y definición de los factores y sub-factores, hay que tener en cuenta que estos factores no se no se presentan en todos los trabajos con la misma intensidad, por lo que es necesario dividirlos en grados (cuantitativos y cualitativos). Para obtener el número de grados para cada sub-factor dependerá de las características propias del mismo además de la ponderación (importancia del factor) que se le asigne y de la frecuencia de los cargos por intensidad del factor.

<sup>94</sup>INNOVACIÓN HUMANA. “Asignación de puntos”. Disponible en <<http://innovacion-humana.webnode.es/capacitaciones/sistema-de-asignacion-de-puntos/>> [En línea]. [10 de abril de 2016].



Para el restaurante “Kalú”, se tuvo en cuenta factores como habilidad, responsabilidad, esfuerzo y condiciones de trabajo, cada uno de estos respondiendo a sub-factores y grados correspondiente. Ver Tabla 60.

**Tabla 60.** Definición de los factores y grados

FACTOR	SUB FACTOR	GRADO	DESCRIPCIÓN	PUNTOS ASIGNADOS
Habilidades	Educación	1	Básica Secundaria	15
		2	Técnico	68
		3	Profesional	120
	Experiencia	1	Con o sin experiencia	8
		2	Al menos seis meses de experiencia	36
		3	Entre un año y dos años	64
	Destreza Manual	1	Realizar operaciones que requieren un mínimo de habilidad manual.	12
		2	Realizar operaciones que requieren precisión y destreza.	54
		3	Realizar operaciones que requieren alto grado de precisión y destreza.	96
Responsabilidades	Manejo de Personal	1	Ser responsable solamente de su propio trabajo.	8
		2	Capacidad de dirigir y coordinar las operaciones de trabajo de hasta 6 personas.	36
		3	Capacidad de dirigir y coordinar las operaciones de trabajo de hasta 12 personas o más.	64
	Contacto con el público	1	Requiere únicamente hacer contacto con sus compañeros y jefes	7
		2	Contacto limitado responsable con personas (clientes)	32
		3	Contactos frecuente, sin supervisión, con personas y comensales del restaurante	56
	Maquinaria y Equipo	1	No tiene de contacto con maquinaria los perjuicios ocasionados son mínimos.	6
		2	Operación de equipos sencillos	27
		3	Operación de equipos y maquinaria de cuidado, los perjuicios son de consideración grave.	48
	Información confidencial	1	No tiene acceso a información confidencial.	5
		2	Se tiene acceso ocasional a información confidencial, cuya revelación podría afectar medianamente a la empresa.	23
		3	Diariamente maneja información confidencial, cuya divulgación podría causar un daño de gran importancia afectando gravemente a la Empresa.	40
Esfuerzo	Visual	1	Trabajo de baja atención visual	10
		2	Trabajo de media atención visual cercana.	45
		3	Trabajo de alta atención visual muy cercana.	80
	Mental	1	Puesto que requiere un periodo mínimo de concentración.	8
		2	Puesto que requiere un período moderados de concentración.	36
		3	Puesto que requiere un período prolongado de concentración.	64
	Físico	1	Labor que requiere mínimo esfuerzo físico.	6
		2	Labor que requiere un esfuerzo físico ocasional.	27
		3	Labor que requiere un esfuerzo físico frecuente.	48
Condiciones de Trabajo	Condiciones Ambientales	1	Condiciones ambientales fuera de lo exigido	9
		2	Condiciones ambientales cumple con lo mínimo exigido	41
		3	Condiciones ambientales normales	72
	Riesgos	1	Existen mínimas probabilidades de sufrir un accidente.	6
		2	Existe una media probabilidad de sufrir un accidente de trabajo	27
		3	Existen altas probabilidades de sufrir un accidente de trabajo.	48

- **Asignación de ponderación a cada factor sub-factor.** Una vez determinados los factores y grados, procede a la ponderación de estos, la cual corresponde al grado de importancia cada factor teniendo en cuenta el área donde se desempeñe el trabajo a valorar. En el restaurante “Kalú” se asignó el valor relativo de ponderación según el juicio de las autoras del presente trabajo. Ver Tabla 61.

**Tabla 61.** Ponderación a cada factor sub-factor

FACTORES DE EVALUACIÓN	SUB-FACTOR DE EVALUACIÓN	% TOTAL	% INDIVIDUAL
Habilidades	Educación	35%	15%
	Experiencia		8%
	Destreza manual		12%
Responsabilidades	Manejo de Personal	26%	8%
	Contacto con el público		7%
	Maquinaria o equipos		6%
	Información confidencial		5%
Esfuerzo	Mental	24%	10%
	Visual		8%
	Físico		6%
Condiciones de trabajo	Condiciones Ambientales	15%	9%
	Riesgos		6%

- **Asignación de puntos a los grados.** Una vez determinada la ponderación de cada factor es necesario asignar puntos a cada grado, teniendo en cuenta la base puntual que se maneja para llevar a cabo el método. “Kalú”, cuenta con 10 cargos por lo cual se asignaron hasta 7 factores con una base puntual de 800 puntos para todos los sub-factores. Ver Tabla 62.

**Tabla 62.** Determinación de la base puntual

CARGOS	FACTORES	BASE PUNTUAL
Hasta 10	Hasta 7	800
Entre 11 y 20	Entre 8 y 10	1000
Entre 21 y 40	Entre 11 y 13	2000
Más de 40	Más de 13	3000

Ahora bien, el presente estudio salarial se llevó a cabo como una tendencia lineal, por lo cual se realizó la distribución de puntos por progresión aritmética. Ver Ecuación 6.

**Ecuación 6.** Distribución de puntos por progresión aritmética

$$R = \frac{P_{max} - P_{min}}{n - 1}$$

R= Razón de progresión  
n=Número de grados del factor

Pmax= Puntaje máximo  
Pmin= Puntaje mínimo

A continuación se presenta la asignación de puntos, una vez aplicado la distribución de puntos por progresión aritmética, para el restaurante “Kalú”. Ver Tabla 63.

**Tabla 63.** Asignación de puntos

FACTORES DE EVALUACIÓN	SUB-FACTOR DE EVALUACIÓN	% TOTAL	% INDIVIDUAL	RAZÓN PROGRESIÓN	PUNTOS			
					1	2	3	Pmax
Habilidades	Educación	35%	15%	52,50	15	68	120	120
	Experiencia		8%	28,00	8	36	64	64
	Destreza manual		12%	42,00	12	54	96	96
Responsabilidades	Manejo de Personal	26%	8%	28,00	8	36	64	64
	Contacto con el público		7%	24,50	7	32	56	56
	Maquinaria o equipos		6%	21,00	6	27	48	48
	Información confidencial		5%	17,50	5	23	40	40
Esfuerzo	Mental	24%	10%	35,00	10	45	80	80
	Visual		8%	28,00	8	36	64	64
	Físico		6%	21,00	6	27	48	48
Condiciones de trabajo	Condiciones Ambientales	15%	9%	31,50	9	41	72	72
	Riesgos		6%	21,00	6	27	48	48

**4.4.1 Valoración cargos restaurante “Kalú”.** La valoración es la evaluación de los factores y sub-factores para cada uno de los cargos de restaurante, teniendo en cuenta el manual de funciones para cada uno de estos. A continuación en la Tabla 64., se presenta la valoración de cargos por habilidades, las valoraciones de los demás factores se pueden consultar en el Anexo Ñ.

**Tabla 64.** Valoración cargos por habilidades

CARGOS	HABILIDADES					
	EDUCACIÓN		EXPERIENCIA		DESTREZA	
	Grado	Puntos	Grado	Puntos	Grado	Puntos
Gerente	3	120	3	64	2	54
Chef	3	120	2	36	2	54
Ayudantes de Cocina	2	68	2	36	3	96
Auxiliar de Caja	2	68	1	8	2	54
Metre	1	15	2	36	2	54
Jefe de meseros	1	15	2	36	2	54
Meseros	1	15	1	8	3	96
Garroteros	1	15	1	8	3	96

Para continuar con el proceso, se procede a consultar el mercado laboral donde están los salarios promedio para cada uno de los cargos teniendo en cuenta el organigrama además de los requisitos exigidos en el manual de funciones. Ver Tabla 65.

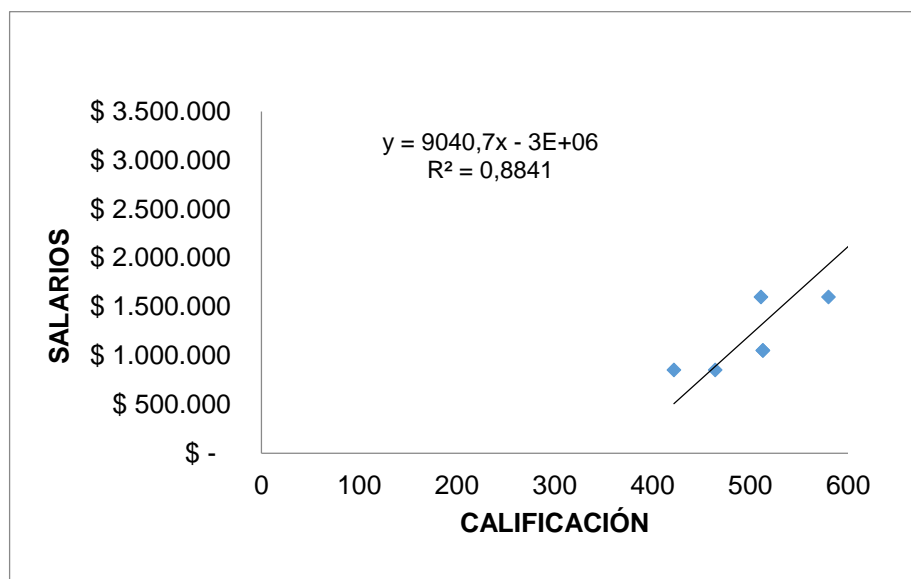
**Tabla 65.** Salarios promedio referencia 2016

CARGOS	TOTAL PUNTOS (x)	SALARIOS (y)
Gerente	685	\$ 3.200.000
Chef	633	\$ 2.400.000
Ayudantes de cocina	580	\$ 1.600.000
Auxiliar de Caja	511	\$ 1.600.000
Metre	513	\$ 1.050.000
Jefe de meseros	513	\$ 1.050.000
Meseros	464	\$ 850.000
Garroteros	422	\$ 850.000

**Fuente:** [www.eafit.edu.co/egresados/bolsa-empleo-afit/Documents/remuneracion-2015.pdf](http://www.eafit.edu.co/egresados/bolsa-empleo-afit/Documents/remuneracion-2015.pdf) (Consultado 18/04/2016)

Con base al total de los puntos asignados a cada uno de los cargos y los salarios consultados, se determina los salarios reales para el año 2016, aplicando una regresión lineal como se muestra en el Grafico 30.

**Gráfico 30.** Línea promedio de salarios



En la Tabla 66., se presenta los salarios asignados para cada uno de los cargos del restaurante.

**Tabla 66.** Salario mensual 2016

CARGOS	SALARIOS EVALUADOS
Gerente	\$ 3.193.000
Chef	\$ 2.723.000
Ayudantes de cocina	\$ 2.244.000
Auxiliar de Caja	\$ 1.620.000
Metre	\$ 1.638.000
Jefe de meseros	\$ 1.638.000
Meseros	\$ 1.195.000
Garroteros	\$ 815.000
Total	\$ 15.066.000

**4.4.2 Salarios mensuales con Horas extra.** El trabajo suplementario o de horas extras, de acuerdo con el artículo 159 del Código Sustantivo del Trabajo, es aquel que excede de la jornada ordinaria, y en todo caso el que excede de la máxima legal.

Para su remuneración, se tendrá en cuenta lo dispuesto por el artículo 168 del mismo Código, ver Cuadro 30.

**Cuadro 30.** Remuneración horas extra

HORA EXTRA	DESCRIPCIÓN
Recargo hora extra diurna	El trabajo extra diurno se remunera con un recargo del veinticinco por ciento (25%) sobre el valor del trabajo ordinario diurno.
Recargo hora extra nocturna	El trabajo extra nocturno se remunera con un recargo del setenta y cinco por ciento (75%) sobre el valor del trabajo ordinario diurno.
Recargo domingo	El recargo por domingos o festivo corresponde al 75%.

**Fuente:** [www.mintrabajo.gov.co/preguntas-frecuentes/jornada-de-trabajo.html](http://www.mintrabajo.gov.co/preguntas-frecuentes/jornada-de-trabajo.html)  
(Consultado 18/04/2016)

A continuación en la Tabla 67., se calcularon los salarios con el recargo de las horas extra y pago de dominicales según lo que la ley estipula.

**Tabla 67.** Salario pago hora extra 2016 - Mes

CARGO	SALARIO MENSUAL	No HORAS EXTRA/ EMPLEADO			HORAS EXTRA RECARGO DÍA (25%)	HORAS EXTRA NOCTURNO (75%)	RECARGO DOMINGO (75%)	TOTAL HORA EXTRA	SALARIO MENSUAL TOTAL
		DIURNAS MES	NOCTURNAS MES	DOMINICAL MES					
Gerente	\$3.193.000	0	0	0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$3.193.000
Chef	\$2.723.000	8	0	16	\$110.000	\$0	\$308.000	\$418.000	\$3.141.000
Ayudantes de cocina	\$2.244.000	8	8	16	\$90.000	\$126.000	\$252.000	\$468.000	\$2.712.000
Auxiliar de Caja	\$1.620.000	8	8	16	\$70.000	\$98.000	\$196.000	\$364.000	\$1.984.000
Metre	\$1.638.000	8	8	16	\$70.000	\$98.000	\$196.000	\$364.000	\$2.002.000
Jefe de meseros	\$1.638.000	8	8	16	\$70.000	\$98.000	\$196.000	\$364.000	\$2.002.000
Meseros	\$1.195.000	8	8	16	\$50.000	\$70.000	\$140.000	\$260.000	\$1.455.000
Garroteros	\$815.000	8	8	16	\$30.000	\$42.000	\$84.000	\$156.000	\$1.091.000
Total									\$17.580.000

**4.4.3 Prestaciones sociales.** Son beneficios legales que el empleador debe pagar a sus trabajadores adicionalmente al salario ordinario, para atender necesidades o cubrir riesgos originados durante el desarrollo de su actividad laboral.<sup>95</sup> Ver Cuadro 31.

**Cuadro 31.** Prestaciones sociales

PRESTACIÓN SOCIAL	DESCRIPCIÓN
Auxilio transporte	El auxilio de transporte se paga a aquellas personas que devenguen hasta dos (2) SMLV.
Cesantías	Equivalen a un mes de salario por cada año de servicio y proporcionalmente por fracciones de año.
Intereses sobre cesantías	Equivalen al 12% anual sobre el valor de la cesantía acumulada al 31 de diciembre de cada año.
Prima de servicios	La prima de servicio equivale a un mes de salario y son pagados por semestre calendario.
Vacaciones	Equivalen a 15 días hábiles consecutivos remunerados por cada año de servicio.

El auxilio de transporte se paga a las personas que devenguen hasta dos SMLV, por lo tanto el garrotero es el único cargo que cuenta con este auxilio, por ello su salario mensual total equivale a \$ 1.091.000, a partir de este se liquidarán las prestaciones.

A continuación en la Tabla 68., se liquidan las prestaciones sociales para cada uno de los cargos del restaurante.

<sup>95</sup>LA RED. “Prestaciones sociales y obligaciones del empleador”. Disponible en <<http://www.lared.co/kitdeherramientas/Salarios/DefinicionPrestaciones.asp?clave=>> [En línea]. [11 de abril de 2016].

**Tabla 68.** Salario con prestaciones sociales 2016

CARGO	SALARIO MENSUAL TOTAL	SALARIO ANUAL TOTAL	PRESTACIONES SOCIALES				TOTAL ANUAL PRESTACIONES SOCIALES
			CESANTÍAS	INTERÉS SOBRE CESANTÍAS (12%)	PRIMA DE SERVICIOS	VACACIONES	
Gerente	\$3.193.000	\$38.316.000	\$3.193.000	\$383.000	\$3.193.000	\$1.590.000	\$8.359.000
Chef	\$3.141.000	\$37.692.000	\$3.141.000	\$377.000	\$3.141.000	\$1.365.000	\$8.024.000
Ayudantes de cocina	\$2.712.000	\$32.544.000	\$2.712.000	\$325.000	\$2.712.000	\$1.125.000	\$6.874.000
Auxiliar de Caja	\$1.984.000	\$23.808.000	\$1.984.000	\$238.000	\$1.984.000	\$810.000	\$5.016.000
Metre	\$2.002.000	\$24.024.000	\$2.002.000	\$240.000	\$2.002.000	\$825.000	\$5.069.000
Jefe de meseros	\$2.002.000	\$24.024.000	\$2.002.000	\$240.000	\$2.002.000	\$825.000	\$5.069.000
Meseros	\$1.455.000	\$17.460.000	\$1.455.000	\$175.000	\$1.455.000	\$600.000	\$3.685.000
Garroteros	\$1.091.000	\$13.092.000	\$1.091.000	\$131.000	\$1.091.000	\$417.000	\$2.730.000
Total							\$44.826.000

**4.4.4 Seguridad social.** La seguridad social es la protección que una sociedad proporciona a los individuos y los hogares para asegurar el acceso a la asistencia médica y garantizar la seguridad del ingreso, en particular en caso de vejez, desempleo, enfermedad, invalidez, accidentes del trabajo, maternidad o pérdida del sostén de familia.<sup>96</sup> Además de las prestaciones sociales, el empleador debe hacer algunos aportes que corresponde a la seguridad social. Ver Cuadro 32.

<sup>96</sup>OIT. “Hechos concretos sobre la seguridad social”. Disponible en <[http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/documents/publication/wcms\\_067592.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/documents/publication/wcms_067592.pdf)> [En línea]. [11 de abril de 2016].



### Cuadro 32. Seguridad social

SEGURIDAD SOCIAL	DESCRIPCIÓN
Pensión	La pensión corresponde al 16% y le corresponde el 12% al empleador y al empleado 4% al empleado.
ARL	Está a cargo del empleador, la cual se califica por tipo de riesgo según la actividad económica, el cual corresponde al 0,522% en base al salario mensual.
Salud	El pago de salud por parte del empleador corresponde al 8,5% sobre al salario mensual y un 4% al empleado
Parafiscales	El 4% para el subsidio familiar (Cajas de Compensación Familiar), 3% para el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF) y 2% para el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA).

A continuación en la Tabla 69., se liquidan la seguridad social para cada uno de los cargos del restaurante, y el aporte que debe hacer “Kalú”, como empleador.

**Tabla 69.** Salario Seguridad social pago empleador 2016

CARGO	SALARIO MENSUAL TOTAL	SALARIO ANUAL TOTAL	SEGURIDAD SOCIAL PAGO EMPLEADOR				TOTAL ANUAL SEGURIDAD SOCIAL
			PENSIÓN (12%)	ARL (0,522%)	SALUD (8,5%)	PARAFISCALES (9%)	
Gerente	\$3.193.000	\$38.316.000	\$4.598.000	\$200.000	\$3.257.000	\$3.448.000	\$11.503.000
Chef	\$3.141.000	\$37.692.000	\$4.523.000	\$197.000	\$3.204.000	\$3.392.000	\$11.316.000
Ayudantes de cocina	\$2.712.000	\$32.544.000	\$3.905.000	\$170.000	\$2.766.000	\$2.929.000	\$9.770.000
Auxiliar de Caja	\$1.984.000	\$23.808.000	\$2.857.000	\$124.000	\$2.024.000	\$2.143.000	\$7.148.000
Metre	\$2.002.000	\$24.024.000	\$2.883.000	\$125.000	\$2.042.000	\$2.162.000	\$7.212.000
Jefe de meseros	\$2.002.000	\$24.024.000	\$2.883.000	\$125.000	\$2.042.000	\$2.162.000	\$7.212.000
Meseros	\$1.455.000	\$17.460.000	\$2.095.000	\$91.000	\$1.484.000	\$1.571.000	\$5.241.000
Garroteros	\$1.091.000	\$13.092.000	\$1.571.000	\$68.000	\$1.113.000	\$1.178.000	\$3.930.000
Total							\$63.332.000

A continuación en la Tabla 70., se liquidan la seguridad social para cada uno de los cargos del restaurante, y el aporte que debe hacer cada uno de los empleados de “Kalú”.

**Tabla 70.** Salario Seguridad social pago empleado 2016

CARGO	SALARIO MENSUAL TOTAL	SALARIO ANUAL TOTAL	SEGURIDAD SOCIAL PAGO EMPLEADO		
			PENSIÓN (4%)	SALUD (4%)	TOTAL
Gerente	\$3.193.000	\$38.316.000	\$1.533.000	\$1.533.000	\$3.066.000
Chef	\$3.141.000	\$37.692.000	\$1.508.000	\$1.508.000	\$3.016.000
Ayudantes de cocina	\$2.712.000	\$32.544.000	\$1.302.000	\$1.302.000	\$2.604.000
Auxiliar de Caja	\$1.984.000	\$23.808.000	\$952.000	\$952.000	\$1.904.000
Metre	\$2.002.000	\$24.024.000	\$961.000	\$961.000	\$1.922.000
Jefe de meseros	\$2.002.000	\$24.024.000	\$961.000	\$961.000	\$1.922.000
Meseros	\$1.455.000	\$17.460.000	\$698.000	\$698.000	\$1.396.000
Garroteros	\$1.091.000	\$13.092.000	\$524.000	\$524.000	\$1.048.000
Total					\$16.878.000

**4.4.5 Nómina.** La nómina es aquella cantidad que debe pagar el restaurante por el servicio de sus empleados, la cual acoge todas las prestaciones sociales además de la seguridad social. En la Tabla 71., se totalizan la nómina para cada uno de los cargos teniendo en cuenta todos los rubros mencionados en las prestaciones social y en la seguridad social.

**Tabla 71. Nómina “Kalú” 2016**

CARGO	NÚMERO DE PUESTOS	SUELDO ANUAL TOTAL	PRESTACIONES SOCIALES 2016 EMPLEADOR	SEGURIDAD SOCIAL 2016 EMPLEADOR	SEGURIDAD SOCIAL 2016 EMPLEADO	SALARIO TOTAL ANUAL	TOTAL MENSUAL SALARIO
Gerente	1	\$38.316.000	\$8.359.000	\$11.503.000	\$3.066.000	\$55.112.000	\$4.593.000
Chef	1	\$37.692.000	\$8.024.000	\$11.316.000	\$3.016.000	\$54.016.000	\$4.501.000
Ayudantes de cocina	4	\$32.544.000	\$6.874.000	\$9.770.000	\$2.604.000	\$186.336.000	\$15.528.000
Auxiliar de Caja	1	\$23.808.000	\$5.016.000	\$7.148.000	\$1.904.000	\$34.068.000	\$2.839.000
Metre	1	\$24.024.000	\$5.069.000	\$7.212.000	\$1.922.000	\$34.383.000	\$2.865.000
Jefe de meseros	1	\$24.024.000	\$5.069.000	\$7.212.000	\$1.922.000	\$34.383.000	\$2.865.000
Meseros	6	\$17.460.000	\$3.685.000	\$5.241.000	\$1.396.000	\$149.940.000	\$12.495.000
Garroteros	2	\$13.092.000	\$2.730.000	\$3.930.000	\$1.048.000	\$37.408.000	\$3.117.000
Total	17	\$210.960.000	\$44.826.000	\$63.332.000	\$16.878.000	\$585.646.000	\$48.803.000

Para el año 2016, el establecimiento “Kalú”, tendrá una nómina mensual por 17 empleados, equivalente a un total de \$48.803.000, equivalente a un total por año 2016 de \$585.646.000; en el Anexo O., se muestran las liquidaciones de los años 2017-2021, incrementadas con el IPC, el cual fue pronosticado por el banco Helm Bank.

#### 4.5 RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS ESTUDIO ADMINISTRATIVO

En la Tabla 72., muestra el resumen de los costos y gastos que se presentan el estudio administrativo del proyecto.

**Tabla 72.** Resumen de costos y gastos año 2016 estudio administrativo

RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS	
Dotación anual del restaurante	\$20.423.000
Total anual sueldos	\$585.646.000
Pago anual contador	\$ 6.000.000
Pago anual ayudante servicios generales	\$ 8.273.000
Total	\$620.342.000

## 5. ESTUDIO LEGAL

Este estudio se encarga de determinar los planes de desarrollo de normas y leyes bajo las cuales se va a regular el restaurante “Kalú”, tanto en su etapa de ejecución, como en su etapa de operación, debido a que ningún proyecto puede llevarse a cabo si no se genera un marco legal constituido.

Es necesario que todos los parámetros legales que se requieren, sean realizados para el correcto funcionamiento del restaurante con el fin de evitar inconvenientes tales como, multas y sellamientos que afecten la imagen y estabilidad de la organización.

### 5.1 CONSULTAS PRINCIPALES

Para formalizar el estudio legal, es necesario realizar consultas para dar inicio al registro de la empresa, consultar el tipo de sociedad, nombre de la empresa, marca, código CIU, con el fin de evitar inconvenientes con las normas y leyes establecidas por el gobierno colombiano.

**5.1.1 Tipo de empresa.** La creación de una empresa se realiza mediante la figura de persona natural o persona jurídica, las cuales se describen a continuación.

- **Persona Natural.** Según la Cámara de Comercio de Bogotá la figura de “Persona natural comerciante es aquella que ejerce esta actividad de manera habitual y profesional a título personal. Asume a título personal todos los derechos y obligaciones de la actividad comercial que ejerce”.<sup>97</sup>
- **Persona Jurídica.** Según la Cámara de Comercio de Bogotá “persona jurídica es una persona ficticia, capaz de ejercer derechos y contraer obligaciones, y de ser representada judicial y extrajudicialmente”.<sup>98</sup>

**5.1.2 Consulta tipo de sociedad.** Se entiende como sociedad un contrato entre dos o más personas, con fin de construir una empresa a través de la contribución de patrimonio personal. El tipo de sociedad consiste principalmente en el nivel de responsabilidad de los socios con respecto a terceros, donde se origina una persona jurídica diferente a cada uno de los integrantes, cuyo objetivo final se basa en compartir los beneficios y riesgos que deje el proyecto a realizar.

---

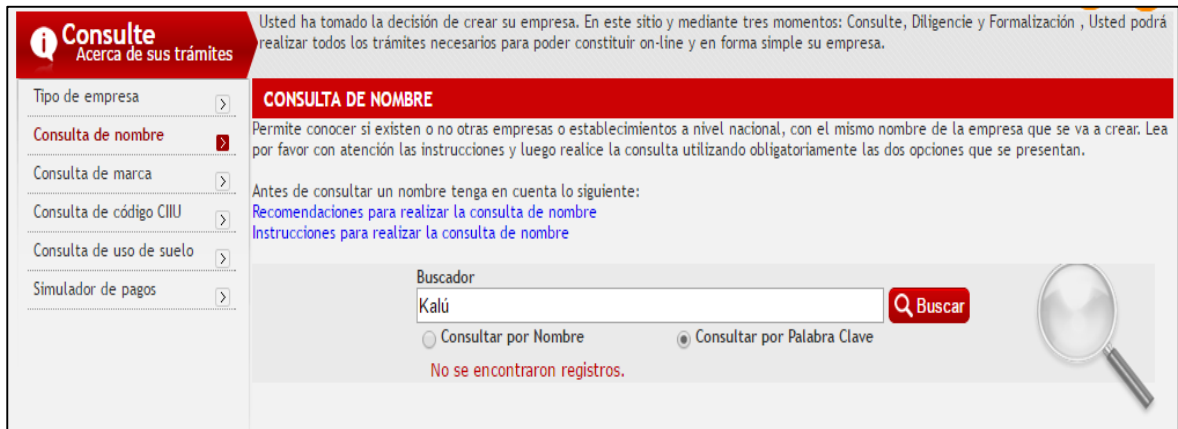
<sup>97</sup>CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ. “Constituya su empresa como Persona Natural”. Disponible en <<http://www.ccb.org.co/Cree-su-empresa/Inicie-su-empresa/Pasos-para-crear-empresa/Constituya-su-empresa-como-Persona-Natural>>. [En línea]. [16 de abril de 2016].

<sup>98</sup>CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ. “Constituya su empresa como Persona Jurídica”. Disponible en <<http://www.ccb.org.co/Cree-su-empresa/Inicie-su-empresa/Pasos-para-crear-empresa/Constituya-su-empresa-como-Persona-Juridica>>. [En línea]. [16 de abril de 2016].

Para registrarse como persona jurídica los socios deben tener presente que tipo de organización desean montar. Actualmente en Colombia existen los siguientes siete tipos de sociedades: sociedad limitada, empresa unipersonal, sociedad anónima, sociedad colectiva, sociedad comandita simple, sociedad comandita por acciones y empresa asociativa de trabajo; el tipo de sociedad que desee conformar se puede buscar en la página oficial de la Cámara de Comercio de Bogotá.

**5.1.3 Consulta nombre de la empresa.** Antes de crear la empresa es necesario confirmar que el nombre que recibe la organización no existe, ni este asignado a otra empresa a nivel nacional, dicha consulta se puede realizar a través de la página de internet, [www.crearempresa.com.co](http://www.crearempresa.com.co) (portal nacional de creación de empresas), por este motivo se realizó la consulta del presente proyecto, el cual se ilustra en la Imagen 17.

**Imagen 17.** Certificado homonimia para nombres de establecimientos



**Fuente:** <http://www.crearempresa.com.co/Consultas/ConsultaNombre.aspx>

**5.1.4 Consulta de marca.** Este proceso se debe realizar para verificar que la marca no este almacenada en las bases de datos de la Superintendencia de Industria y Comercio cuando se va a registrar la marca por primera vez, los pasos para solicitar el registro de una marca se ilustran en el Cuadro 33.

**Cuadro 33.** Pasos para registrar una marca

<b>PASOS PARA REGISTRAR UNA MARCA</b>
Conocer las normas vigentes, regidas por el Estado Colombiano.
Identificación clara de los productos y/o servicios que desea proteger con la marca.
Verificar que en la Superintendencia de Industria y Comercio no se encuentre registrada una marca parecida o similar.
Tener en cuenta para la verificación de la marca a solicitar, la configuración NIZA.
Una vez estar seguro de registrar la marca, diligenciar el formulario (petitorio) que existe para ello.

**5.1.5 Consulta Código Internacional Industrial Uniforme (CIIU).** El código CIIU fue elaborado por la organización de naciones unidas con el fin de clasificar un

código para todas las actividades económicas de los empresarios a nivel nacional de forma específica y concreta, los pasos para realizar esta consultan se muestran en la Cuadro 34.

#### **Cuadro 34. Pasos para consultar el Código CIU**

<b>PASOS PARA CONSULTAR CÓDIGO CIU</b>
Ingresar al portal <a href="http://www.ccb.org.co">www.ccb.org.co</a> – Servicios en línea.
Ingresar al servicio: Consulta y actualización de actividad económicas.
Se podrá realizar la consulta o actualización del Código CIU a través de criterios de búsqueda, como, identificación, nombre o razón social, palabra clave, número de Matrícula Mercantil. Hay que tener en cuenta que para realizar esta consulta, se debe tener clave de servicios virtuales. Si no la posee o recuerda debe solicitarla.
También podrá realizar la verificación de su Código CIU o la actualización del mismo en nuestras sedes o en la Red Super CADE.
<b>Nota:</b> Recuerde que la información de su actividad deberá coincidir con la registrada en la DIAN, así como en el Registro Único de Proponentes (RUP) y que esta actualización también debe realizarla en la página web <a href="http://www.dian.gov.co">www.dian.gov.co</a>

**Fuente:** [www.ccb.org.co/Inscripciones-y-renovaciones/Todo-sobre-el-codigo-CIU](http://www.ccb.org.co/Inscripciones-y-renovaciones/Todo-sobre-el-codigo-CIU)

## **5.2 PROCESO PARA FORMALIZACIÓN DE LA EMPRESA**

Para construir la empresa como Persona Jurídica se deben diligenciar los siguientes formularios con el fin de tramitar legalmente el funcionamiento de la organización “Kalú”.

**5.2.1 Original del documento de identidad.** Debe presentarse este documento ante la Cámara de Comercio ya que es requisito para establecer el representante legal de la organización.

**5.2.2 Formulario del Registro Único Tributario RUT.** Este documento es administrado por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN).

Este constituye el mecanismo único para identificar, ubicar y clasificar; a las personas y entidades que tengan la calidad de contribuyentes, también clasifica a los declarantes de impuestos sobre la renta y no contribuyentes, además de las declarantes de ingresos y de patrimonio y los responsables del régimen común y simplificado, además clasifica también a los agentes retenedores, importadores exportadores y demás con obligaciones administradas por la DIAN.

El número de identificación tributaria NIT, constituye el código de identificación de los inscritos en el RUT. Este número lo asigna la DIAN a las personas naturales o jurídicas y a los demás sujetos con obligaciones administradas por dicha entidad.

El documento RUT, se encuentra en el Anexo P., este documento se diligencia en la página [www.dian.gov.co](http://www.dian.gov.co), se requiere contar con los siguientes documentos ilustrados en el Cuadro 35.



### Cuadro 35. Documentos requeridos para el RUT

PASOS REQUERIDOS PARA EL RUT
Fotocopia de documento de identidad de quien realiza el trámite con exhibición del original. (original de la persona que se matricula)
Cuando el trámite se realice mediante poder, la persona debe adjuntarlo en original o fotocopia.
Ingrese al portal <a href="http://www.dian.gov.co">www.dian.gov.co</a> , seleccione la opción solicitud inscripción RUT, después seleccione la cámara de comercio.
En el espacio en el que solicita el número del formulario (deberá suministrarlo se ingresó previamente a diligenciar un borrador del formulario, de lo contrario no digite ninguna información), haga click en continuar y diligencie el formulario RUT, imprima el formulario RUT que saldrá con la leyenda para trámite en Cámara, que contiene el número de formulario (casilla 4) que debe ser registrado en el Formulario Adicional de Registro con otras entidades en las casillas correspondientes al número de formulario DIAN.
Si la persona natural/jurídica es responsable del impuesto sobre las ventas del régimen común, es importador o exportador (salvo que se trate de un importador ocasional), debe adjuntar adicionalmente constancia de titularidad de cuenta corriente o de ahorros activa con fecha de expedición no mayor a un (1) mes en una entidad vigilada por la Superintendencia Financiera de Colombia o último extracto de la misma.

**5.2.3 Formulario del Registro Único Empresarial y Social RUES.** De acuerdo a la Cámara de Comercio de Bogotá, informa que según la Resolución 71029 de la Superintendencia de Industria y Comercio desde el 28 de noviembre de 2013 se debe diligenciar el nuevo Registro Único Empresarial y social RUES, ver Anexo Q., este es formulario que integra la información de los siguientes registros que se ilustran en el Cuadro 36.

### Cuadro 36. Integración registros RUES

REGISTROS
Registro mercantil.
Registro único de proponentes.
Registro de Entidades sin Ánimo de lucro.
Régimen Común (asociaciones, fundaciones y corporaciones) y entidades economía solidaria (cooperativas, pre cooperativas, fondos de empleados y asociaciones mutuales).
Registro de actividades y juegos de azar.
Registro de veedurías ciudadanas (aplicará solo cuando se matricule o inscriba)
Registro economía solidaria.

El formulario registro único empresarial y social (RUES) consta de dos páginas más de anexos, en las que uno puede efectuar, la matricula, renovación y el traslado de domicilio de registro mercantil y de los vendedores de juegos de suerte y azar; la inscripción, renovación y el traslado de domicilio del registros de entidades sin ánimo de lucro, economía solidaria, veedurías ciudadanas y ONG extranjeras, además de la inscripción, actualización renovación y cancelación por traslado de domicilio del registro único de proponentes.

**5.2.4 Formulario de Registro con otras entidades.** Adicional a los documentos nombrados anteriormente se diligencia los formularios para registró con otras entidades.

- **Caratula Única Empresarial.** Es el “formulario aprobado por la Superintendencia de Industria y Comercio que debe diligenciarse para efectos de solicitar la matrícula o para realizar la renovación de la misma”.<sup>99</sup>
- **Formulario adicional de registro con otras entidades.** Con este formulario, “la cámara de comercio envía la información a la secretaría de hacienda Distrital de Bogotá con el propósito de llevar a cabo la inscripción en el Registro de Información Tributaria (RIT) siempre y cuando las actividades que va a realizar se lleven a cabo en Bogotá y estén gravadas con el Impuesto de Industria y Comercio (ICA)”.<sup>100</sup>

**5.2.5 Registro de Matrícula Mercantil.** Para realizar este registro se debe presentar todos los documentos diligenciados descritos anteriormente en cualquier sede de la Cámara de Comercio de Bogotá y se pagan los derechos de matrícula correspondientes a las tarifas del año 2015.

En la Imagen 18., se muestra un simulador de pagos el cual describe el costo que se debe cancelar para realizar este proceso legal, teniendo en cuenta el capital a invertir de cada socio.

---

<sup>99</sup>CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ. “Guía de registro mercantil N° 26 Carátula única empresarial”. Disponible en <<http://bibliotecadigital.ccb.org.co/handle/11520/2278>>. [En línea]. [16 de abril de 2016].

<sup>100</sup>CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ. “RUES”. Disponible en <[http://recursos.ccb.org.co/ccb/instructivos/paso\\_paso\\_empresa\\_ccb/rue\\_juridica.html](http://recursos.ccb.org.co/ccb/instructivos/paso_paso_empresa_ccb/rue_juridica.html)>. [En línea]. [16 de abril de 2016].

**Imagen 18.** Pago matrícula mercantil para constitución de la empresa

**TARIFAS  
DEL REGISTRO MERCANTIL  
AÑO 2016**

El Gobierno Nacional, mediante el Artículo 2.2.2.46.1.2 del Decreto 1074 de 2015 estableció los derechos por registro y renovación de la matrícula mercantil, establecimientos de comercio, sucursales o agencias, derechos de cancelaciones y mutaciones y derechos por inscripción de libros y documentos, así como el valor del formulario y los certificados expedidos por las cámaras de comercio.

La matrícula de los comerciantes o su renovación en el registro público mercantil, causará anualmente los siguientes derechos liquidados de acuerdo al monto de sus activos:

RANGO DE ACTIVOS		RANGO DE ACTIVOS		TARIFA	TARIFA
En salarios mínimos		En pesos		% S.M.M.L.V	En \$
Mayor a	Menor o igual	Mayor a	Menor o igual		
0	2	0	1.378.910	5,24	36.000
2	4	1.378.910	2.757.820	7,34	51.000
4	5	2.757.820	3.447.275	9,79	67.000
5	7	3.447.275	4.826.185	10,84	75.000
7	9	4.826.185	6.205.095	12,94	89.000
9	11	6.205.095	7.584.005	14,68	101.000
11	12	7.584.005	8.273.460	16,08	111.000
12	14	8.273.460	9.652.370	17,83	123.000
14	16	9.652.370	11.031.280	20,28	140.000
16	18	11.031.280	12.410.190	22,38	154.000
18	19	12.410.190	13.099.645	23,78	164.000
19	21	13.099.645	14.478.555	25,52	176.000
21	23	14.478.555	15.857.465	26,92	186.000
23	25	15.857.465	17.236.375	28,67	198.000
25	26	17.236.375	17.925.830	30,77	212.000
26	28	17.925.830	19.304.740	31,82	219.000
28	30	19.304.740	20.683.650	33,57	231.000
30	31	20.683.650	21.373.105	35,66	246.000
31	33	21.373.105	22.752.015	37,41	258.000
33	35	22.752.015	24.130.925	38,81	268.000
35	52	24.130.925	35.851.660	45,45	313.000
52	70	35.851.660	48.261.850	54,54	376.000
70	87	48.261.850	59.982.585	63,99	441.000
87	105	59.982.585	72.392.775	73,43	506.000
105	123	72.392.775	84.802.965	83,57	576.000
123	140	84.802.965	96.523.700	93,01	641.000
140	158	96.523.700	108.933.890	103,15	711.000

**Fuente:** <http://www.crearempresa.com.co/Consultas/Preliquidador.aspx>

**5.2.6 Razón social.** La organización creada a través de una sociedad entre dos partes recibe el nombre de “Kalú”.

**5.2.7 Tipo de sociedad.** La organización “Kalú” ha decidido formalizarse como una sociedad por acciones simplificadas (S.A.S), teniendo en cuenta que este tipo de sociedad “se constituye mediante documento privado ante Cámara de Comercio o escritura Pública ante Notario con uno o más accionistas quienes responden hasta por el monto del capital que han suministrado a la sociedad.

Se debe definir en el documento privado de constitución el nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas; el domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan, así como el capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital, la forma y términos en que éstas deberán pagarse.

La estructura orgánica de la sociedad, su administración y el funcionamiento de sus órganos pueden ser determinados libremente por los accionistas, quienes

solamente se encuentran obligados a designar un representante legal de la compañía. Su razón social será la denominación que definan sus accionistas pero seguido de las siglas "sociedad por acciones simplificada"; o de las letras S.A.S."<sup>101</sup>

En el Cuadro 37., se ilustran los beneficios de ser una Sociedad por Acciones Simplificada.

**Cuadro 37. Beneficios Sociedad por Acciones Simplificada**

<b>Beneficios Sociedad por Acciones Simplificada</b>
Puede ser conformada por uno o más socios.
Se constituye a través de un documento privado.
Objeto social puede ser indeterminado.
Tiempo de duración se puede ser a término indefinido.
Limitación de la responsabilidad por obligaciones fiscales y laborales.
Libertad de organización.
No se obliga la revisión fiscal, ni la Junta Directiva.
Elimina límites sobre distribución de utilidades.

El restaurante “Kalú”, se constituirá como sociedad por acciones simplificada, por medio de dos socios, quienes serán responsables de monto de sus respectivos aportes y quienes realizan la debida acta de constitución para legalizar la sociedad, formando la empresa como Persona Jurídica.

**5.2.8 Objeto social.** La organización “Kalú”, tiene como objeto social vender a la mesa alimentos preparados con una alta calidad, acompañado de un servicio único y excepcional, para satisfacer a los comensales.

### **5.3 CÓDIGO INDUSTRIAL INTERNACIONAL UNIFORME (CIIU)**

Obtener el código CIIU “nos permite obtener una herramienta valiosa sobre la cual se puede realizar publicidad gratuita de los servicios y productos, investigar nuevos mercados y ampliar el portafolio de posibles clientes proveedores”.<sup>102</sup>

La organización “Kalú” se encuentra clasificada según la actividad económica del código CIIU división 56, actividades de servicios de comidas y bebidas.

La división 56 se subdivide en diferentes números de grupos, el cual para este proyecto le corresponde el grupo 561 (Actividades de restaurantes, cafeterías y

<sup>101</sup>CREA EMPRESA. “Tipo de empresa”. Disponible en <<http://www.crearempresa.com.co/Consultas/ConsultasTipoEmpresa.aspx>> [En línea]. [16 de abril de 2016].

<sup>102</sup>CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ. “Todo sobre el código CIIU”. Disponible en <<http://www.ccb.org.co/Inscripciones-y-renovaciones/Todo-sobre-el-codigo-CIIU>> [En línea]. [16 de abril de 2016].

servicio móvil de comidas), que nos permite desarrollar legalmente la operación del restaurante.

El grupo nombrado anteriormente 561 se subdivide en diferentes números de clases, esta clasificación recibe el numeral 5611 el cual indica que es expedido a la mesa de comidas preparadas, incluye la producción y el expendio de alimentos a la carta y/o menú del día, para el consumo inmediato mediante el servicio prestado a la mesa, esta clasificación permite prestar o no el servicio de domicilio.

#### **5.4 ACTA DE CONSTITUCIÓN**

El acta de constitución es un documento privado elaborado y firmado por un abogado, el cual contiene la realización de un contrato para crear una sociedad y a la vez una organización, para el cual se debe presentar ante un notario para su elevación a escritura pública.

Con el fin de crear la minuta de constitución para la organización “Kalú” se debe cumplir con los siguientes requisitos, que se muestran en el Cuadro 38.

#### **Cuadro 38. Requisitos acta de constitución**

<b>REQUISITOS ACTA DE CONSTITUCIÓN</b>
La reserva del nombre en registros públicos.
Presentación de los documentos personales
Descripción de la actividad económica
Capital de la empresa
Estatutos

El acta de constitución de “Kalú”, se presenta en el Anexo R.

#### **5.5 OBLIGACIONES DE LA ORGANIZACIÓN**

La organización “Kalú”, tiene como obligación cumplir con la afiliación y el pago de la seguridad social y prestaciones sociales de sus trabajadores, siendo estas la ARL (Administración de riesgos laborales), EPS (Entidades promotoras de salud), fondo de pensiones y cesantías, con el fin de brindar todas las garantías para los trabajadores y bienestar para cada uno de ellos.

#### **5.6 ESTATUTO TRIBUTARIO**

El estatuto tributario “es aquel donde se encuentran las normas específicas al contenido de los impuestos de renta y complementarios, ventas, retención en la fuente y procedimientos respectivos. El estatuto consolidó y amplía los principios generales de la constitución nacional sobre esta materia.

La sociedad por acciones simplificadas S.A.S. se rige a ser contribuyentes declarantes del régimen ordinario sobre el impuesto sobre la renta y sus complementarios. En el impuesto sobre las ventas serán responsables siempre que realicen el hecho generador consagrado en el artículo 420 del Estatuto Tributario”.<sup>103</sup>

Para el sector restaurantes se encuentra actualizada la ley 1739 del 23 de diciembre de 2014 para el Estatuto Tributario.

**5.6.1 Impuesto sobre la renta y complementarios.** El impuesto sobre la renta y complementarios es un solo gravamen integrado por los impuestos de renta y los complementarios de ganancias ocasionales y de remesas.

“El impuesto sobre la renta grava todos los ingresos que obtenga un contribuyente en el año, que sean susceptibles de producir incremento neto del patrimonio en el momento de su percepción, siempre que no hayan sido expresamente exceptuados, y considerando los costos y gastos en que se incurre para producirlos.

El impuesto sobre la renta es un impuesto de orden nacional, directo y de período. Es de orden nacional, porque tiene cobertura en todo el país y su recaudo está a cargo de la nación (actualmente la función de recaudo se ejerce a través de los bancos y demás entidades financieras autorizadas). Es directo, porque grava los rendimientos a las rentas del sujeto que responde por su pago ante el Estado. Es de período, como quiera que tiene en cuenta los resultados económicos del sujeto durante un período determinado, en consecuencia, para su cuantificación se requiere establecer la utilidad (renta) generada por el desarrollo de actividades durante un año, enero a diciembre”.<sup>104</sup>

**5.6.2 Retención en la fuente.** “Es un sistema de recaudo mediante el cual la persona o entidad que realice un pago gravable a un contribuyente o beneficiario debe retener o restar de ese pago un porcentaje determinado por la ley, a título de impuesto y consignarlo a favor de la administración tributaria.

La retención en la fuente no es un impuesto sino un mecanismo encaminado a asegurar, acelerar y facilitar a la administración tributaria el recaudo y control de los impuestos sobre la renta, ventas y timbre y el gravamen sobre transacciones financieras. De esta manera, se busca que el impuesto se recaude en lo posible, dentro del mismo ejercicio gravable en que se cause”.<sup>105</sup>

---

<sup>103</sup>GERENCIE. “Principio de favorabilidad”. Disponible en <<http://www.gerencie.com/principio-de-favorabilidad.html>> [En línea]. [17 de abril de 2016].

<sup>104</sup>DIAN. “Generalidades sobre Impuestos Internos”. Disponible en <<http://www.dian.gov.co/DIAN/12SobreD.nsf/pages/Impuestosinternos?OpenDocument#10>> [En línea]. [17 de abril de 2016].

<sup>105</sup> Ibid.

**5.6.3 Impuesto sobre el valor agregado (IVA).** “Es un gravamen que recae sobre el consumo de bienes y servicios. En Colombia se aplica en las diferentes etapas del ciclo económico de la producción, importación y distribución”.<sup>106</sup>

El hecho generador de la obligación tributario se ilustra en el Cuadro 39.

**Cuadro 39.** Obligación tributaria

<b>OBLIGACIÓN TRIBUTARIA</b>
La venta de bienes corporales muebles en el territorio nacional que no hayan sido expresamente excluidas.
La prestación de servicios salvo los excluidos.
La importación de bienes corporales muebles que no hayan sido excluidos expresamente.
La circulación, venta u operación de juegos de suerte y azar con excepción de las loterías.

**5.6.4 Impuesto de Industria y Comercio.** Este impuesto se genera por el ejercicio o realización directa o indirecta de cualquier actividad industrial, comercial o de servicios en jurisdicción del Distrito Capital de Bogotá, ya sea que se cumplan de forma permanente u ocasional, en inmueble determinado, con establecimiento de comercio o sin ellos; existe la actividad comercial, actividad de servicio y actividad industrial.

## **5.7 REQUISITOS LEGALES DE FUNCIONAMIENTO**

Los requisitos fundamentales para realizar la implementación del restaurante de comida Fitness “Kalú”, en la ciudad de Bogotá D.C., bajo las normas y reglas que exige el estado Colombiano, se ilustran en el Cuadro 40.

---

<sup>106</sup>DIAN. “Generalidades sobre Impuestos Internos”. Disponible en <<http://www.dian.gov.co/DIAN/12SobreD.nsf/pages/Impuestosinternos?OpenDocument#10>> [En línea]. [17 de abril de 2016].

**Cuadro 40. Requisitos de funcionamiento**

REQUISITO	DESCRIPCIÓN
Certificación de manipulación de alimentos	Esta certificación consta en garantizar a todo aquel que produce, transporta, cocina y sirve los alimentos a los consumidores. Su mayor responsabilidad está en brindar buena calidad de los alimentos que vende a los consumidores. Para ser manipulador de alimentos se requiere de un certificado de capacitación en educación sanitaria para el manejo adecuado de alimentos expedido por las empresas sociales del estado o capacitador particular autorizado por el ente central de salud.
Sayco y Acinpro	En la Constitución Nacional Colombiana, el Artículo 61 establece que “El Estado protegerá la propiedad intelectual por el tiempo y mediante las formalidades que establezca la ley. En desarrollo de ese precepto constitucional se han creado los organismos encargados de recaudar los derechos generados por la explotación comercial de la música en los establecimientos abiertos al público, derechos que deben pagar todas las personas o empresas que hagan uso de la música para explotarla comercialmente, así sea de forma indirecta como en el caso de restaurantes y almacenes. Sayco es la encargada de recaudar los derechos de autorización reproducción, ejecución en vivo y en establecimientos de comercio. Estos derechos son cobrados a los usuarios de música, que de conformidad con el Artículo 158 de la Ley 23 de 1082, son aquellos propietarios de establecimientos que en forma permanente u ocasional comuniquen la música para sus clientes, en forma directa o indirecta. Acinpro es la encargada de recaudar el derecho conexo de comunicación de la música fonograbada, utilizada en emisoras, canales de televisión y establecimientos comerciales”. <sup>107</sup>
Concepto técnico de seguridad y cuerpo Oficial de Bomberos	El concepto técnico de bomberos es la apreciación técnica emitida por el Cuerpo Oficial de Bomberos de Bogotá D.C., a través de la cual se revisan las condiciones de seguridad humana, riesgos de incendio, materiales peligrosos y sistema de protección contra incendios que se presentan en un inmueble el cual funciona o funcionará un establecimiento comercial. <sup>108</sup> “Para establecimientos nuevos o no obligados a declarar, el valor a pagar es el equivalente a 2 salarios mínimos diarios, éste monto debe ser cancelado por cada sucursal que tenga el establecimiento”. <sup>109</sup>
Registro Nacional de Turismo	“Es un registro público, en el cual deben inscribirse todos los prestadores de servicios turísticos que efectúen sus operaciones en Colombia”. <sup>110</sup>

<sup>107</sup> GERENCIE. “Sayco Acinpro”. Disponible en <<http://www.gerencie.com/sayco-acimpro.html>> [En línea]. [21 de abril de 2016].

<sup>108</sup> BOMBEROS BOGOTÁ. “Concepto técnico de seguridad humana”. Disponible en <<http://www.bomberosbogota.gov.co/content/view/1571/76/>> [En línea]. [21 de abril de 2016].

<sup>109</sup> SECRETARÍA GENERAL ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ. “Solicite concepto técnico de seguridad”. Disponible en <<http://www.secretariageneralalcaldiamayor.gov.co/servicio-al-ciudadano/supercade/Comerciante-Solicite-concepto-T%C3%A9cnico-de-Seguridad-y-Protecci%C3%B3n-contra-Incendios-en-los-SuperCADE>> [En línea]. [12 de mayo de 2016].

<sup>110</sup> CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ. “Registro Nacional de Turismo”. Disponible en <<http://rntbogota.confecamaras.co/>> [En línea]. [28 de junio de 2016].



**Cuadro 40. (Continuación.)**

REQUISITO	DESCRIPCIÓN
Licencia ambiental	<p>Es un proceso utilizado para la planeación y administración de proyectos que asegura que las actividades humanas y económicas se ajusten a las restricciones ecológicas y de recursos y de esta forma se constituye en un mecanismo clave para promover el desarrollo sostenible. “De acuerdo al Art. 3 del Decreto 2820, la Licencia Ambiental, es la autorización que otorga la autoridad ambiental competente para la ejecución de un proyecto, obra o actividad, que de acuerdo con la ley y los reglamentos pueda producir deterioro grave a los recursos naturales renovables o al medio ambiente o introducir modificaciones considerables o notorias al paisaje; la cual sujeta al beneficiario de ésta, al cumplimiento de los requisitos, términos, condiciones y obligaciones que la misma establezca en relación con la prevención, mitigación, corrección, compensación y manejo de los efectos ambientales del proyecto, obra o actividad autorizada.</p> <p>La Licencia Ambiental llevará implícitos todos los permisos, autorizaciones y/o concesiones para el uso, aprovechamiento y/o afectación de los recursos naturales renovables, que sean necesarios por el tiempo de vida útil del proyecto, obra o actividad.</p> <p>El uso aprovechamiento y/o afectación de los recursos naturales renovables, deberán ser claramente identificados en el respectivo Estudio de Impacto Ambiental. La Licencia Ambiental deberá obtenerse previamente a la iniciación del proyecto, obra o actividad. Ningún proyecto, obra o actividad requerirá más de una Licencia Ambiental. La licencia ambiental se otorgará por la vida útil del proyecto, obra o actividad y cobijará las fases de construcción, montaje, operación, mantenimiento, desmantelamiento, restauración final, abandono y/o terminación”.<sup>111</sup></p>
Uso de suelo	<p>Verificar en la secretaría de planeación de Bogotá D.C., si la actividad que se va iniciar puede desarrollarse en el lugar previsto para su funcionamiento.</p>
Concepto sanitario	<p>Es un documento legal, expedido por la autoridad sanitaria competente en labores de vigilancia y control, el cual permite la fabricación y comercialización de alimentos a nivel regional, nacional e internacional. Este documento es de obligatoria expedición por parte de cualquier empresa que elabore alimentos bajo una marca. Tiene una vigencia de 10 años, “a resolución 719 de 2015 y la resolución 2674 de 2013 queda claro que la industria de alimentos tendrá que adecuar sus sistemas de gestión de inocuidad alimentaria, sus procesos de manufactura y de comercialización con enfoque en el riesgo, condición obligatoria si la misma industria se quiere insertar en las dinámicas globales en materia de comercio de alimentos”.<sup>112</sup></p>
Lista de precios	<p>El restaurante debe hacer público los precios de sus productos, lo cual puede hacer colocándolos en el empaque, en el envase o en una lista general visible.</p>

## 5.8 NORMATIVIDAD

La normatividad es el conjunto de normas y leyes que indican el comportamiento adecuado para cada actividad que se realice en la sociedad, para asegurar la calidad de los productos o servicios prestados, la normatividad a aplicar se describe en el Cuadro 41., la normatividad es extraída según el régimen legal de Bogotá.<sup>113</sup>

<sup>111</sup>ANLA (AUTORIDAD NACIONAL DE LICENCIAS AMBIENTALES). “Licencia Ambiental Subdirección de Evaluación y Seguimiento”. Disponible en <<http://www.anla.gov.co/licencia-ambiental-subdireccion-evaluacion-y-seguimiento>> [En línea]. [21 de abril de 2016].

<sup>112</sup>COMUNIDAD SEITON. “Registro sanitario”. Disponible en <<http://www.comunidadseiton.org/blog/tag/registro-sanitario/>> [En línea]. [21 de abril de 2016].

<sup>113</sup>ALCALDÍA BOGOTÁ. “Régimen legal de Bogotá D.C.”. Disponible en <<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/norma1.jsp?i=3337>> [En línea]. [21 de abril de 2016].

Además de la normatividad dada por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo para establecimientos gastronómicos (NTS).<sup>114</sup>

#### Cuadro 41. Normatividad

NORMATIVIDAD	DESCRIPCIÓN
Decreto 539 de 2014	Por el cual se expide el reglamento técnico sobre los requisitos sanitarios que deben cumplir los importadores y exportadores de alimentos para el consumo humano, materias primas e insumos para alimentos destinados al consumo humano y se establece el procedimiento para habilitar fábricas de alimentos ubicadas en el exterior.
Decreto 1575 de 2007	Por el cual se establece el Sistema para la Protección y Control de la calidad del agua para consumo humano.
Decreto 1299 de 2008	Por el cual se reglamenta el departamento de gestión ambiental de las empresas a nivel industrial y se dictan otras disposiciones.
Ley 1335 de 2009	Disposiciones por medio de las cuales se previenen daños a la salud de los menores de edad, la población no fumadora y se estipulan políticas públicas para la prevención del consumo del tabaco y el abandono de la dependencia del tabaco del fumador y sus derivados en la población colombiana.
Resolución 756 de 2010	La Autoridad Nacional de Licencias Ambientales, revisará, analizará, evaluará y conceptuará sobre la información de soporte aportada por la sociedad INTERCONEXIÓN ELÉCTRICA S.A – E.S.P. ISA.
Resolución 8321 de 1983	Por la cual se dictan normas sobre Protección y conservación de la Audición de la Salud y el bienestar de las personas, por causa de la producción y emisión de ruidos.
Norma Técnica NTS-USNA 001	Esta norma proporciona los requisitos para elaborar preparaciones calientes y frías con la calidad, la cantidad, procedimiento técnico en el tiempo señalados en la receta estándar.
Norma Técnica NTS-USNA 002	Esta norma establece los estándares técnicos para servir alimentos y bebidas. Esta norma es aplicable para las personas que realizan funciones de montaje de áreas destinadas a manipular alimentos y bebidas, y que realizan el servicio en la industria gastronómica.
Norma Técnica NTS-USNA 003	Esta norma proporciona los requisitos para proveer la materia prima y verificar el cumplimiento de estándares en el manejo de la misma, de acuerdo a los procedimientos establecidos.
Norma Técnica NTS-USNA 004	Esta norma proporciona los requisitos para establecer planes de trabajo y manejar el presupuesto del área cumpliendo variables definidas en la empresa.
Norma Técnica NTS-USNA 005	Esta norma proporciona los requisitos para coordinar la producción de acuerdo con el pedido y atender los reclamos de producción no conforme.
Norma Técnica NTS-USNA 006	Esta norma establece los requisitos relacionados con la infraestructura básica que deben tener los establecimientos de la industria gastronómica en aéreas de servicio al cliente, áreas de producción y áreas de servicios generales.

<sup>114</sup> MINISTERIO INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO. “NTS - Establecimientos gastronómico”. Disponible en <<http://www.mincit.gov.co/publicaciones.php?id=1395>> [En línea]. [21 de abril de 2016].

**Cuadro 41. (Continuación.)**

NORMATIVIDAD	DESCRIPCIÓN
Norma Técnica NTS-USNA 007	Esta norma tiene por objeto establecer los requisitos sanitarios que se deben cumplir en los establecimientos de la industria gastronómica, para garantizar la inocuidad de los alimentos, durante la recepción de materia prima, procesamiento, almacenamiento, transporte, comercialización y servicio, con el fin de proteger la salud del consumidor.
Norma Técnica NTS-USNA 008	Esta norma ha sido elaborada para categorizar establecimientos de la industria gastronómica, con el fin de que éstos presten el servicio de acuerdo con estándares internacionales, salvaguardando además los derechos de los usuarios de estos servicios. Así mismo, busca proteger al consumidor brindándole información clara y veraz para que éste pueda tomar decisiones a la hora de escoger un servicio acorde con sus expectativas y alcanzar así su total satisfacción. De igual manera, le permite al empresario orientar a su organización para hacerla más competitiva en servicio y calidad. Esta norma establece los requisitos de servicio y planta que permiten categorizar por tenedores los establecimientos de la industria gastronómica.
Norma Técnica NTS-USNA 009	La presente guía tiene por objeto facilitar la aplicación de las disposiciones mínimas de seguridad y salud en los lugares de trabajo.
Norma Técnica NTS-USNA 011	La presente norma tiene por objeto establecer los requisitos de buenas prácticas para la implantación, gestión y aseguramiento de la calidad, que deben cumplir los establecimientos gastronómicos con relación al servicio prestado. Busca promover que las organizaciones analicen con detalle los requerimientos de sus clientes, definan sus procesos y los mantengan controlados.

## 5.9 RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS ESTUDIO LEGAL

En la Tabla 73., se muestra el resumen de los costos y gastos que se presentan en el desarrollo del presente estudio legal del proyecto, los cuales están cotizados en el Anexo S.

**Tabla 73.** Resumen de costos y gastos del estudio legal

RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS	
Certificación de Manipulación de alimentos	\$ 50.000
Sayco y Acinpro	\$ 2.905.000
Concepto Técnico de seguridad humana y cuerpo oficial de bomberos	\$ 46.000
Licencia ambiental	\$ 0
Concepto Sanitario (INVIMA)	\$ 1.264.000
Registro de marca	\$ 786.000
Matricula mercantil	\$ 506.000
Registro Nacional de Turismo	\$ 110.000
Total	\$5.667.000

## 6. EVALUACIÓN FINANCIERA

Este proyecto estudia la factibilidad de un restaurante de comida Fitness, con inclusión laboral a personas con discapacidad visual en la ciudad de Bogotá D.C., para el desarrollo de este proyecto se tomó como referencia el peso Colombiano. Además las proyecciones realizadas tienen un lapso de tiempo de 5 años (2016-2021); para evaluar la factibilidad del estudio se realizará un análisis de la información y los datos registrados en los capítulos anteriores.

Se evaluarán indicadores financieros tales como, el valor presente neto (VPN), la tasa interna de retorno (TIR), la evaluación de la relación beneficio/costo (B/C), además periodo de recuperación de la inversión (PRI).

Se tendrá en cuenta para el cálculo de los anteriores indicadores la tasa interna de oportunidad (TIO), determinada por parámetros internos y externos al proyecto.

### 6.1 ÍNDICE DE PROYECCIÓN IPC

El pronóstico del IPC, tomado del grupo Bancolombia, se ilustra en la Tabla 74., con el cual se realizará las proyecciones pertinentes en el presente capítulo.

**Tabla 74.** Inflación cierre año, var.% anual IPC 2016-2020

AÑO	2016	2017	2018	2019	2020
IPC Bogotá	5,40%	3,16%	3,10%	3,04%	3,00%

**Fuente:** [www.grupobancolombia.com/empresas](http://www.grupobancolombia.com/empresas).(Consultado 28/06/2016)

### 6.2 INVERSIÓN INICIAL

Es la cantidad de dinero necesario que se requiere para la puesta en marcha de un proyecto; para ello se tiene en cuenta los activos fijos, el capital de trabajo y los cargos diferidos.

**6.2.1 Activos fijos.** Según el glosario de contabilidad Debitoor, activo fijo se define como “un bien de una empresa, ya sea tangible o intangible, que no puede convertirse en líquido a corto plazo y que normalmente son necesarios para el funcionamiento de la empresa y no se destinan a la venta”.<sup>115</sup>

En el presente trabajo se conforma por maquinaria, equipo, utensilios que son necesarios para el desarrollo de la actividad económica. A continuación, en la Tabla 75., se presenta la descripción y el valor correspondiente de cada uno de los activos fijos.

<sup>115</sup>DEBITOOR. “Definición activo fijo”. Disponible en <<https://debitoor.es/glosario/activo-fijo>>. [En línea]. [02 de Mayo de 2016].

**Tabla 75. Activos fijos**

ÍTEM	VALOR (\$)
Maquinaria	33.985.500
Equipos tecnológicos	5.603.900
Utensilios y enseres	8.462.972
Muebles	13.507.800
Costo Seguridad industrial	1.176.000
Total	62.736.172

**6.2.2 Capital de trabajo.** Se considera como aquellos recursos que requiere la empresa para poder operar. En este sentido el capital de trabajo es lo que comúnmente conocemos activo corriente, entonces se debe contemplar la compra de materia prima, pago de mano de obra directa y contar con cierta cantidad de dinero en efectivo para sufragar los gastos diarios de la empresa.<sup>116</sup> Ver Tabla 76.

**Tabla 76. Capital de trabajo**

CAPITAL DE TRABAJO	VALOR (\$)
(+) Costo de producción año	1.122.756.000
(/) Número de días laborables	312
(=) Costo producción diaria	3.598.577
(+) Gastos de Administración	73.321.000
(/) Número de días laborables	312
(=) Gasto Administración diario	235.003
(+) Gastos de Ventas	314.103.000
(/) Número de días laborables	312
(=) Gasto ventas diario	1.006.740
Total Costos y gastos	4.840.321
(x) Numero de ciclo productivo	26
(=) Capital de trabajo	125.848.333
Imprevistos 10%	12.584.833
Total del Capital de trabajo	138.433.167

**6.2.3 Cargos diferidos.** “Representan bienes o servicios recibidos de los cuales se espera obtener beneficios económicos en otros períodos. Se deben registrar como cargos diferidos los costos incurridos durante las etapas de organización, construcción, instalación, montaje y puesta en marcha”.<sup>117</sup>

<sup>116</sup>GERENCE. “Definición depreciación capital de trabajo”. Disponible en <<http://www.gerencie.com/capital-de-trabajo.html>>. [En línea]. [11 de Mayo de 2016].

<sup>117</sup>GERENCE. “Definición cargos diferidos”. Disponible en <<http://www.gerencie.com/cargos-diferidos.html>>. [En línea]. [11 de Mayo de 2016].

**6.2.3.1 Constitución de la empresa.** Formar legalmente la organización permite poder producir, promocionar y comercializar los productos abiertamente y sin restricciones. Los valores correspondientes a los trámites necesarios para poner en marcha el proyecto se ilustran en la Tabla 77.

**Tabla 77.** Constitución de la empresa

CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA	VALOR (\$)
Certificación de Manipulación de alimentos	50.000
Sayco y Acinpro	2.905.000
Concepto Técnico de seguridad humana y cuerpo oficial de bomberos	46.000
Licencia ambiental	
Concepto Sanitario (INVIMA)	1.264.000
Registro de marca	786.000
Matricula mercantil	506.000
Registro Nacional de Turismo	110.000
Total	5.667.000

**6.2.3.2 Adecuaciones.** Se refiere a los costos de instalación que se requieren dentro del área de la cocina, además de la iluminación del establecimiento e instalación de las señales de seguridad y primeros auxilios, en la Tabla 78., se ilustra el costo que se requiere para la implementación.

**Tabla 78.** Adecuaciones

ADECUACIONES	VALOR (\$)
Adecuaciones	3.500.000
Total	3.500.000

El costo total de cargos diferidos se ilustra en la Tabla 79.

**Tabla 79.** Total cargos diferidos

CONCEPTO	VALOR (\$)
Constitución	5.557.000
Adecuaciones	3.500.000
Insumos de oficina	42.000
Mercadeo	589.000
Total	9.798.000

Es necesario amortizar los costos que generan los cargos diferidos, se amortizan para establecer a cantidad anual que se debe tener para la recuperación de la inversión inicial tomando como base el año 2016, en la Tabla 80., se ilustra la amortización de cargos diferidos.

**Tabla 80.** Amortización de cargos diferidos

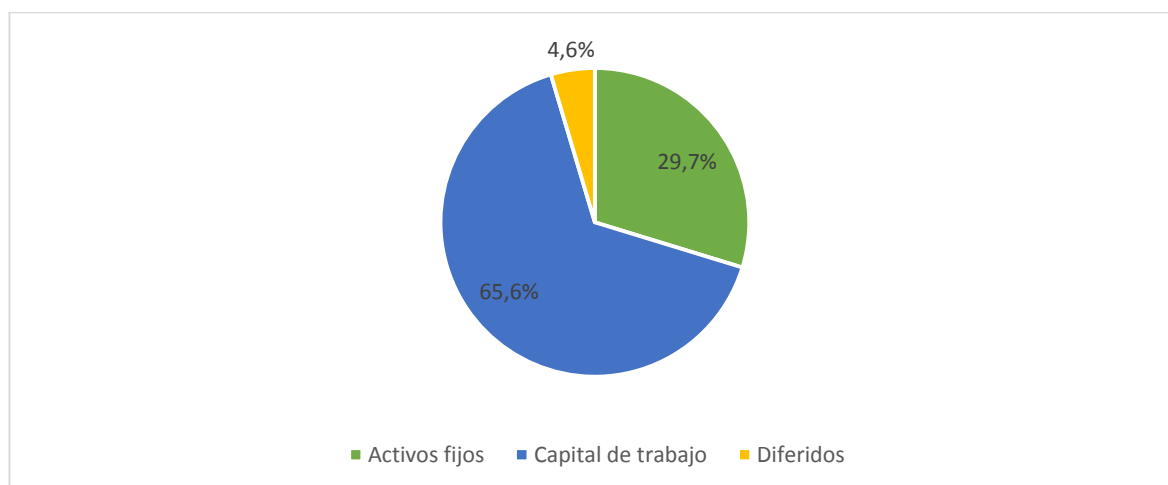
VALOR TOTAL CARGOS DIFERIDOS (2016)	2017	2018	2019	2020	2021
9.798.000	1.959.600	1.959.600	1.959.600	1.959.600	1.959.600

A continuación en la Tabla 81., y en el Grafico 31., se ilustra la inversión inicial que se tendrá en cuenta para empezar los diferentes cálculos financieros del restaurante “Kalú”.

**Tabla 81.** Inversión inicial

CONCEPTO	VALOR (\$)	PORCENTAJE (%)
Activos fijos	62.736.000	29,7%
Capital de trabajo	138.433.000	65,6%
Diferidos	9.798.000	4,6%
Total	210.967.000	100%

**Gráfico 31.** Inversión inicial



### 6.3 FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

La inversión que se requiere para la implementación del proyecto es de \$210.268.000; en la Tabla 82., se ilustra la manera en que se financiará la realización del proyecto.

**Tabla 82.** Aportes a capital

CONCEPTO	VALOR (\$)	PORCENTAJE (%)
Aporte socios	105.483.500	50%
Capital a financiar	105.483.500	50%
Total	210.967.000	100%

El capital a financiar se solicitará como un crédito empresarial, a un banco privado el cual prestará el dinero a una tasa del 9,55% EA; este, es gestionado a través de la entidad Bancóldex, el cual a través de la Línea de crédito para empresas de personas en condición de discapacidad ofrece una tasa de interés 4,55% + 5% de intermediación financiera a través de Bancolombia con un período de 5 años.

Esta línea de crédito tiene requisitos necesarios para poder pedir el préstamo, a su vez brinda beneficios que se ilustran en el Cuadro 42.

**Cuadro 42.** Requisitos y beneficios de la línea de crédito

<b>LÍNEA DE CRÉDITO PARA EMPRESAS DE PERSONAS EN CONDICIÓN DE DISCAPACIDAD</b>	
Requisitos	Personas jurídicas, de cualquier tamaño y de cualquier sector económico, excepto el agropecuario, en cuyo capital social las personas con discapacidad tengan una participación igual o superior al veinte (20%).
	El monto máximo por empresa es hasta quinientos millones de pesos (\$500 millones).
	Bancóldex financia sus necesidades de: -Capital de trabajo: como materia prima, insumos, inventarios y demás gastos operativos y de funcionamiento. -Modernización: como compra o arrendamientos (leasing) de bienes inmuebles, maquinaria, equipo y/o vehículo vinculados a la actividad económica, adecuaciones o mejora de las instalaciones y locales comerciales, así como certificaciones de calidad, licencias, patentes, registros sanitarios, tecnologías de información y demás activos fijos.
Beneficios	Tiene plazo de hasta 5 años y periodo de gracia de hasta 1 año.
	La tasa de redescuento será menor en 0,50% E.A a la publicada en la línea de crédito de modernización para cada plazo.
	La tasa de interés al empresario es libremente negociable.

A la hora de solicitar el crédito, es necesario elaborar la tabla de amortización, para saber con claridad la cantidad necesario a pagar en cada periodo de tiempo, en la Tabla 83., se ilustra los conceptos en los que se realizará la amortización.

**Tabla 83.** Datos generales crédito

<b>CONCEPTO</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
Período	5 Años
Tasa base de información	Efectivo Anual
Tasa de interés	9,55%
Capital a financiar	\$ 105.484.000

A continuación se ilustra la Ecuación 7., de cuota de amortización del crédito.



### Ecuación 7. Anualidad

$$Anualidad = VP \times \frac{(1 + i)^n * i}{(1 + i)^n - 1}$$

Donde,

VP= valor presente del capital a financiar

i:=cuota de interés crédito

n= número de periodos

$$Anualidad = \$ 105.484.000 \times \frac{(1 + 9,55\%)^5 * 9,55\%}{(1 + 9,55\%)^5 - 1} = \$27.507.247,97$$

Teniendo la cuota fija que se debe pagar en los 5 años proyectados, la Tabla 84., muestra los intereses que se deben pagar a lo largo de la cancelación del crédito.

**Tabla 84.** Amortización del crédito

PERIODOS	INICIACIÓN	INTERÉS (\$)	ABONO A CAPITAL (\$)	CUOTA (\$)	FINAL(\$)
0					105.484.000
1	105.484.000	10.073.722	17.433.526	27.507.248	88.050.474
2	88.050.474	8.408.820	19.098.428	27.507.248	68.952.046
3	68.952.046	6.584.920	20.922.328	27.507.248	48.029.719
4	48.029.719	4.586.838	22.920.410	27.507.248	25.109.309
5	25.109.309	2.397.939	25.109.309	27.507.248	0

## 6.4 DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS

“La depreciación es el mecanismo mediante el cual se reconoce el desgaste que sufre un bien por el uso que se haga de él. Cuando un activo es utilizado para generar ingresos, este sufre un desgaste normal durante su vida útil que el final lo lleva a ser inutilizable”.<sup>118</sup> Para el cálculo de depreciación se utilizara el método de línea recta ver Ecuación 8.

<sup>118</sup>GERENCE. “Definición depreciación activo fijo”. Disponible en <<http://www.gerencie.com/depreciacion.html>>. [En línea]. [02 de Mayo de 2016].

### Ecuación 8. Método de línea recta

$$Depreciación = \frac{\text{Valor del activo}}{\text{Vida útil del activo}}$$

En la Tabla 85., se ilustra la depreciación de los activos fijos del restaurante.

**Tabla 85.** Depreciación activos fijos

ÁREA	ÍTEM	VALOR (\$)	VIDA ÚTIL (años)	DEPRECIACIÓN AÑO (\$)
Área de Producción	Parrilla industrial Boiler a gas	7.700.000	10	770.000
	Estufa a gas con horno	3.835.600	10	383.560
	Licuadora	950.000	5	190.000
	Refrigerador y congelador	15.000.000	5	3.000.000
	Televisor	879.900	3	293.300
	Campana extractora	799.900	5	159.980
	Lava platos y mesón	5.700.000	10	570.000
	Estante Metálico	596.700	10	59.670
	Batería De Cocina Juego Ollas Acero Quirúrgico + Sartén 12pz	129.998	5	26.000
	Cesto basura	280.000	5	56.000
Área de Ventas	Caja registradora	719.900	3	239.967
	Tableta Azpen	2.033.400	3	677.800
	Computador todo en uno	1.743.800	3	290.633
	Teléfono	127.000	3	21.167
	Juego De Comedor 4 Puestos Venecia Tipo Loft	12.158.000	10	1.215.800
	Cesto basura	131.400	5	17.520
	Sofá	539.800	10	53.980
	Espejo	47.000	10	4.700
	Silla Giratoria Neumática	340.000	5	34.000
	Lámpara	972.320	5	194.464
Área administrativa	Impresora	99.900	3	33.300
	Computador todo en uno	1.743.800	3	581.267
	Teléfono	127.000	3	42.333
	Juego de comedor	220.000	10	22.000
	Cesto basura	131.400	5	8.760
	Silla Giratoria Neumática	340.000	5	34.000
	Escritorio	250.000	10	25.000
	Extintor	760.000	5	152.000

De acuerdo a las depreciaciones calculadas del presente año (2016), para empezar en el año 2017, se proyectará para los siguientes 5 años la cuota fija de la depreciación de los activos fijos, en la Tabla 86.

**Tabla 86.** Total depreciación activos fijos por área

ÍTEM	2017	2018	2019	2020	2021
Área de producción (MOD)	5.508.510	5.508.510	5.508.510	5.508.510	5.508.510
Área de administración	898.660	898.660	898.660	898.660	898.660
Área de ventas	2.750.031	2.750.031	2.750.031	2.750.031	2.750.031
Total	9.157.200	9.157.200	9.157.200	9.157.200	9.157.200

## 6.5 COSTOS DE PRODUCCIÓN

“Es la valoración monetaria de los gastos incurridos y aplicados en la obtención de un bien. Incluye el costo de los materiales, mano de obra y los gastos indirectos de fabricación cargados a los trabajos en su proceso”.<sup>119</sup>

**6.5.1 Costos materia prima.** La materia prima consta de todos los elementos necesarios para la fabricación del producto; esta debe ser identificable y medible para así poder establecer los costos finales del producto.

Tomando como referencia la demanda ajustada en el pronóstico de la misma, realizada en el estudio de mercado, se establece un crecimiento porcentual anual el cual se ilustra en la Tabla 87.

**Tabla 87.** Porcentaje anual demanda ajustada

AÑO	AJUSTE DEMANDA 4,7% (MILES DE PERSONAS)	CRECIMIENTO ANUAL	PORCENTAJE (%)
2016	38068	0	0,00%
2017	39439	1371	3,48%
2018	40862	1423	3,48%
2019	42342	1480	3,50%
2020	43879	1537	3,50%
2021	45476	1597	3,51%

El porcentaje anual de la demanda ajustada, se utilizará para realizar proyección de la cantidad de productos a producir por año, el cual se ilustra en la Tabla 88.

<sup>119</sup>MONOGRAFÍAS. “Conceptos básicos de costos de producción”. Disponible en <<http://www.monografias.com/trabajos82/concetos-basicos-costos-produccion/conceptos-basicos-costos-produccion.shtml>>. [En línea]. [18 de Mayo de 2016].

**Tabla 88.** Cantidad de productos a producir por año

DEMANDA							
PRODUCTO	PRODUCCIÓN DIARIA	AÑO 2016	AÑO 2017 (3,48%)	AÑO 2018 (3,48%)	AÑO 2019 (3,50%)	AÑO 2020 (3,50%)	AÑO 2021 (3,51%)
Pídeme	24	7488	7749	8019	8300	8591	8893
Do It	24	7488	7749	8019	8300	8591	8893
Hot spicy Mexican	24	7488	7749	8019	8300	8591	8893
Miss KALÚ	28	8736	9040	9355	9682	10022	10374
Hinojo	28	8736	9040	9355	9682	10022	10374
Huamantanga	24	7488	7749	8019	8300	8591	8893
El internacional	20	6240	6457	6682	6916	7159	7411
La caballa	28	8736	9040	9355	9682	10022	10374
Hierbabuena	30	9360	9686	10024	10375	10739	11117
Jugo Mandarina	30	9360	9686	10024	10375	10739	11117
Limonada de coco	32	9984	10332	10692	11066	11454	11857
Jugo de Guanábana	30	9360	9686	10024	10375	10739	11117
Mix frutos secos	26	8112	8394	8687	8991	9306	9633
Parfait	26	8112	8394	8687	8991	9306	9633
Batido de proteínas	26	8112	8394	8687	8991	9306	9633
<b>Total</b>		<b>124800</b>	<b>129145</b>	<b>133648</b>	<b>138326</b>	<b>143178</b>	<b>148212</b>

El costo de la materia prima (MP) se pronosticará con el IPC, como se ilustra en la Tabla 89.

**Tabla 89.** Costo de la materia prima

COSTOS MATERIA PRIMA (\$)						
Año	2016		2017		2018	
Producto	Costo Und	Costo total	Costo Und	Costo total	Costo Und	Costo total
Pídeme	2.310	17.297.000	2.435	18.867.000	2.512	20.141.000
Do It	4.697	35.171.000	4.951	38.362.000	5.107	40.954.000
Hot spicy Mexican	13.904	104.113.000	14.655	113.560.000	15.118	121.231.000
Miss KALÚ	14.289	124.829.000	15.061	136.148.000	15.537	145.344.000
Hinojo	7.744	67.652.000	8.162	73.786.000	8.420	78.770.000
Huamantanga	18.755	140.437.000	19.768	153.180.000	20.392	163.527.000
El internacional	9.152	57.108.000	9.646	62.286.000	9.951	66.493.000
La caballa	12.144	106.090.000	12.800	115.710.000	13.204	123.526.000
Hierbabuena	1.760	16.474.000	1.855	17.968.000	1.914	19.183.000
Jugo Mandarina	1.540	14.414.000	1.623	15.722.000	1.674	16.785.000
Limonada de coco	2.695	26.907.000	2.841	29.348.000	2.930	31.331.000
Jugo de Guanábana	1.760	16.474.000	1.855	17.968.000	1.914	19.183.000
Mix frutos secos	1.980	16.062.000	2.087	17.518.000	2.153	18.702.000
Parfait	4.950	40.154.000	5.217	43.794.000	5.382	46.755.000
Batido de proteínas	2.640	21.416.000	2.783	23.357.000	2.870	24.936.000
Total anual	804.598.000		877.574.000		936.861.000	

**Tabla 89.** (Continuación.)

COSTOS MATERIA PRIMA (\$)						
Año	2019		2020		2021	
Producto	Costo Und	Costo total	Costo Und	Costo total	Costo Und	Costo total
Pídeme	2.590	21.493.000	2.668	22.923.000	2.748	24.441.000
Do It	5.265	43.703.000	5.425	46.610.000	5.588	49.696.000
Hot spicy Mexican	15.587	129.368.000	16.060	137.975.000	16.542	147.110.000
Miss KALÚ	16.018	155.088.000	16.505	165.414.000	17.000	176.361.000
Hinojo	8.681	84.051.000	8.945	89.647.000	9.213	95.580.000
Huamantanga	21.025	174.504.000	21.664	186.113.000	22.314	198.435.000
El internacional	10.260	70.955.000	10.571	75.681.000	10.889	80.695.000
La caballa	13.614	131.807.000	14.027	140.583.000	14.448	149.886.000
Hierbabuena	1.973	20.470.000	2.033	21.832.000	2.094	23.278.000
Jugo Mandarina	1.726	17.911.000	1.779	19.103.000	1.832	20.369.000
Limonada de coco	3.021	33.432.000	3.113	35.656.000	3.206	38.018.000
Jugo de Guanábana	1.973	20.470.000	2.033	21.832.000	2.094	23.278.000
Mix frutos secos	2.220	19.956.000	2.287	21.284.000	2.356	22.692.000
Parfait	5.549	49.891.000	5.718	53.209.000	5.889	56.731.000
Batido de proteínas	2.959	26.609.000	3.049	28.378.000	3.141	30.257.000
Total anual	999.708.000		1.066.240.000		1.136.827.000	

**6.5.2 Costos mano de obra directa.** “La mano de obra directa describe a los trabajadores que están directamente involucrados en la producción de bienes o la prestación de servicios, el costo de pagar salarios a los trabajadores que participan en la producción es el costo mano de obra directa de una empresa”.<sup>120</sup> Ver Tabla 90.

<sup>120</sup> LAVOZ. “Costos mano de obra directa definición” Disponible en < <http://pyme.lavoztx.com/qu-es-el-costo-de-mano-de-obra-indirecta-12844.html> >. [En línea]. [18 de Mayo de 2016].

**Tabla 90.** Proyección sueldo mano de obra directa

CARGO	NÚMERO DE CARGOS	SUELDO 2016 (\$)	SUELDO 2017 (\$)	SUELDO 2018 (\$)	SUELDO 2019 (\$)	SUELDO 2020 (\$)	SUELDO 2021 (\$)
Chef	1	37.692.000	39.727.000	40.982.000	42.252.000	43.536.000	44.842.000
Ayudantes de cocina	4	32.544.000	34.301.000	35.385.000	36.482.000	37.591.000	38.719.000
Total MOD		70.236.000	74.028.000	76.367.000	78.734.000	81.127.000	83.561.000

El total del salario de la mano de obra directa se calculó con base en el sueldo de la Tabla 90., siendo así el cálculo total real se pueden ver en el capítulo administrativo, en la sección estructura salarial en las páginas (200 a 207), y la proyección de los mismos en el anexo O.

El costo total de la mano de obra directa en el restaurante fitness Kalú, se ilustra en la Tabla 91.

**Tabla 91.** Costo total mano de obra directa

CARGO	NÚMERO DE CARGOS	SALARIO 2016 (\$)	SALARIO 2017 (\$)	SALARIO 2018 (\$)	SALARIO 2019 (\$)	SALARIO 2020 (\$)	SALARIO 2021 (\$)
Chef	1	54.016.000	56.933.000	58.732.000	60.553.000	62.394.000	64.266.000
Ayudantes de cocina	4	186.336.000	196.398.000	202.604.000	208.885.000	215.235.000	221.692.000
Total MOD		240.352.000	253.331.000	261.336.000	269.438.000	277.629.000	285.958.000

Al obtener los costos totales de mano de obra directa (MOD) y costos de la materia prima, se calculan los costos totales directos de fabricación para los años proyectados.

**6.5.3 Costos indirectos de fabricación.** “Los costos indirectos de fabricación comprenden aquellos costos de producción que no son ni materiales directos ni mano obra directa”.<sup>121</sup>

**6.5.3.1 Servicios públicos.** A continuación se realiza una estimación de los costos de servicios públicos teniendo en cuenta el estrato, la ubicación del establecimiento además que es un sector comercial, para el caso de costos indirectos de fabricación se realizó una estimación para el área de producción de acuerdo a la distribución de espacios del restaurante “Kalú”.

- **Gas Natural.** En cuanto al servicio público de gas natural se realizará un estimado del costo del consumo de acuerdo a las especificaciones de cada una de las maquinas que requieren para el préstamo del servicio, se tuvo en cuenta las tarifas de la empresa Gas Natural Fenosa. El costo del gas natural para el año 2016 ver Tabla 92., y la proyección del costo del gas natural ver Tabla 93.

**Tabla 92.** Costo gas natural área de producción 2016

MAQUINARIA O EQUIPO	UNIDADES	CONSUMO m <sup>3</sup> /hora	CONSUMO TOTAL m <sup>3</sup> /hora	HORAS LABORALES	CONSUMO m <sup>3</sup> (\$)	CONSUMO TOTAL DIARIO (\$)	COSTO ANUAL (\$)
Parrilla	2	0,465	0,93	8	2.902	21.591	6.736.000
Estufa con Horno	4	1,586	6,344	8	2.902	147.282	45.952.000

**Tabla 93.** Proyección costo gas natural área de producción

AÑO	2017 (\$)	2018 (\$)	2019 (\$)	2020 (\$)	2021 (\$)
Parrilla	7.100.000	7.324.000	7.551.000	7.781.000	8.018.000
Estufa con Horno	48.433.000	49.934.000	51.482.000	53.047.000	54.660.000
Total	55.533.000	57.258.000	59.033.000	60.828.000	62.678.000

- **Energía eléctrica.** En cuanto al servicio público de energía eléctrica se realizará un estimado del costo del consumo teniendo en cuenta la maquinaria y equipo que se alimenta en kW que se requieren para el préstamo del servicio, se tuvo en cuenta las tarifas de la empresa Codensa Grupo Enel. El costo de la energía eléctrica para el año 2016 ver Tabla 94., y la proyección del costo de energía eléctrica ver Tabla 95.

<sup>121</sup>SLIDESHARE. “Costos indirectos definición” Disponible en <<http://es.slideshare.net/lori6802/costos-directos-indirectos>> . [En línea]. [18 de Mayo de 2016].



**Tabla 94.** Costo energía eléctrica área de producción 2016

MAQUINARIA O EQUIPO	UNIDADES	CONSUMO KW/hora	CONSUMO TOTAL KW/hora	HORAS LABORALES	CONSUMO KW (\$/h)	CONSUMO TOTAL DIARIO (\$)	COSTO ANUAL (\$)
Licudora	1	0,35	0,35	8	496	1.387	433.000
Refrigerador y congelador	2	0,89	1,78	24	496	21.168	6.604.000
Campana extractora	1	0,5	0,5	8	496	1.982	618.000
Televisor	1	0,051	0,051	8	496	202	63.000

**Tabla 95.** Proyección costo energía eléctrica área de producción

COSTO ANUAL	2017 (\$)	2018 (\$)	2019 (\$)	2020 (\$)	2021 (\$)
Licudora	456.000	470.000	485.000	500.000	515.000
Refrigerador y congelador	6.961.000	7.181.000	7.404.000	7.629.000	7.858.000
Campana extractora	651.000	672.000	693.000	714.000	735.000
Televisor	66.000	68.000	70.000	72.000	74.000
Total	8.134.000	8.391.000	8.652.000	8.915.000	9.182.000

- **Acueducto y alcantarillado (Agua).** En cuanto al servicio público de acueducto y alcantarillado (agua), se realizará un estimado del costo del consumo teniendo en cuenta que se prestará un servicio aproximadamente a 400 personas al día (ver capacidad del proyecto para el año 2016, estudio técnico), además se debe tener en cuenta que hay un consumo aproximado de  $9m^3$  por preparación además de un cargo de  $1200m^3$  por concepto de aseo del área de producción también el costo de aseo y alcantarillado.

Se requieren para el préstamo del servicio  $4800m^3$ , además se tuvo en cuenta las tarifas de la empresa acueducto agua y alcantarillado de Bogotá. El costo de la agua para el año 2016 ver Tabla 96., y la proyección del costo de agua ver Tabla 97.

**Tabla 96.** Costo agua área de producción 2016

CONCEPTO	CONSUMO TOTAL $m^3$ /día	CONSUMO $m^3$ (\$)	CONSUMO TOTAL DIARIO (\$)	COSTO ANUAL (\$)
Agua	4800	4,176	20.000	6.240.000
Cargo fijo de agua			785	245.000
Alcantarillado			418	130.000
Aseo			520	162.000

**Tabla 97.** Proyección costo agua área de producción

COSTO ANUAL	2017	2018	2019	2020	2021
Agua (\$)	6.577.000	6.785.000	6.995.000	7.208.000	7.424.000
Total	6.577.000	6.785.000	6.995.000	7.208.000	7.424.000

**6.5.3.2 Arriendo.** Este costo hace referencia al costo generado por el pago de arrendamiento y pago de administración del local, donde se ubicará el restaurante Kalú, para el caso de los costos indirectos de fabricación se tiene en cuenta el porcentaje que ocupa el área de producción del mismo la cual corresponde al 21%, en la siguiente Tabla 98., se ilustrará la proyección de este costo de 2016 a 2021.

**Tabla 98.** Proyección costo arriendo área de producción (21%)

CONCEPTO	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Arriendo (\$)	3.255.000	3.430.770	3.539.000	3.649.000	3.760.000	3.873.000

En la siguiente Tabla 99., se ilustrará el total de los costos indirectos de fabricación los cuales son el costos total de los servicios públicos, el costo de arriendo, las depreciaciones de la maquinaria, equipo del área de producción además de las dotaciones de la MOD.

**Tabla 99.** Total costos indirectos de fabricación

CONCEPTO	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Servicios públicos (\$)	66.646.000	70.245.000	72.465.000	74.711.000	76.982.000	79.291.000
Dotación MOD (\$)	7.905.000	8.332.000	8.595.000	8.861.000	9.130.000	9.404.000
Arriendo (\$)	3.255.000	3.431.000	3.539.000	3.649.000	3.760.000	3.873.000
Depreciación (\$)		5.508.510	5.508.510	5.508.510	5.508.510	5.508.510
Total	77.806.000	87.516.510	90.107.510	92.729.510	95.380.510	98.076.510

El cálculo de este costo se realiza a través de la suma de los totales ya obtenidos en materia prima, mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación, de acuerdo a como se ilustra en la Tabla 100.

**Tabla 100.** Costos de producción anual

CONCEPTO	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Materia prima (\$)	804.598.000	877.574.000	936.861.000	999.708.000	1.066.240.000	1.136.827.000
MOD (\$)	240.352.000	253.331.000	261.336.000	269.438.000	277.629.000	285.958.000
CIF (\$)	77.806.000	87.516.510	90.107.510	92.729.510	95.380.510	98.076.510
Total	1.122.756.000	1.218.421.510	1.288.304.510	1.361.875.510	1.439.249.510	1.520.861.510

En la Tabla 101., se ilustra el costo unitario a partir de la relación de los costos indirectos de fabricación y la mano de obra directa.

**Tabla 101.** Proyección costos MOD y CIF anual/ unidad

CONCEPTO	2016	2017	2018	2019	2020	2021
(MOD+CIF) (\$)	318.158.000	340.847.510	351.443.510	362.167.510	373.009.510	384.034.510
Total unidades a producir	124800	129145	133648	138326	143178	148212
Costo total/ unidad	2.549	2.639	2.630	2.618	2.605	2.591

Al obtener el costo por unidad teniendo en cuenta el costo de MOD y los CIF, se le debe sumar el costo de materia prima (MP), y así se puede determinar el costo total unitario por plato, al igual que el costo de producción anual del restaurante. Ver Tablas 102., y 103.

**Tabla 102.** Costos de producción unitario entradas y platos fuertes

AÑO	CONCEPTO	PÍDEME	DO IT	HOT SPICY MEXICAN	MISS KALÚ	HINOJO	HUAMANTANGA	EL INTERNACIONAL	LA CABALLA
2016	Unidades a producir	7488	7488	7488	8736	8736	7488	6240	8736
	Costo de MP (\$)	2.310	4.697	13.904	14.289	7.744	18.755	9.152	12.144
	(MOD+CIF)*und (\$)	2.549	2.549	2.549	2.549	2.549	2.549	2.549	2.549
	Costo unitario (\$)	4.859	7.246	16.453	16.838	10.293	21.304	11.701	14.693
2017	Unidades a producir	7749	7749	7749	9040	9040	7749	6457	9040
	Costo de MP (\$)	2.379	4.838	14.321	14.718	7.976	19.318	9.427	12.508
	(MOD+CIF)*und (\$)	2.639	2.639	2.639	2.639	2.639	2.639	2.639	2.639
	Costo unitario (\$)	5.019	7.477	16.960	17.357	10.616	21.957	12.066	15.148
2018	Unidades a producir	8019	8019	8019	9355	9355	8019	6682	9355
	Costo de MP (\$)	2.451	4.983	14.751	15.159	8.216	19.897	9.709	12.884
	(MOD+CIF)*und (\$)	2.630	2.630	2.630	2.630	2.630	2.630	2.630	2.630
	Costo unitario (\$)	5.080	7.613	17.380	17.789	10.845	22.527	12.339	15.513
2019	Unidades a producir	8300	8300	8300	9682	9682	8300	6916	9682
	Costo de MP (\$)	2.530	5.145	15.230	15.652	8.483	20.544	10.025	13.302
	(MOD+CIF)*und (\$)	2.618	2.618	2.618	2.618	2.618	2.618	2.618	2.618
	Costo unitario (\$)	5.149	7.763	17.848	18.270	11.101	23.162	12.643	15.921
2020	Unidades a producir	8591	8591	8591	10022	10022	8591	7159	10022
	Costo de MP (\$)	2.613	5.312	15.725	16.161	8.758	21.212	10.351	13.735
	(MOD+CIF)*und (\$)	2.605	2.605	2.605	2.605	2.605	2.605	2.605	2.605
	Costo unitario (\$)	5.218	7.917	18.330	18.766	11.364	23.817	12.956	16.340
2021	Unidades a producir	8893	8893	8893	10374	10374	8893	7411	10374
	Costo de MP (\$)	2.697	5.485	16.236	16.686	9.043	21.901	10.687	14.181
	(MOD+CIF)*und (\$)	2.591	2.591	2.591	2.591	2.591	2.591	2.591	2.591
	Costo unitario (\$)	5.289	8.076	18.827	19.277	11.634	24.492	13.278	16.772

**Tabla 103.** Costos de producción unitario bebidas y postres

AÑO	CONCEPTO	HIERBABUENA	JUGO MANDARINA	LIMONADA DE COCO	JUGO DE GUANÁBANA	MIX FRUTOS SECOS	PARFAIT	BATIDO DE PROTEÍNAS
2016	Unidades a producir	9360	9360	9984	9360	8112	8112	8112
	Costo de MP (\$)	1.760	1.540	2.695	1.760	1.980	4.950	2.640
	(MOD+CIF)*und (\$)	2.549	2.549	2.549	2.549	2.549	2.549	2.549
	Costo unitario (\$)	4.309	4.089	5.244	4.309	4.529	7.499	5.189
2017	Unidades a producir	9686	9686	10332	9686	8394	8394	8394
	Costo de MP (\$)	1.813	1.586	2.776	1.813	2.039	5.099	2.719
	(MOD+CIF)*und (\$)	2.639	2.639	2.639	2.639	2.639	2.639	2.639
	Costo unitario (\$)	4.452	4.225	5.415	4.452	4.679	7.738	5.358
2018	Unidades a producir	10024	10024	10692	10024	8687	8687	8687
	Costo de MP (\$)	1.867	1.634	2.859	1.867	2.101	5.251	2.801
	(MOD+CIF)*und (\$)	2.630	2.630	2.630	2.630	2.630	2.630	2.630
	Costo unitario (\$)	4.497	4.263	5.489	4.497	4.730	7.881	5.430
2019	Unidades a producir	10375	10375	11066	10375	8991	8991	8991
	Costo de MP (\$)	1.928	1.687	2.952	1.928	2.169	5.422	2.892
	(MOD+CIF)*und (\$)	2.618	2.618	2.618	2.618	2.618	2.618	2.618
	Costo unitario (\$)	4.546	4.305	5.570	4.546	4.787	8.040	5.510
2020	Unidades a producir	10739	10739	11454	10739	9306	9306	9306
	Costo de MP (\$)	1.991	1.742	3.048	1.991	2.239	5.598	2.986
	(MOD+CIF)*und (\$)	2.605	2.605	2.605	2.605	2.605	2.605	2.605
	Costo unitario (\$)	4.596	4.347	5.653	4.596	4.845	8.204	5.591
2021	Unidades a producir	11117	11117	11857	11117	9633	9633	9633
	Costo de MP (\$)	2.055	1.798	3.147	2.055	2.312	5.780	3.083
	(MOD+CIF)*und (\$)	2.591	2.591	2.591	2.591	2.591	2.591	2.591
	Costo unitario (\$)	4.646	4.389	5.738	4.646	4.903	8.371	5.674

A continuación en la Tabla 104., se ilustra el costo de producción anual para el restaurante “Kalú”.

**Tabla 104.** Costos de producción por producto anual

PRODUCTO	2016 (\$)	2017 (\$)	2018 (\$)	2019 (\$)	2020 (\$)	2021 (\$)
Pídeme	36.386.760	38.888.838	40.738.921	42.732.909	44.825.922	47.031.396
Do It	54.260.616	57.940.607	61.045.982	64.434.672	68.018.589	71.819.616
Hot spicy Mexican	123.202.632	131.426.001	139.373.219	148.141.473	157.476.022	167.431.322
Miss KALÚ	147.099.764	156.906.667	166.414.416	176.891.024	188.070.600	199.978.502
Hinojo	89.922.644	95.964.863	101.457.127	107.478.276	113.885.170	120.691.769
Huamantanga	159.526.920	170.144.112	180.642.409	192.245.057	204.609.509	217.807.382
El internacional	73.016.380	77.909.014	82.449.046	87.439.874	92.751.544	98.405.000
La caballa	128.361.044	136.934.143	145.125.893	154.142.308	163.757.728	173.993.775
Hierbabuena	40.335.450	43.122.674	45.075.967	47.165.628	49.353.635	51.653.266
Jugo Mandarina	38.276.250	40.927.826	42.736.386	44.665.425	46.681.606	48.797.287
Limonada de coco	52.359.520	55.948.939	58.685.671	61.640.544	64.751.797	68.037.415
Jugo de Guanábana	40.335.450	43.122.674	45.075.967	47.165.628	49.353.635	51.653.266
Mix frutos secos	36.742.030	39.272.690	41.091.268	43.040.529	45.083.418	47.232.846
Parfait	60.834.670	64.950.775	68.462.902	72.290.737	76.342.345	80.641.781
Batido de proteínas	42.095.950	44.978.931	47.173.854	49.540.575	52.029.846	54.657.054
<b>Total</b>	<b>1.122.756.080</b>	<b>1.198.438.753</b>	<b>1.265.549.029</b>	<b>1.339.014.660</b>	<b>1.416.991.365</b>	<b>1.499.831.676</b>

## 6.6 PRECIO DE VENTAS E INGRESOS

Para calcular el precio de venta, de cada producto se toma el costo de producción unitario y un margen de utilidad esperado, ver Ecuación 9., para el restaurante “Kalú”, se decidió tomar un margen de utilidad por producto ver Tabla 105.

### Ecuación 9. Precio de venta

$$\text{Precio de Venta} = \frac{\text{Costo de producción}}{1 - \% \text{ de utilidad}}$$

**Tabla 105.** Margen de utilidad esperado

PRODUCTO	MARGEN DE UTILIDAD
Pídeme	50%
Do It	10%
Hot spicy Mexican	10%
Miss KALÚ	30%
Hinojo	60%
Huamantanga	20%
El internacional	50%
La caballa	40%
Hierbabuena	15%
Jugo Mandarina	15%
Limonada de coco	25%
Jugo de Guanábana	15%
Mix frutos secos	7%
Parfait	10%
Batido de proteínas	15%

A continuación en la Tabla 106., se ilustrará el precio de venta para los años 2016 a 2021.

**Tabla 106.** Precio de venta años

PRODUCTO	2017 (\$)	2018 (\$)	2019 (\$)	2020 (\$)	2021 (\$)
Pídeme	10.037	10.161	10.297	10.436	10.577
Do It	8.308	8.459	8.626	8.797	8.973
Hot spicy Mexican	18.845	19.312	19.832	20.367	20.919
Miss KALÚ	24.796	25.413	26.100	26.808	27.538
Hinojo	26.539	27.113	27.752	28.409	29.085
Huamantanga	27.446	28.158	28.953	29.771	30.615
El internacional	24.132	24.678	25.286	25.912	26.556
La caballa	25.246	25.855	26.534	27.233	27.954
Hierbabuena	5.238	5.290	5.348	5.407	5.466
Jugo Mandarina	4.971	5.016	5.065	5.114	5.164
Limonada de coco	7.220	7.318	7.427	7.538	7.651
Jugo de Guanábana	5.238	5.290	5.348	5.407	5.466
Mix frutos secos	4.870	5.086	5.147	5.209	5.272
Parfait	8.333	8.757	8.934	9.115	9.302
Batido de proteínas	6.105	6.389	6.482	6.578	6.675

Al obtener el precio de venta de los diferentes platos se procede a determinar la totalidad de los ingresos según las ventas anuales proyectadas. Ver Tabla 107.



**Tabla 107. Ingresos totales años**

PRODUCTO	2017 (\$)	2018 (\$)	2019 (\$)	2020 (\$)	2021 (\$)
Pídeme	77.777.676	81.477.842	85.465.818	89.651.843	94.062.792
Do It	64.378.452	67.828.869	71.594.080	75.576.210	79.799.573
Hot spicy Mexican	146.028.890	154.859.132	164.601.637	174.973.358	186.034.802
Miss KALÚ	224.152.381	237.734.880	252.701.463	268.672.285	285.683.575
Hinojo	239.912.156	253.642.817	268.695.689	284.712.924	301.729.422
Huamantanga	212.680.140	225.803.011	240.306.321	255.761.886	272.259.227
El internacional	155.818.027	164.898.092	174.879.748	185.503.088	196.810.000
La caballa	228.223.571	241.876.488	256.903.847	272.929.546	289.989.624
Hierbabuena	50.732.558	53.030.550	55.488.975	58.063.100	60.768.548
Jugo Mandarina	48.150.384	50.278.101	52.547.559	54.919.537	57.408.573
Limonada de coco	74.598.585	78.247.562	82.187.392	86.335.729	90.716.554
Jugo de Guanábana	50.732.558	53.030.550	55.488.975	58.063.100	60.768.548
Mix frutos secos	40.880.973	44.184.160	46.280.139	48.476.793	50.788.006
Jugo de Guanábana	69.943.872	76.069.891	80.323.041	84.824.828	89.601.979
Batido de proteínas	51.246.288	55.498.651	58.283.030	61.211.584	64.302.416
Total	1.735.256.511	1.838.460.596	1.945.747.712	2.059.675.812	2.180.723.641

## 6.7 GASTOS

Se denomina gasto a la partida contable de dinero que cierta y directamente disminuye el beneficio, o en su defecto, aumenta la pérdida.<sup>122</sup>

**6.7.1 Gatos administrativos.** “Se denominan gastos de administración a aquellos contraídos en el control y la dirección de una organización, pero no directamente identificables con la financiación, la comercialización, o las operaciones de producción.

Los salarios de los altos ejecutivos y los costes de los servicios generales (tales como contabilidad, contratación y relaciones laborales) se incluyen en esta rúbrica”.<sup>123</sup>

**6.7.1.1 Gastos mano de obra.** “Los costos de mano de obra indirecta se refieren a los salarios pagados a los trabajadores que realizan tareas que no contribuyen directamente con la producción de bienes o la prestación de servicios”.<sup>124</sup> Ver Tabla 108.

---

<sup>122</sup>DEFINICIÓN ABC. “Definición gastos” Disponible en <<http://www.definicionabc.com/general/gastos.php> > [En línea]. [18 de Mayo de 2016].

<sup>123</sup>ENCICLOPEDIA FINANCIERA. “Gastos de administración” Disponible en <<http://www.encyclopediainanciera.com/definicion-gastos-de-administracion.html>> [En línea]. [18 de Mayo de 2016].

<sup>124</sup> LAVOZ. “Mano de obra indirecta definición”. Disponible en <<http://pyme.lavoztx.com/qu-es-el-costo-de-mano-de-obra-indirecta-12844.html>> [En línea]. [18 de Mayo de 2016].

**Tabla 108.** Proyección sueldo mano de obra administrativa

CARGO	NÚMERO DE CARGOS	SUELDO 2016 (\$)	SUELDO 2017 (\$)	SUELDO 2018 (\$)	SUELDO 2019 (\$)	SUELDO 2020 (\$)	SUELDO 2021 (\$)
Gerente	1	38.316.000	40.385.000	41.661.000	42.952.000	44.258.000	45.586.000
Total		38.316.000	40.385.000	41.661.000	42.952.000	44.258.000	45.586.000

El total del salario de la mano de obra administrativa se calculó con base en el sueldo de la Tabla 108., siendo así el cálculo total real se pueden ver en el capítulo administrativo, en la sección estructura salarial en las páginas (200 a 207), y la proyección de los mismos en el anexo O.

El gasto total de la mano de obra administrativa en el restaurante fitness Kalú, se ilustra en la Tabla 109.

**Tabla 109.** Costo total mano de obra administrativa

CARGO	NÚMERO DE CARGOS	SALARIO 2016 (\$)	SALARIO 2017 (\$)	SALARIO 2018 (\$)	SALARIO 2020 (\$)	SALARIO 2019 (\$)	SALARIO 2021 (\$)
Gerente	1	55.112.000	58.088.000	59.924.000	61.782.000	63.660.000	65.570.000
Total		55.112.000	58.088.000	59.924.000	61.782.000	63.660.000	65.570.000

**6.7.1.2 Servicios públicos área administrativa.** A continuación se realiza una estimación de los costos de servicios públicos para el área administrativa, de acuerdo a distribución de espacios del restaurante “Kalú”.

- **Energía eléctrica.** Para el área administrativa el costo de la energía eléctrica para el año 2016 ver Tabla 110., y la proyección del costo de energía eléctrica ver Tabla 111.

**Tabla 110.** Costo energía eléctrica área administrativa 2016

MAQUINARIA O EQUIPO	UNIDADES	CONSUMO KW/hora	CONSUMO TOTAL KW/hora	HORAS LABORALES	CONSUMO KW (\$/h)	CONSUMO TOTAL DIARIO (\$)	COSTO ANUAL (\$)
Computador todo en uno	1	0,07	0,07	8	495,50	277,48	87.000
Impresora	1	0,017	0,017	8	495,50	67,39	21.000
Teléfono	1	0,025	0,025	8	495,50	99,10	31.000

**Tabla 111.** Proyección costo energía eléctrica área administrativa

COSTO ANUAL	2017 (\$)	2018 (\$)	2019 (\$)	2020 (\$)	2021 (\$)
Computador todo en uno	92.000	95.000	98.000	101.000	104.000
Impresora	22.000	23.000	24.000	25.000	26.000
Teléfono	33.000	34.000	35.000	36.000	37.000
Total	147.000	152.000	157.000	162.000	167.000

- **Acueducto y alcantarillado (Agua).** En cuanto al servicio público de acueducto y alcantarillado (agua), para el área administrativa se realizará un estimado del costo del consumo teniendo en cuenta que se prestará este servicio a 22 personas que hacen parte del personal de la empresa, además se debe tener en cuenta que hay un consumo aproximado de  $3m^3$  por persona además de un cargo de  $285m^3$  por concepto de aseo del área también el costo de aseo y alcantarillado.

Se requieren para el préstamo del servicio  $351m^3$ , además se tuvo en cuenta las tarifas de la empresa acueducto agua y alcantarillado de Bogotá. El costo de la agua para el año 2016 ver Tabla 112., y la proyección del costo de agua ver Tabla 113.

**Tabla 112.** Costo agua área administrativa 2016

CONCEPTO	CONSUMO TOTAL $m^3$ /día	CONSUMO $m^3$ (\$)	CONSUMO TOTAL DIARIO (\$)	COSTO ANUAL (\$)
Agua	351	4,176	1.000	312.000
Cargo fijo de agua			785	245.000
Alcantarillado			418	130.000
Aseo			520	162.000

**Tabla 113.** Proyección costo agua área administrativa

COSTO ANUAL	2017	2018	2019	2020	2021
Agua (\$)	329.000	339.000	350.000	361.000	372.000
Cargo fijo de agua (\$)	258.000	266.000	274.000	282.000	290.000
Alcantarillado (\$)	137.000	141.000	145.000	149.000	153.000
Aseo (\$)	171.000	176.000	181.000	187.000	193.000
Total	895.000	922.000	950.000	979.000	1.008.000

**6.7.1.3 Arriendo área administrativa.** Este costo hace referencia al costo generado por el pago de arrendamiento y pago de administración del local, para el área administrativa se tiene en cuenta el 15% del área total del local, en la siguiente Tabla 114., se ilustrará la proyección de este costo de 2016 a 2021.

**Tabla 114.** Proyección costo arriendo área administrativa (15%)

CONCEPTO	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Arriendo (\$)	2.325.000	2.450.550	2.528.000	2.606.000	2.685.000	2.766.000

En la Tabla 115., se ilustra el total de gastos para el área de administración.

**Tabla 115.** Total gastos administrativos

CONCEPTO	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Mano de obra administrativa (\$)	55.112.000	58.088.000	59.924.000	61.782.000	63.660.000	65.570.000
Servicios Públicos y arriendo (\$)	3.313.000	3.492.000	3.602.000	3.713.000	3.826.000	3.941.000
Internet y Telefonía (\$)	623.000	657.000	677.000	698.000	719.000	741.000
Honorarios Contador y Auxiliar limpieza (\$)	14.273.000	15.044.000	15.504.000	15.985.000	16.471.000	16.965.000
Amortización diferida (\$)		1.959.600	1.959.600	1.959.600	1.959.600	1.959.600
Depreciación (\$)		898.660	898.660	898.660	898.660	898.660
Total	73.321.000	80.139.260	82.565.260	85.036.260	87.534.260	90.075.260

**6.7.2 Gastos de ventas.** Son los gastos relacionados con la preparación y almacenamiento de los artículos para la Venta, la promoción de ventas, los Gastos en que se incurre al realizar las ventas.<sup>125</sup>

Para la organización Kalú los cargos de ventas son aquellos que tienen contacto directo con el cliente, Ver Tabla 116.

**Tabla 116.** Proyección sueldo mano de obra ventas

CARGO	NÚMERO DE CARGOS	SUELDO 2016 (\$)	SUELDO 2017 (\$)	SUELDO 2018 (\$)	SUELDO 2019 (\$)	SUELDO 2020 (\$)	SUELDO 2021 (\$)
Auxiliar de Caja	1	23.808.000	25.094.000	25.887.000	26.689.000	27.500.000	28.325.000
Hostess	1	24.024.000	25.321.000	26.121.000	26.931.000	27.750.000	28.583.000
Jefe de meseros	1	24.024.000	25.321.000	26.121.000	26.931.000	27.750.000	28.583.000
Meseros	6	17.460.000	18.403.000	18.985.000	19.574.000	20.169.000	20.774.000
Garroteros	2	13.092.000	13.799.000	14.235.000	14.676.000	15.122.000	15.576.000
<b>Total</b>		<b>78.600.000</b>	<b>82.844.000</b>	<b>85.462.000</b>	<b>88.112.000</b>	<b>90.791.000</b>	<b>93.516.000</b>

El total del salario de la mano de obra de ventas se calculó con base en el sueldo de la Tabla 116., siendo así el cálculo total real se pueden ver en el capítulo administrativo, en la sección estructura salarial en las páginas (200 a 207), y la proyección de los mismos en el anexo O.

El gasto total de la mano de obra de ventas en el restaurante Fitness Kalú, se ilustra en la Tabla 117.

<sup>125</sup> ECO FINANZAS. "Definición gastos de ventas". Disponible en <[http://www.eco-finanzas.com/diccionario/G/GASTOS\\_DE\\_VENTA.htm](http://www.eco-finanzas.com/diccionario/G/GASTOS_DE_VENTA.htm)> [En línea]. [18 de Mayo de 2016].

**Tabla 117.** Costo total mano de obra ventas

CARGO	NÚMERO DE CARGOS	SALARIO 2016 (\$)	SALARIO 2017 (\$)	SALARIO 2018 (\$)	SALARIO 2020 (\$)	SALARIO 2019 (\$)	SALARIO 2021 (\$)
Auxiliar Caja	1	34.068.000	35.908.000	37.043.000	38.191.000	39.352.000	40.533.000
Hostess	1	34.383.000	36.240.000	37.385.000	38.544.000	39.716.000	40.907.000
Jefe de meseros	1	34.383.000	36.240.000	37.385.000	38.544.000	39.716.000	40.907.000
Meseros	6	149.940.000	158.037.000	163.031.000	168.085.000	173.195.000	178.391.000
Garroteros	2	37.408.000	39.428.000	40.674.000	41.935.000	43.210.000	44.506.000
Total		290.182.000	305.853.000	315.518.000	325.299.000	335.189.000	345.244.000

**6.7.2.1 Servicios públicos área de ventas.** A continuación se realiza una estimación de los costos de servicios públicos para el área de ventas, de acuerdo a distribución de espacios del restaurante “Kalú”.

- **Energía eléctrica.** Para el área ventas el costo de la energía eléctrica para el año 2016 ver Tabla 118 y la proyección del costo de energía eléctrica ver Tabla 119.

**Tabla 118.** Costo energía eléctrica área de ventas 2016

MAQUINARIA O EQUIPO	UNIDADES	CONSUMO KW/hora	CONSUMO TOTAL KW/hora	HORAS LABORALES	CONSUMO KW (\$/h)	CONSUMO TOTAL DIARIO (\$)	COSTO ANUAL (\$)
Caja registradora	1	0,035	0,035	8	495,50	138,74	43.000
Tableta Azpen	6	0,01	0,06	8	495,50	237,84	74.000
Computador todo en uno	1	0,07	0,07	8	495,50	277,48	87.000
Teléfono	1	0,025	0,025	8	495,50	99,10	31.000

**Tabla 119.** Proyección costo energía eléctrica

<b>COSTO ANUAL</b>	<b>2017 (\$)</b>	<b>2018 (\$)</b>	<b>2019 (\$)</b>	<b>2020 (\$)</b>	<b>2021 (\$)</b>
Caja registradora	45.000	46.000	47.000	48.000	49.000
Tableta Azpen	78.000	80.000	82.000	84.000	87.000
Computador todo en uno	92.000	95.000	98.000	101.000	104.000
Teléfono	33.000	34.000	35.000	36.000	37.000
<b>Total</b>	<b>248.000</b>	<b>255.000</b>	<b>262.000</b>	<b>269.000</b>	<b>277.000</b>

- **Acueducto y alcantarillado (Agua).** En cuanto al servicio público de acueducto y alcantarillado (agua), para el área de ventas se realizará un estimado del costo del consumo teniendo en cuenta que se prestará este servicio a 122 personas aproximadamente, además se debe tener en cuenta que hay un consumo aproximado de  $3m^3$  por persona además de un cargo de  $570m^3$  por concepto de aseo del área también el costo de aseo y alcantarillado.

Se requieren para el préstamo del servicio  $936m^3$ , además se tuvo en cuenta las tarifas de la empresa acueducto agua y alcantarillado de Bogotá. El costo de la agua para el año 2016 ver Tabla 120., y la proyección del costo de agua ver Tabla 121.



**Tabla 120.** Costo agua área de ventas 2016

CONCEPTO	CONSUMO TOTAL m <sup>3</sup> /día	CONSUMO m <sup>3</sup> (\$)	CONSUMO TOTAL DIARIO (\$)	COSTO ANUAL (\$)
Agua	936	4,176	4.000	1.248.000
Cargo fijo de agua			785	245.000
Alcantarillado			418	130.000
Aseo			520	162.000

**Tabla 121.** Proyección costo agua área de ventas

AÑO	2017	2018	2019	2020	2021
Agua (\$)	1.315.000	1.355.000	1.397.000	1.439.000	1.482.000
Total	1.315.000	1.355.000	1.397.000	1.439.000	1.482.000

**6.7.2.2 Arriendo área de ventas.** Este costo hace referencia al costo generado por el pago de arrendamiento y pago de administración del local, para el área de ventas se tiene en cuenta el 64% del área total del local, en la siguiente Tabla 122., se ilustrará la proyección de este costo de 2016 a 2021.

**Tabla 122.** Proyección costo arriendo área de ventas (64%)

CONCEPTO	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Arriendo (\$)	9.920.000	10.455.680	10.776.000	11.110.000	11.448.000	11.791.000

En la Tabla 123., se ilustra el total de gastos para el área de ventas.

**Tabla 123.** Total gastos ventas

CONCEPTO	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Mano de obra ventas (\$)	290.182.000	305.853.000	315.518.000	325.299.000	335.189.000	345.244.000
Dotación mano de obra ventas (\$)	12.518.000	13.194.000	13.611.000	14.033.000	14.460.000	14.894.000
Servicios Públicos y arriendo (\$)	11.403.000	12.019.000	12.387.000	12.771.000	13.159.000	13.553.000
Depreciación (\$)		2.750.031	2.750.031	2.750.031	2.750.031	2.750.031
Total	314.103.000	333.816.031	344.266.031	354.853.031	365.558.031	376.441.031

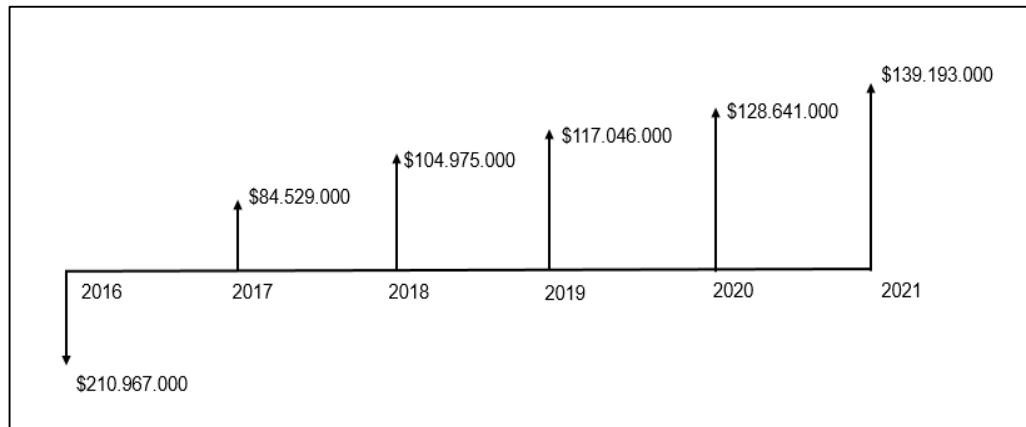
## 6.8 FLUJO DE CAJA

El flujo de caja es la variación de entradas y salidas de caja o efectivo, en un período dado para una empresa. También es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa, este se analiza a través del Estado de Flujo de Caja.

Su objetivo principal es proveer información relevante sobre los ingresos y egresos de efectivo de una empresa durante un período de tiempo. Es un estado financiero dinámico y acumulativo.<sup>126</sup>

A continuación se presenta el flujo neto de caja para los años proyectados, ver Gráfico 32., y Tabla 124.

**Gráfico 32.** Flujo de caja



<sup>126</sup>ECONOMÍA Y NEGOCIOS EL MUNDO. “Definición flujo de caja”. Disponible en <<http://www.elmundo.com.ve/diccionario/fianza.aspx> > [En línea]. [06 de junio de 2016].

**Tabla 124.** Flujo de caja

<b>Estado de Resultados</b>						
<b>CONCEPTO</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
Ventas (\$)		1.735.257.000	1.838.461.000	1.945.748.000	2.059.676.000	2.180.724.000
(-) Costo de ventas (\$)		1.218.422.000	1.288.305.000	1.361.876.000	1.439.250.000	1.520.862.000
<b>Utilidad bruta (\$)</b>		516.835.000	550.156.000	583.872.000	620.426.000	659.862.000
Gastos administrativos (\$)		80.139.000	82.565.000	85.036.000	87.534.000	90.075.000
Gastos de ventas (\$)		333.816.000	344.266.000	354.853.000	365.558.000	376.441.000
(-) Total gastos (\$)		413.955.000	426.831.000	439.889.000	453.092.000	466.516.000
<b>Utilidad operacional (\$)</b>		102.880.000	123.325.000	143.983.000	167.334.000	193.346.000
(-) Intereses crédito (\$)		10.074.000	8.409.000	6.585.000	4.587.000	2.398.000
<b>Utilidades antes de impuestos (\$)</b>		92.806.000	114.916.000	137.398.000	162.747.000	190.948.000
(-) Impuesto 25 % (\$)				8.587.000	20.343.000	35.803.000
<b>Utilidad neta (\$)</b>		92.806.000	114.916.000	128.811.000	142.404.000	155.145.000
<b>Flujo Caja</b>						
Utilidad neta (\$)		92.806.000	114.916.000	128.811.000	142.404.000	155.145.000
(+) Depreciaciones		9.157.000	9.157.000	9.157.000	9.157.000	9.157.000
(-) Abono a crédito (\$)		17.434.000	19.098.000	20.922.000	22.920.000	25.109.000
(-) Inversiones (\$)	210.967.000					
<b>Total flujo neto de caja (\$)</b>	<b>- 210.967.000</b>	84.529.000	104.975.000	117.046.000	128.641.000	139.193.000

## 6.9 EVALUACIÓN DE INDICADORES

La evaluación de los indicadores financieros es la que permite determinar la rentabilidad del proyecto, puesto que estos indicadores son herramientas utilizadas para medir la capacidad de endeudamiento, la rentabilidad, la viabilidad y la estabilidad para el presente proyecto.

**6.9.1 Tasa interna de oportunidad (TIO).** La TIO es la tasa mínima que se utiliza para determinar el valor actual neto de los flujos futuros de caja del proyecto y es la rentabilidad mínima que se le debe exigir el proyecto para tomar la decisión de no invertir en un uso alternativo de los recursos o en otro proyecto.

La TIO, sería la tasa de interés que se está ganando en el sitio donde se tiene depositado el capital (DTF) ver Tabla 125., más el costo de la inflación (IPC 2016), más la tasa mínima a que aspira el inversor o empresario.<sup>127</sup> Ver Tabla 126., tasa interna de oportunidad.

**Tabla 125. DTF**

VIGENCIA DESDE	VIGENCIA HASTA	DTF (%)
30/05/2016	05/06/2016	6,97%
23/05/2016	29/05/2016	7,01%
16/05/2016	22/05/2016	6,74%
09/05/2016	15/05/2016	6,52%
02/05/2016	08/05/2016	6,54%
25/04/2016	01/05/2016	6,97%
18/04/2016	24/04/2016	6,49%
11/04/2016	17/04/2016	6,47%
04/04/2016	10/04/2016	6,48%
28/03/2016	03/04/2016	6,37%

**Fuente:** <http://www.banrep.gov.co/es/df> (Consultado 06/06/2016)

**Tabla 126. Tasa interna de oportunidad**

CONCEPTO	PORCENTAJE (%)
Promedio DTF	6,66%
IPC 2016	3,00%
% SOCIOS	3%
TIO	12,66%

<sup>127</sup> FINANZAS INTERNACIONALES. "Cómo saber si la inversión a efectuar es rentable". Disponible en <<http://manejatusfinanzas.blogspot.com.co/p/evaluacion-de-la-inversion.html>> [En línea]. [06 de junio de 2016].

**6.9.2 Valor prestén neto (VPN).** “Es la fórmula financiera que permite saber cuánto se puede llegar a ganar o perder en algunos momentos dados, si se decide hacer una inversión durante un tiempo y a un costo de oportunidad estimado.”<sup>128</sup> Ver Ecuación 10.

**Ecuación 10.** Valor presente neto

$$VPN = -A + \frac{FNE1}{(1+i)^1} + \frac{FNE2}{(1+i)^2} + \frac{FNE3}{(1+i)^3} + \frac{FNE4}{(1+i)^4} + \frac{FNE5}{(1+i)^5}$$

**Donde,**

A= Inversión inicial

FNE= Flujo neto de efectivo

i= Tasa de interés (TIO)

$$VPN = -210.967.000 + \frac{84.529.000}{(1+12,66\%)^1} + \frac{104.975.000}{(1+12,66\%)^2} + \frac{117.046.000}{(1+12,66\%)^3} + \frac{128.641.000}{(1+12,66\%)^4} + \frac{139.193.000}{(1+12,66\%)^5}$$

$$VPN = \$185.219.000$$

Una vez obtenido el resultado del VPN se puede observar que es un valor positivo por lo tanto es viable la inversión, conviene hacer el proyecto, este es factible.

**6.9.3 Tasa interna de retorno (TIR).** “Es otra herramienta financiera que ayuda a hallar la posible rentabilidad de un proyecto o plan de negocios, en función de lo que se obtendrá en un periodo de tiempo si se invierte una determinada cantidad de dinero.

En primer lugar, es importante precisar, que para determinar la TIR, se tiene una inversión en un año 0 (cero), y unos ingresos en años futuros, lo que nos lleva de una vez a pensar que la TIR va unida al VPN al momento de evaluar.”<sup>129</sup> Por lo tanto se calcula el VPN con una tasa de interés (TIR) que haga que el resultado del VPN se acerque a \$0.

<sup>128</sup> FINANZAS INTERNACIONALES. “Cómo saber si la inversión a efectuar es rentable”. Disponible en <<http://manejatusfinanzas.blogspot.com.co/p/evaluacion-de-la-inversion.html>> [En línea]. [06 de junio de 2016].

<sup>129</sup> *Ibíd.*

$$\begin{aligned}
 VPN = & -210.967.000 + \frac{84.529.000}{(1 + 41,275\%)^1} + \frac{104.975.000}{(1 + 41,275\%)^2} + \frac{117.046.000}{(1 + 41,275\%)^3} \\
 & + \frac{128.641.000}{(1 + 41,275\%)^4} + \frac{139.193.000}{(1 + 41,275\%)^5} \\
 & VPN = \$535 \cong 0
 \end{aligned}$$

La tasa interna de retorno es mayor que la tasa interna de oportunidad lo que indica que es un proyecto rentable.

TIR	>	TIO
41,275%	>	12,66%

**6.9.4 Periodo de recuperación de la Inversión (PRI).** “Mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo pues permite anticipar los eventos en el corto plazo. Es importante anotar que este indicador es un instrumento financiero que al igual que el Valor Presente Neto y la Tasa Interna de Retorno permite optimizar el proceso de toma de decisiones”.<sup>130</sup> Ver Ecuación 11.

**Ecuación 11. PRI**

$$PRI = a + \frac{(b - c)}{d}$$

Donde,

a= Año inmediatamente anterior en el que se recupera la inversión

b= Inversión inicial

c= Flujo de efectivo acumulado de año inmediato anterior en el que se recupera la inversión

d= flujo de efectivo del año en el que se recupera la inversión

$$PRI = 1 + \frac{(210.967.000 - 104.975.000)}{117.046.000} = 2,91$$

<sup>130</sup>SCRIBD. “Definición PRI”. Disponible en <<https://es.scribd.com/doc/94529157/PRI-TIR-VPN>> [En línea]. [06 de junio de 2016].

El resultado del PRI indica que para el presente proyecto el tiempo que se recuperara el total de la inversión equivale a dos (2) años, diez (10) meses y veintiocho (28) días.

**6.9.5 Relación Beneficio costo (B/C).** La relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada peso que se sacrifica en el proyecto. La relación beneficio/costo es un indicador que mide el grado de desarrollo y bienestar que un proyecto puede generar a una comunidad.<sup>131</sup> Ver Ecuación 12.

**Ecuación 12.** Relación Costo/beneficio

$$\text{Relación } \frac{B}{C} = \frac{\sum VPI}{\sum VPE}$$

Donde,

$\sum VPI$  = sumatoria de los ingresos en valor presente.

$\sum VPE$  = sumatoria de los egresos en valor presente.

$i = 24,66\%$

$$\begin{aligned} \sum VPI &= \frac{1.735.257.000}{(1 + 12,66\%)^1} + \frac{1.838.461.000}{(1 + 12,66\%)^2} + \frac{1.945.748.000}{(1 + 12,66\%)^3} \\ &+ \frac{2.059.676.000}{(1 + 12,66\%)^4} + \frac{2.180.724.000}{(1 + 12,66\%)^5} \\ VPN &= \$6.830.326.980 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \sum VPE &= \frac{1.659.885.000}{(1 + 24,66\%)^1} + \frac{1.742.643.000}{(1 + 24,66\%)^2} + \frac{1.837.859.000}{(1 + 12,66\%)^3} \\ &+ \frac{1.940.192.000}{(1 + 12,66\%)^4} + \frac{2.050.688.000}{(1 + 12,66\%)^5} \\ VPN &= \$6.466.620.892 \end{aligned}$$

<sup>131</sup>PYMES FUTURO. “Definición C/B”. Disponible en <http://www.pymesfuturo.com/costobeneficio.htm> [En línea]. [06 de junio de 2016].

$$\text{Relación } \frac{B}{C} = \frac{\$6.830.326.980}{\$6.466.620.892} = 1,056$$

El resultado de la relación beneficio costo del proyecto es mayor a 1, lo que significa que el negocio es viable, debido a que los beneficios son mayores a los costos del proyecto obteniendo 0,056 pesos por cada peso invertido.



## 7. CONCLUSIONES

- En Colombia, el sector de restaurantes es una actividad en crecimiento, siendo Bogotá D.C. una ciudad cosmopolita a nivel gastronómico, convirtiéndola como la ciudad más apetecida para invertir en restaurantes, debido al desarrollo, centro de negocios y turismo que presenta la capital.
- El mercado de restaurantes de comida saludable, existe una demanda insatisfecha, suficiente para dar paso a la creación de un restaurante que ofrezca un menú de comida Fitness, llevando acabo la inclusión no solo a nivel de alimentos saludables si no laboral, puesto que el restaurante “Kalú” contrataría personas con discapacidad visual aptas para laborar, siendo así una oportunidad y fortaleza para el presente proyecto.
- El estudio técnico dio como resultado una capacidad total de 80 comensales que se ubicaran en 20 mesas durante un servicio, teniendo en cuenta que el restaurante está en capacidad de brindar 5 servicios al día, brindando un menú Fitness que con 15 platos diferentes.
- El restaurante “Kalú” tendrá una nómina de 19 personas como cuerpo de trabajo, de las cuales 2 se contratarán por tercerización y los 17 restantes con contrato directo bajo las exigencias de la Ley Colombiana.
- La organización “Kalú” ha decidido formalizarse como una sociedad por acciones simplificadas (S.A.S), debido a los beneficios que esta sociedad ofrece, tales como, se conforma por uno o más socios, se constituye a través de un documento privado, su objetivo social es indeterminado, el tiempo de duración es a término indefinido, limitación de responsabilidad por obligaciones fiscales o laborales, libre de organización, no se obliga a revisión fiscal ni junta directiva y elimina limites sobre distribución de utilidades.
- La inversión inicial necesaria para este proyecto es de \$210.967.000, el 50% será por parte de un inversionista, y el 50% restante tendrá financiamiento bancario el cual se solicitará como un crédito empresarial, a un banco privado el cual prestará el dinero a una tasa del 9,55% EA; este, es gestionado a través de la entidad Bancóldex, el cual a través de la Línea de crédito para empresas de personas en condición de discapacidad ofrece una tasa de interés 4,55% + 5% de intermediación financiera a través de Bancolombia con un periodo de 5 años.

- El proyecto cuenta con una tasa interna de oportunidad (TIO) del 12,66%, un valor presente neto (VPN) de \$185.219.000 que indica la viabilidad del proyecto, una tasa interna de retorno (TIR) de 41,275% que indica la rentabilidad del proyecto, además el periodo de recuperación de la inversión (PRI), es de dos años, diez meses y veintiocho días, la relación beneficio costo es de 1,056 lo que confirma la viabilidad del proyecto.

## **8. RECOMENDACIONES**

- Se recomienda utilizar la estrategia de diversificación conglomerada y horizontal, como lo es un gimnasio, con el fin de fortalecer la marca Kalú.
- Con el fin de garantizar y promover la calidad, la seguridad industrial y el medio ambiente, se recomienda una futura certificación HSEQ (Sistemas de gestión integrados) para que la organización sea reconocida, aumente su productividad y minimice pérdidas.
- Se debe mantener las redes sociales actualizadas, con el fin de fidelizar al cliente y mantener innovada la organización.
- Se recomienda entregar a los clientes un souvenir por cuenta de la casa, con el fin de utilizar una estrategia que recordación al cliente, para que se fidelice con el restaurante Kalú.

## BIBLIOGRAFÍA

ACOPI, Se creció la industria del “Fitness” en Colombia. Bogotá D.C., 2014. Disponible en la dirección <<http://acopivalle.com.co/se-crecio-la-industria-del-fitness-en-colombia/>>. [En línea]. [14 de febrero de 2016].

ALCALDÍA BOGOTÁ. “Régimen legal de Bogotá D.C.”. Disponible en <<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/norma1.jsp?i=3337>> [En línea]. [21 de abril de 2016].

ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ. “Alta Consejería Distrital de TIC (Bogotá cuenta con)”. Disponible en <<http://tic.bogota.gov.co/#>>. [En línea]. [21 de febrero de 2016].

ANDERSON SWEENEY, Williams Camm Martin, Métodos cuantitativos para los negocios. 11<sup>a</sup>.ed, 2011.

ANLA (AUTORIDAD NACIONAL DE LICENCIAS AMBIENTALES). “Licencia Ambiental Subdirección de Evaluación y Seguimiento”. Disponible en <<http://www.anla.gov.co/licencia-ambiental-subdireccion-evaluacion-y-seguimiento>> [En línea]. [21 de abril de 2016].

ARIAS, Fidas G. El proyecto de investigación. Introducción a la metodología científica, 5ta edición. 2006.

ARQHYS. “Historia de los restaurantes”. Disponible en <<http://www.arqhys.com/contenidos/restaurantes-historia.html>>. [En línea]. [10 de febrero de 2016].

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE ERGONOMÍA. “¿Qué es la ergonomía?”. Disponible en <<http://www.ergonomos.es/ergonomia.php>>. [En línea]. [4 de abril de 2016].

ATALLA Regina. Leyes Aprobadas. Bogotá D.C.: Comité de Derechos Económicos, Sociales y Culturales. América Latina, 2015.

B+STUDIO!. “Que es la Comida Gourmet”. Bogotá D.C., 2015. Disponible en la dirección <<http://www.bmascreativos.com/que-es-la-comida-gourmet/>> [En línea]. [20 de Marzo de 2016].

BOGOTÁ CÓMO VAMOS. “Localidades”. <<http://www.bogotacomovamos.org/localidades>> [En línea]. [10 de Marzo de 2016].

BOGOTÁ EMPRENDE. “Crédito financiero para creadores de empresa”. Disponible en <[www.bogotaemprende.com/contenido/contenido.as?conID=4065&catID=773](http://www.bogotaemprende.com/contenido/contenido.as?conID=4065&catID=773)>. [En línea]. [17 de marzo de 2015].

BOLETÍN TÉCNICO. Producto Interno Bruto Trimestral Bogotá D.C. Tercer Trimestre de 2015 preliminar. Bogotá D.C.

BOMBEROS BOGOTÁ. “Concepto técnico de seguridad humana”. Disponible en <<http://www.bomberosbogota.gov.co/content/view/1571/76/>> [En línea]. [21 de abril de 2016].

CABAS Carlos Mario. Sobre los derechos humanos de las personas con discapacidad. Bogotá D.C.: ¡Proclama!, julio-Agosto de 2015. 6 p.

CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ. “Guía de registro mercantil N° 26 Carátula única empresarial”. Disponible en <<http://bibliotecadigital.ccb.org.co/handle/11520/2278>>. [En línea]. [16 de abril de 2016].

CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ. “RÚES”. Disponible en <[http://recursos.ccb.org.co/ccb/instructivos/paso\\_paso\\_empresa\\_ccb/rue\\_juridica.html](http://recursos.ccb.org.co/ccb/instructivos/paso_paso_empresa_ccb/rue_juridica.html)>. [En línea]. [16 de abril de 2016].

CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ. “Todo sobre el código CIU”. Disponible en <<http://www.ccb.org.co/Inscripciones-y-renovaciones/Todo-sobre-el-codigo-CIU>> [En línea]. [16 de abril de 2016].

CIENCIAS EMPRESARIALES. “La demanda en marketing”. Disponible en <<http://cienciasempresariales.info/la-demanda-marketing/>> [En línea]. [13 de Marzo de 2016].

COLPOFESZ. “Conceptos de estadística”. Disponible en <<http://colposfesz.galeon.com/est501/suma/sumahtml/conceptos/estadistica.htm>> [En línea]. [04 de Marzo de 2016].

COMUNIDAD SEITON. “Registro sanitario”. Disponible en <<http://www.comunidadseiton.org/blog/tag/registro-sanitario/>> [En línea]. [21 de abril de 2016].

CREA EMPRESA. “Tipo de empresa”. Disponible en <<http://www.crearempresa.com.co/Consultas/ConsultasTipoEmpresa.aspx>> [En línea]. [16 de abril de 2016].

DANE, “Índice de precios al consumidor”. Disponible en <<http://www.dane.gov.co/index.php/precios-e-inflacion/indice-de-precios-al-consumidor>>. [En línea]. [04 de febrero de 2016].

DANE, “Producto interno Bruto Bogotá D.C.”. Disponible en <[http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/Bogota/present\\_PIB\\_Bta\\_III\\_trim\\_15.pdf](http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/Bogota/present_PIB_Bta_III_trim_15.pdf)> [En línea]. [04 de febrero de 2016].

DANE. “Mercado laboral”. Disponible en <<http://www.dane.gov.co/index.php/mercado-laboral/empleo-y-desempleo>>. [En línea]. [04 de febrero de 2016].

DANE. “Principales indicadores del mercado laboral enero de 2015”. Disponible en <[http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech/bol\\_empleo\\_dic\\_15.pdf](http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech/bol_empleo_dic_15.pdf)>. [En línea]. [05 de febrero de 2016].

DANS LE NOIR. Información general del restaurante Dans Le Noir. Bogotá D.C., 2008. Disponible en la dirección <<http://www.danslenoir.com/index.es.html>>. [En línea]. [19 de febrero de 2016].

DEBITOOR, “Definición de Marketing”. Bogotá D.C., 2015. Disponible en la dirección <<https://debitoor.es/glosario/definicion-marketing-mix>> [En línea]. [20 de Marzo de 2016].

DEBITOOR. “Definición activo fijo”. Disponible en <<https://debitoor.es/glosario/activo-fijo>>. [En línea]. [02 de Mayo de 2016].

DEFINICIÓN. “Definición de la oferta”. Disponible en <<http://definicion.de/oferta/>> [En línea]. [13 de Marzo de 2016].

DEFINICIONES. “Definición de planeación estratégica”. Disponible en <<http://definicion.de/planeacion-estrategica/#ixzz45GuUVeVX>>. [En línea]. [10 de abril de 2016].

DEMOGRAFÍA COLOMBIANA. “Aspectos demográficos”. Disponible en <<http://www.datosmacro.com/demografia/poblacion/colombia>>. [En línea]. [04 de febrero de 2016].

DIAN. “Generalidades sobre Impuestos Internos”. Disponible en <<http://www.dian.gov.co/DIAN/12SobreD.nsf/pages/Impuestosinternos?OpenDocument#10>> [En línea]. [17 de abril de 2016].

ECO FINANZAS. “Definición gastos de ventas”. Disponible en <[http://www.eco-finanzas.com/diccionario/G/GASTOS\\_DE\\_VENTA.htm](http://www.eco-finanzas.com/diccionario/G/GASTOS_DE_VENTA.htm)> [En línea]. [18 de Mayo de 2016].

ECONOMÍA Y NEGOCIOS EL MUNDO. “Definición flujo de caja”. Disponible en <<http://www.elmundo.com.ve/diccionario/fianza.aspx> > [En línea]. [06 de junio de 2016].

EDUKAVITAL. “Definición de restaurante”. Disponible en <<http://edukavital.blogspot.com.co/2013/10/definicion-de-restaurante.html>>.[En línea]. [07 de febrero de 2016].

EL GOURMET URBANO. “La tecnología al servicio de la gastronomía”. Disponible en <<http://elgourmeturbano.blogspot.com.co/2013/01/la-tecnologia-al-servicio-de-la.html> >. [En línea]. [04 de febrero de 2016].

EL RINCÓN DEL MARKETING. “Análisis de canal de distribución”. Disponible en la dirección <<http://elricondelmarketing.blogspot.com.co/2011/12/analisis-de-tres-ejemplos-de.html>> [En línea]. [20 de Marzo de 2016].

EL TIEMPO. “Las 10 ciudades más inteligentes del mundo”. Disponible en <<http://www.eltiempo.com/estilo-de-vida/ciencia/las-diez-ciudades-mas-inteligentes-del-mundo/14014577>>. [En línea]. [21 de febrero de 2016].

ENCICLOPEDIA FINANCIERA. “Gastos de administración” Disponible en <<http://www.encyclopediafinanciera.com/definicion-gastos-de-administracion.html>> [En línea]. [18 de Mayo de 2016].

ENTRENAMIENTO NATURAL, la historia del Fitness. Bogotá D.C., 2015. Disponible en la dirección <<http://www.entrenamientonatural.com/la-historia-del-fitness/>> [En línea]. [14 de febrero de 2016].

FINANZAS INTERNACIONALES. “Cómo saber si la inversión a efectuar es rentable”. Disponible en <<http://manejatusfinanzas.blogspot.com.co/p/evaluacion-de-la-inversion.html>> [En línea]. [06 de junio de 2016].

FITSEVEN, industria mundial del Fitness. Bogotá D.C., 2013. Disponible en la dirección <<http://fitseven.net/vida/motivacion/industria-del-fitness-mundial>> [En línea]. [14 de febrero de 2016].

GARCÍA CRIOLLO Roberto, Estudio del Trabajo: Ingeniería de Métodos. Ed. Mc Graw Hill, 1998.

GERENCE. “Definición financieras”. Disponible en <<http://www.gerencie.com/cargos-diferidos.html>>. [En línea]. [11 de Mayo de 2016].

GERENCIE. “Sayco Acinpro”. Disponible en <<http://www.gerencie.com/sayco-acimpro.html>> [En línea]. [21 de abril de 2016].

GUÍA TÉCNICA SECTORIAL GTS-USNA 009. “Seguridad industrial para restaurantes”. Disponible en <<http://acodres.com.co/wp-content/uploads/2013/09/NTS-USNA009.pdf>>. [En línea]. [3 de abril de 2016].

INNOVACIÓN HUMANA. “Asignación de puntos”. Disponible en <<http://innovacion-humana.webnode.es/capacitaciones/sistema-de-asignacion-de-puntos/>> [En línea]. [10 de abril de 2016].

INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TÉCNICAS COLOMBIANA (2008). Documentación: Referencias bibliográficas. Contenido, forma y estructura: NTC5613, Bogotá, Colombia: INCONTEC.

INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TÉCNICAS Y CERTIFICACIÓN (2002). Documentación: Dibujo técnico. Formato y plegado de dibujos: NTC1687, Bogotá, Colombia: INCONTEC.

INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TÉCNICAS Y CERTIFICACIÓN (2002). Referencias documentales para fuentes de información electrónicas: NTC4490, Bogotá, Colombia: INCONTEC.

INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TÉCNICAS Y CERTIFICACIÓN. Presentación de tesis, trabajos de grado y otros trabajos de investigación: NTC1486, Bogotá, Colombia: INCONTEC.

KOOW.NWT.NET. “Canal de distribución”. Disponible en la dirección <<http://old.knoow.net/es/cieeconcom/gestion/canaldistribucion.htm>> [En línea]. [20 de Marzo de 2016].

LA RED. “prestaciones sociales y obligaciones del empleador”. Disponible en <<http://www.lared.co/kitdeherramientas/Salarios/DefinicionPrestaciones.asp?clav>> [En línea]. [11 de abril de 2016].

LA REPUBLICA. “El sector gastronómico creció 22% en el última año con 90.000 restaurantes”. Disponible en <[http://www.larepublica.co/el-sector-gastron%C3%B3mico-creci%C3%B3-22-en-el-%C3%BAltimo-a%C3%B1o-con-90000-restaurantes\\_266206](http://www.larepublica.co/el-sector-gastron%C3%B3mico-creci%C3%B3-22-en-el-%C3%BAltimo-a%C3%B1o-con-90000-restaurantes_266206)>. [En línea]. [4 de febrero de 2016].

LASILLAVACIA. “Bogotá, capital mundial del desplazamiento”. Disponible en <<http://lasillavacia.com/queridodiario/bogota-capital-mundial-del-desplazamiento-48162>>. [En línea]. [21 de febrero de 2016].

LAVOZ. “Costos mano de obra directa e indirecta definición” Disponible en <<http://pyme.lavoztx.com/qu-es-el-costo-de-mano-de-obra-indirecta-12844.html>> . [En línea]. [18 de Mayo de 2016].



METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN. “Tipos de investigación”. Disponible en <<http://metodologadelainvestigacinsiis.blogspot.com.co/2011/10/tipos-de-investigacion-exploratoria.html>> [En línea]. [04 de Marzo de 2016].

MINCOMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO, “Acuerdos Comerciales y de Inversión”. Disponible en <<http://www.tlc.gov.co/>>. [En línea]. [11 de febrero de 2016].

MINISTERIO INDUSTRIA Y TURISMO. “NTS - Establecimientos gastronómico”. Disponible en <<http://www.mincit.gov.co/publicaciones.php?id=1395>> [En línea]. [21 de abril de 2016].

MONOGRAFÍAS. “Conceptos básicos de costos de producción”. Disponible en <<http://www.monografias.com/trabajos82/concetos-basicos-costos-produccion/conceptos-basicos-costos-produccion.shtml>>. [En línea]. [18 de Mayo de 2016].

MONTGOMERY Douglas, RUNGER George, Probabilidad y Estadística. Ed. McGraw-Hill, México, 1990.

NACIONES UNIDAS. Comité de Derechos Económicos, Sociales y Culturales. América Latina. Bogotá D.C.: Naciones Unidas, 2015.

NACIONES UNIDAS. Comité de Derechos Económicos, Sociales y Culturales. América Latina. Bogotá D.C.: Naciones Unidas, 2015. 2 p.

NIEBEL, Benjamín, Ingeniería Industrial: Estudio de tiempos movimientos. Ed 3, Alfaomega, México, 1980.

PACTO DE PRODUCTIVIDAD, Programa empresarial de promoción laboral para personas con discapacidad. Bogotá D.C., 2015. Disponible en la dirección <<http://www.pactodeproductividad.com/>> [En línea]. [18 de febrero de 2016].

PANORAMA TIC. “Tecnologías de la información y la comunicación”. Disponible en <[http://colombiatic.mintic.gov.co/602/articles-14305\\_panoranatic.pdf](http://colombiatic.mintic.gov.co/602/articles-14305_panoranatic.pdf)>. [En línea]. [19 de febrero de 2016].

PNUD PROGRAMA DE LA NACIONES UNIDAS PARA EL DESARROLLO EN COLOMBIA. “Paz, Desarrollo y Reconciliación”. Disponible en <[http://www.pnud.org.co/sitio.shtml?apc=&s=a&m=a&c=02003&e=A#.Vr0bM\\_nhDIU](http://www.pnud.org.co/sitio.shtml?apc=&s=a&m=a&c=02003&e=A#.Vr0bM_nhDIU)>. [En línea]. [11 de febrero de 2016].

POLO Tatiana, TELLEZ Laura. Estudio de factibilidad para la creación de un restaurante que ofrezca alimentos para personas que padecen de sobrepeso y obesidad en la ciudad de Bogotá. Bogotá D.C.: Trabajo de grado de la Fundación Universidad América, 2012.

PREZI. “Tipo muestreo”. Disponible en < [https://prezi.com/3ukxa58fx1j\\_/03-poblacion-y-muestra-tipos-de-muestreo/](https://prezi.com/3ukxa58fx1j_/03-poblacion-y-muestra-tipos-de-muestreo/)> [En línea]. [04 de Marzo de 2016].

PUBLIDIRECTADESDE1991. “Diccionario De Marketing–I”. Disponible en <<http://www.publirecta.com/diccionario-de-marketing-i/>> [En línea]. [04 de Marzo de 2016].

PYMES FUTURO. “Definición C/B”. Disponible en <<http://www.pymesfuturo.com/costobeneficio.htm>> [En línea]. [06 de junio de 2016].

RCN La Radio, Estudio revela las tendencias del mercado Fitness para el 2015. Bogotá D.C., 2015. Disponible en la dirección <<http://www2.rcnradio.com.co/noticias/estudio-revela-las-tendencias-del-mercado-fitness-para-el-2015-187288>>.[En línea]. [14 de febrero de 2016].

REDVITEC. “Glosario Científico Tecnológico”. Disponible en <<http://www.redvitec.edu.ar/paginas/index/glosario-cientifico-tecnologico>> [En línea]. [13 de Marzo de 2016].

RESTAURANTESOFTWARE. “Restauran Software”. Disponible en <<http://posandtouch.com/>> [En línea]. [28 de Febrero de 2016].

REVISTA LA BARRA. “Control de costos es restaurante”. Disponible en <<http://revistalabarra.com.co/ediciones/ediciones-2012/edicion-51/especial-costos-y-contabilidad/control-de-costos-es-restaurante.htm>> . [En línea]. [21 de febrero del 2015].

SABROSÍA. “¿ Tu restaurante favorito te parece más lento hoy que hace unos años? La tecnología podría ser la causa”. Disponible en <<https://www.sabrosia.com/2014/07/los-selfies-hacen-mucho-mas-lentos-a-los-restaurantes/>> [En línea]. [01 de Abril de 2016].

SCRIBD. “Definición PRI”. Disponible en <<https://es.scribd.com/doc/94529157/PRI-TIR-VPN>> [En línea]. [06 de junio de 2016].

SECRETARÍA DE PLANEACIÓN. “Boletines 2012”. Disponible en <<http://www.sdp.gov.co/portal/page/portal/PortalSDP/InformacionTomaDecisiones/Estadisticas/Bogot%E1%20Ciudad%20de%20Estad%EDsticas/2012/DICE125-CartillaAlimentos-2012.pdf>> . [En línea]. [20 de febrero del 2015].

SECRETARÍA GENERAL ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ. “Solicite concepto técnico de seguridad”. Disponible en <<http://www.secretariageneralalcaldiamayor.gov.co/servicio-al-Comeciante-olicite-concepto-T%C3%de-Seguridad-y-Protecci%C3%B3n-contraincendios-en-los-rCADE>> [En línea]. [12 de mayo de 2016].

SEMANA. “Colombia conserva el deshonroso título del segundo país con más desplazados”. Disponible en <<http://www.semana.com/nacion/articulo/colombia-es-el-segundo-pais-con-mas-desplazados/426628-3>>. [En línea]. [21 de febrero de 2016].

SERNA, GÓMEZ Humberto. Gerencia Estratégica. 3R editores. Décima edición, p 185-186.

SLIDESHARE. “Costos indirectos definición” Disponible en <<http://es.slideshare.net/lori6802/costos-directos-indirectos>>. [En línea]. [18 de Mayo de 2016].

TECNOLOGÍAS. “Tecnología blanda y dura”. Disponible en <<http://es.slideshare.net/DanielCR/tecnologas-blandas-y-duras>>. [En línea]. [21 de febrero del 2015].

TIC. “Tecnologías de la información y la comunicación”. Disponible en <<https://mao9328.wordpress.com/2009/04/21/hello-world/>>. [En línea]. [11 de febrero de 2016].

TIPOS.CO, tipos de restaurantes. Bogotá D.C., 2015. Disponible en la dirección <<http://www.tipos.co/tipos-de-restaurante/#ixzz3zntBqChw>> [En línea]. [14 de febrero de 2016].

TRABAJANDO COLOMBIA. “El 64% de las empresas en Colombia no contratan personas en condición de discapacidad”. Disponible en <<http://co.trabajando.com/contenido/noticia/9203/c/empresa/el-64-de-empresas-n-colombia-no-en-condicion-de-discapacidad.html>> [En línea]. [10 de Marzo de 2016].

UNAD. “Demanda potencial”. Disponible en <[http://datateca.unad.edu.co/contenidos/356020/356020\\_EXE/IDENTIFICACION%20Y%20VALORACION%20IDEA%20DE%20NEGOCIO%20exe/demanda\\_potencial.html](http://datateca.unad.edu.co/contenidos/356020/356020_EXE/IDENTIFICACION%20Y%20VALORACION%20IDEA%20DE%20NEGOCIO%20exe/demanda_potencial.html)> [En línea]. [13 de Marzo de 2016].

UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS. “Santa Fe de Bogotá, D.C. características”. Disponible en la dirección <<https://www.udistrital.edu.co/universidad/colombia/bogota/caracteristicas/>> [En línea]. [24 de Marzo de 2016].

VILLAMIZAR, Nelson Julián. Directiva 010 de 2015 una reivindicación de derechos para la empleabilidad de las personas con discapacidad. Bogotá D.C.: ¡Proclama!, Julio-Agosto de 2015. 3 p.

**ANEXO A**  
**PROCESO DE VALIDACIÓN (ENCUESTA)**

Buenas días/tardes, estamos realizando una encuesta para el estudio de factibilidad de la creación de un restaurante de comida Fitness, con inclusión laboral a personas con discapacidad visual en la ciudad de Bogotá D.C., agradecemos brindarnos un minuto de su tiempo en responder las siguientes preguntas.

ESTRATO: \_\_\_\_\_

**MARQUE CON UNA X LA RESPUESTA QUE PREFIERA**

**1. ¿Con qué frecuencia suele visitar restaurantes?**

A. Diariamente    B. Semanalmente    C. Quincenalmente    D. Mensualmente

**2. El servicio del parqueadero dentro del establecimiento a la hora de visitar un restaurante, ¿es para usted?**

A. Esencial    B. No necesario    C. Indiferente

**TENGA EN CUENTA LA SIGUIENTE DESCRIPCIÓN PARA LAS PREGUNTAS 3, 4 y 5**

*Definiendo la comida Fitness como aquella que cuenta con: proteína, una porción de harina, hortalizas y verduras (ensalada), frutas y aderezos.*

**3. ¿Usted conoce un restaurante de comida Fitness?**

A. Si    B. No

**4. Teniendo en cuenta la descripción anterior, ¿Usted procura alimentarse de esa manera? (Si su respuesta es NO continúe con la pregunta 6)**

A. Si    B. No

**SELECCIONE UNA O MÁS RESPUESTAS**

**5. Teniendo en cuenta la descripción dada ¿Qué otra comida esperaría encontrar en un restaurante Fitness?**

A. Postres (sanos)    B. Frutos Secos    C. Batidos    Otro: \_\_\_\_\_

**6. ¿Qué le gustaría experimentar en un restaurante?**

- A. Comer sin luz
- B. Tenedores Libres
- C. Comer a la altura del Suelo
- Otro: \_\_\_\_\_

*MARQUE CON UNA X LA RESPUESTA QUE PREFIERA*

**7. ¿Considera a las personas con discapacidad visual, aptas para laborar?**

- A. Si B. No

**8. ¿Se sentiría cómodo si en un restaurante es atendido por una persona con discapacidad visual?**

- A. Si B. No

**9. ¿Cuánto está dispuesto a pagar en un restaurante de comida Fitness?**

- A. Entre \$15.000 y \$19.999 pesos
- B. Entre \$20.000 y \$24.999 pesos
- C. Entre \$25.000 y \$29.999 pesos
- D. Más de \$30.000 pesos

Buenas días/tardes, estamos realizando una encuesta para el estudio de factibilidad de la creación de un restaurante de comida Fitness, con inclusión laboral a personas con discapacidad visual en la ciudad de Bogotá D.C., agradecemos brindarnos un minuto de su tiempo en responder las siguientes preguntas.

ESTRATO: \_\_\_\_\_

**MARQUE CON UNA X LA RESPUESTA QUE PREFIERA**

**1. ¿Con qué frecuencia suele visitar restaurantes?**

A. Diariamente    B. Semanalmente    C. Quincenalmente    D. Mensualmente

**2. El servicio del parqueadero dentro del establecimiento a la hora de visitar un restaurante, ¿es para usted?**

A. Esencial    B. No necesario    C. Indiferente

**TENGA EN CUENTA LA SIGUIENTE DESCRIPCIÓN PARA LAS PREGUNTAS 3, 4 y 5**

*Definiendo la comida Fitness como aquella que cuenta con: proteína, una porción de harina, hortalizas y verduras (ensalada), frutas y aderezos.*

**3. ¿Usted conoce un restaurante de comida Fitness?**

A. Si    B. No

**4. Teniendo en cuenta la descripción anterior, ¿Usted procura alimentarse de esa manera? (Si su respuesta es NO continúe con la pregunta 6)**

A. Si    B. No

**SELECCIONE UNA O MÁS RESPUESTAS**

**5. Teniendo en cuenta la descripción dada ¿Qué otra comida esperaría encontrar en un restaurante Fitness?**

A. Postres (sanos)    B. Frutos Secos    C. Batidos    Otro: \_\_\_\_\_

**6. ¿Qué le gustaría experimentar en un restaurante?**

- A. Comer sin luz
- B. Tenedores Libres
- C. Comer a la altura del Suelo
- Otro: \_\_\_\_\_

**MARQUE CON UNA X LA RESPUESTA QUE PREFIERA**

**7. ¿Considera a las personas con discapacidad visual, aptas para laborar?**

- A. Si B. No

**8. ¿Se sentiría cómodo si en un restaurante es atendido por una persona con discapacidad visual?**

- A. Si B. No

**9. ¿Cuánto está dispuesto a pagar en un restaurante de comida Fitness?**

- A. Entre \$15.000 y \$19.999 pesos
- B. Entre \$20.000 y \$24.999 pesos
- C. Entre \$25.000 y \$29.999 pesos
- D. Más de \$30.000 pesos



**ANEXO B**  
**MENÚ RESTAURANTE**





PRODUCTO	DESCRIPCIÓN
Pídeme	Sabrosa ensalada de cuscús, acompañada de bayas frescas mixtas (moras y frambuesas), con trozos de nueces y almendras tostadas, en rodajas; una receta rica en fibras y baja en calorías, colesterol, grasas saturadas y sodio.
Do It	Deliciosos aguacates rellenos con una rica mezcla de yogurt natural griego, con mayonesa baja en grasa, pimentones, trozos de palitos de cangrejo, con mezcla de la casa (ajo, cebolla chile), con un toque de limón una receta rica en fibra y baja en calorías, carbohidratos, grasas saturadas, colesterol y sodio.
Hot spicy Mexican	Coctel clásico mexicano, una combinación poderosa de picante, camarones, tomates cherry, aguacate, pepino inglés, cebolla roja, jugo de lima, pimienta, sal, cilantro fresco picado y rodajas de limón verde, una receta libre de gluten es baja en calorías, carbohidratos y grasas saturadas.
Miss Kalú	Sabrosa ensalada de pollo, queso rallado, jamón, lechuga, dados de pan tostados, con vinagreta mix de la casa (aceite de oliva extra virgen, jugo de limón, vinagre de vino, diente de ajo molido y mayonesa) acompañada por una porción de pollo apanado, una receta rica, baja en colesterol y grasas saturadas.
Hinojo	Deliciosa porción de carne de res, acompañada por dos yucas, además de una nutritiva ensalada con bulbo de hinojo, tomates, pimentón amarillo, aceite de oliva, zumo de limón, pimienta negra y sal.
Huamantanga	Sabroso salmón, acompañado por ensalada nutritiva, realizada con papa de Huamantanga, huevos, aceitunas sin pepas, queso en cubos, perejil, salsa de palta (aguacate), yogurt natural, aceite vegetal, extracto de limón y sal y pimienta.
El internacional	Sabroso pollo al horno, acompañado de nutritiva ensalada internacional, donde encontrarás lechugas romanas, pecanas acarameladas, albaricoques, vinagre balsámico, una receta saludable baja en colesterol y sodio.
La caballa	Sabroso pescado caballa, acompañado por ensalada nutritiva, realizada con espinaca, pera, cebolla roja, extracto de limón, mostaza Dijon, aceite de oliva extra virgen, sal y pimienta
Hierbabuena	Sabrosa limonada de hierbabuena, saludablemente desinflamadora y vitamina C.
Jugo de mandarina	Fresco jugo de mandarina, con vitamina C y antioxidante.
Limonada de coco	Fresca limonada de coco, nutritiva te aporta hierro, potasio, fibra y reduce el colesterol.
Jugo de guanábana	Fresco jugo de guanábana, mejora el sistema inmunológico, te mantiene en forma, lucha contra el cáncer, rica en fibras.
Mix frutos secos	Crocante sensación de frutos secos, tales como maní, almendras, habas picantes, maíz y arándanos.
Parfait	Fresco Parfait con frutos rojos, cerezas y durazno, con yogurt natural griego y avena, una fuente de vitaminas, nutrientes y fibra.
Batido proteínas	Batido de Proteínas, para que nutras tu cuerpo con ayuda de claras de huevo, banano y yogurt desnatado.

**ANEXO C**  
**COTIZACIONES ESTUDIO MERCADO**

## COMBO MONSERRATE para diseño de logotipos o diseño de logos



Este combo esta creado con el fin de ofrecer más conceptos gráficos de diseño de logos y ciclos de retroalimentación, nuestros clientes tendrán más opciones de diseño de logotipos.

Este combo de diseño de Logotipos / Logos incluye:

- ✓ Grupo inicial de 10 conceptos gráficos de diseño de logos, el cual se inicia con los requerimientos del cliente en un formulario. Este grupo de logos se enviara en un periodo de 2 a 4 días hábiles.
- ✓ 4 ciclos máximo de retroalimentación por parte del cliente sobre los conceptos gráficos
- ✓ Aprobación de logotipo. Una vez haya sido aprobado el logo – logotipo se entrega en los siguientes formatos: Corel curvas, JPG, PNG, TIF, PDF y tipografías utilizadas.

Los archivos se envían comprimidos por email o cargados a nuestro servidor.

- ✓ Manual de imagen corporativa completo en PDF con los parámetros y correctos usos.
- ✓ Entrega en CD-ROM impreso y personalizado con el logotipo elegido.

Plazo máximo para la realización del logotipo 7 a 15 días hábiles, el cliente debe retroalimentar no más de 1 día hábil de cada grupo de logos.

**Precio: \$320.000 Pesos colombianos**

Web Basica	Web Intermedia	Web Avanzado	Web básica + Tienda Virtual	Web Intermedia + Tienda virtual
169.000	269.000	659.000	299.000	599.000
<a href="#">SOLICITE COTIZACIÓN</a>	<a href="#">SOLICITE COTIZACIÓN</a>	<a href="#">SOLICITE COTIZACIÓN</a>	<a href="#">SOLICITE COTIZACIÓN</a>	<a href="#">SOLICITE COTIZACIÓN</a>
Diseño Sencillo	Diseño Intermedio	Diseño Profesional	Diseño sencillo (carrito)	Diseño Intermedio (carrito)
3 Correos Corporativos	+5 Correos Corporativos	+5 Correos Corporativos	5 correos corporativos	+5 Correos Corporativos
Duración 1 año	Duración 1 año	Duración 2 años	Duración 1 año	Duración 1 año
Administrador de contenidos	Administrador de contenidos	Administrador de contenidos	Administrador de contenidos	Administrador de contenidos
Paquete 1 : inicio, quienes somos, servicios o productos, contactenos	Paquete 1 + Paquete 2 : Google Mapas, Blog, Redes sociales, 1 Banner 3D	paquete 1 + paquete 2 + paquete 3 : Sistema de correos masivos	Paquete 1 + Carrito de compras	Paquete 1 + paquete 2 + Carrito de compras
Tiempo de entrega : 7 días	Tiempo de entrega : 15 días	Tiempo de entrega : 30 días	Tiempo de entrega : 15 días	Tiempo de entrega : 30 días

**ANEXO D**  
**FOTOS LOCALES PARA ARRENDAR**

## Opción 1






## Opción 2





### Opción 3




**ANEXO E**  
**FICHAS TÉCNICAS Y RECETA ESTÁNDAR DE LOS PLATOS DEL MENÚ**

FICHA TÉCNICA				
CATEGORÍA		ENTRADA		
<b>NOMBRE DEL PRODUCTO</b>	Pídeme			
<b>PORCIONES DEL PLATO</b>	3 onzas de aceite de oliva extra virgen 3 onzas de vinagre de manzana 70 gramos de cuscús integral cocido 100 gramos de bayas mora, frambuesas 50 gramos de almendras tostadas en rodajas, con nueces.			
<b>IMAGEN DEL PLATO</b>				
RECETA ESTÁNDAR				
INGREDIENTES				
NOMBRE	CANTIDAD	UNIDAD	VALOR/CANT.	TOTAL
Aceite de oliva extra virgen	3 oz	oz	\$ 450	\$ 450
Vinagre de manzana	3 oz	oz	\$ 350	\$ 350
Cuscús Integral cocido	70 gr	gr	\$ 450	\$ 450
Moras y Frambuesas	100 gr	gr	\$ 650	\$ 650
Almendras y Nueces	50 gr	gr	\$ 200	\$ 200
Costo de MP ofertado por el proveedor				\$ 2.100
Variación de los costos (10%)				\$ 210
Costo total de la preparación del plato				\$ 2.310


FICHA TÉCNICA				
CATEGORÍA		ENTRADA		
<b>NOMBRE DEL PRODUCTO</b>	Hot spicy Mexican			
<b>PORCIONES DEL PLATO</b>	450 gramos de camarón 8 onzas de picante 100 gramos de tomate cherry 250 gramos de aguacate maduro (1 unidad ) 8 gramos de pepino inglés 3 gramos de cebolla roja 12 onzas de jugo de lima 0,2 gramos de sal y pimienta 1,0 gramos de cilantro 5 gramos de rodajas de limón verde (2 rodajas)			
<b>IMAGEN DEL PLATO</b>				
RECETA ESTÁNDAR				
INGREDIENTES				
NOMBRE	CANTIDAD	UNIDAD	VALOR/CANT.	TOTAL
Camarones	450 gr	gr	\$ 8.000	\$ 8.000
Picante	8 oz	oz	\$ 500	\$ 500
Tomate cherry	100 gr	gr	\$ 1.000	\$ 1.000
Aguacate maduro	250 gr	gr	\$ 2.000	\$ 2.000
Pepino Ingles	8 gr	gr	\$ 400	\$ 400
Cebolla roja	3 gr	gr	\$ 100	\$ 100
Jugo de lima	12 oz	oz	\$ 400	\$ 400
Sal y pimienta	0,4 gr	gr	\$ 20	\$ 20
Cilantro	1,0 gr	gr	\$ 20	\$ 20
Limón verde	5 gr	gr	\$ 200	\$ 200
Costo de MP ofertado por el proveedor				\$ 12.640
Variación de los costos (10%)				\$ 1.264
Costo total de la preparación del plato				\$ 13.904

FICHA TÉCNICA				
CATEGORÍA		POLLO		
<b>NOMBRE DEL PRODUCTO</b>	Miss KALÚ			
<b>PORCIONES DEL PLATO</b>	450 gramos de pollo 50 gramos de queso parmesano 50 gramos de jamón inglés 50 gramos de dados de pan tostados 20 gramos de lechuga crespita 5 onzas de aceite de oliva extra virgen 3 onzas de vinagre de vino 0,5 onzas de extracto de limón 3 onzas de mayonesa baja en grasa 0,4 gramos de ajo molido			
<b>IMAGEN DEL PLATO</b>				
RECETA ESTÁNDAR				
INGREDIENTES				
NOMBRE	CANTIDAD	UNIDAD	VALOR/CANT.	TOTAL
Pollo	450 gr	gr	\$ 7.500	\$ 7.500
Queso parmesano	50 gr	gr	\$ 1.700	\$ 1.700
Jamón inglés	50 gr	gr	\$ 1.700	\$ 1.700
Dados de pan tostados	50 gr	gr	\$ 700	\$ 700
Lechuga crespita	20 gr	gr	\$ 300	\$ 300
Aceite de oliva extra virgen	5 oz	oz	\$ 450	\$ 450
Vinagre de vino	3 oz	oz	\$ 450	\$ 450
Extracto de limón	0,5 oz	oz	\$ 20	\$ 20
Mayonesa baja en grasa	3 oz	oz	\$ 150	\$ 150
Ajo molido	0,4 gr	gr	\$ 20	\$ 20
Costo de MP ofertado por el proveedor				\$ 12.990
Variación de los costos (10%)				\$ 1.299
Costo total de la preparación del plato				\$ 14.289

FICHA TÉCNICA				
CATEGORÍA		CARNE DE RES		
<b>NOMBRE DEL PRODUCTO</b>	Hinojo			
<b>PORCIONES DEL PLATO</b>	350 gramos de carne de res 40 gramos de patacones (2 unidades) 50 gramos de bulbo de hinojo 50 gramos de tomate 50 gramos de pimentón amarillo 5 onzas de aceite de oliva extra virgen 0,5 onzas de extracto de limón 0,4 gramos de sal y pimienta negra			
<b>IMAGEN DEL PLATO</b>				
RECETA ESTÁNDAR				
INGREDIENTES				
NOMBRE	CANTIDAD	UNIDAD	VALOR/CANT.	TOTAL
Carne de res	350 gr	gr	\$ 4.000	\$ 4.000
Yuca	40 gr	gr	\$ 1.000	\$ 1.000
Bulbo de hinojo	50 gr	gr	\$ 600	\$ 600
Tomate	50 gr	gr	\$ 600	\$ 600
Pimentón amarillo	50 gr	gr	\$ 400	\$ 400
Aceite de oliva extra virgen	5 oz	oz	\$ 450	\$ 400
Extracto de limón	0,5 oz	oz	\$ 20	\$ 20
Sal y pimienta negra	0,4 gr	gr	\$ 20	\$ 20
Costo de MP ofertado por el proveedor				\$ 7.040
Variación de los costos (10%)				\$ 704
Costo total de la preparación del plato				\$ 7.744


FICHA TÉCNICA				
CATEGORÍA		PESCADO		
<b>NOMBRE DEL PRODUCTO</b>	Huamantanga			
<b>PORCIONES DEL PLATO</b>	300 gramos de Salmón 50 gramos de papa Huamantanga 159 gramos de huevo ( 3 unidades) 10 gramos de aceitunas sin pepa 15 gramos de queso en cubos 1,0 gramo de perejil 125 gramos de aguacate (salsa de palta) 5 onzas de aceite de oliva extra virgen 8 onzas de yogurt natural griego 0,5 onzas de extracto de limón 0,4 gramos de sal y pimienta			
<b>IMAGEN DEL PLATO</b>				
RECETA ESTÁNDAR				
INGREDIENTES				
NOMBRE	CANTIDAD	UNIDAD	VALOR/CANT.	TOTAL
Salmón	300 gr	gr	\$ 9.000	\$ 9.000
Papa Huamantanga	50 gr	gr	\$ 3.000	\$ 3.000
Huevo	159 gr	oz	\$ 900	\$ 900
Aceitunas	10 gr	gr	\$ 400	\$ 400
Queso en cubos	15 gr	gr	\$ 1.700	\$ 1.700
Perejil	1,0 gr	gr	\$ 50	\$ 50
Salsa de palta (aguacate)	125 gr	gr	\$ 1.000	\$ 1.000
Aceite de oliva extra virgen	5 oz	oz	\$ 450	\$ 450
Sal y pimienta	0,4 gr	gr	\$ 50	\$ 50
Yogurt natural griego	8 oz	oz	\$ 450	\$ 450
Extracto de limón	0,5 oz	oz	\$ 50	\$ 50
Costo de MP ofertado por el proveedor				\$ 17.050
Variación de los costos (10%)				\$ 1.705
Costo total de la preparación del plato				\$ 18.755




FICHA TÉCNICA				
CATEGORÍA		PESCADO		
<b>NOMBRE DEL PRODUCTO</b>	La Caballa			
<b>PORCIONES DEL PLATO</b>	120 gramos de Caballa 100 gramos de espinaca 40 gramos de pera ( 1 unidades) 10 gramos de cebolla roja 0,5 onzas de extracto de limón 8 onzas de mostaza Dijon 4 onzas de aceite de oliva extra virgen 0,4 gramos de sal y pimienta			
<b>IMAGEN DEL PLATO</b>				
RECETA ESTÁNDAR				
INGREDIENTES				
NOMBRE	CANTIDAD	UNIDAD	VALOR/CANT.	TOTAL
Caballa	120 gr	gr	\$ 9.500	\$ 9.500
Espinaca	100 gr	gr	\$ 400	\$ 400
Pera	40 gr	gr	\$ 300	\$ 300
Cebolla roja	10 gr	gr	\$ 200	\$ 200
Aceite de oliva extra virgen	4 oz	oz	\$ 450	\$ 450
Sal y pimienta	0,4 gr	gr	\$ 20	\$ 20
Mostaza Dijon	8 oz	oz	\$ 150	\$ 150
Extracto de limón	0,5 oz	oz	\$ 20	\$ 20
Costo de MP ofertado por el proveedor				\$ 11.040
Variación de los costos (10%)				\$ 1.104
Costo total de la preparación del plato				\$ 12.144


FICHA TÉCNICA				
CATEGORÍA		BEBIDA		
<b>NOMBRE DEL PRODUCTO</b>	Hierbabuena			
<b>PORCIONES DEL PLATO</b>	15 gramos de limón verde (3 unidades) 10 gramos de Stevia 15 gramos de jengibre 20 gramos de hierbabuena 500 mililitro de agua			
<b>IMAGEN DEL PLATO</b>				
RECETA ESTÁNDAR				
INGREDIENTES				
NOMBRE	CANTIDAD	UNIDAD	VALOR/CANT.	TOTAL
Limón verde	15 gr	Gr	\$ 400	\$ 400
Stevia	10 gr	Gr	\$ 400	\$ 400
Hierbabuena	20 gr	Gr	\$ 150	\$ 150
Agua	500 ml	MI	\$ 400	\$ 400
Jengibre	15 gr	Gr	\$ 250	\$ 250
Costo de MP ofertado por el proveedor				\$ 1.600
Variación de los costos (10%)				\$ 160
Costo total de la preparación del plato				\$ 1.760


FICHA TÉCNICA				
CATEGORÍA		BEBIDA		
<b>NOMBRE DEL PRODUCTO</b>	Jugo de Mandarina			
<b>PORCIONES DEL PLATO</b>	100 gramos de mandarina 10 gramos de Stevia 500 mililitro de agua			
<b>IMAGEN DEL PLATO</b>				
RECETA ESTÁNDAR				
INGREDIENTES				
NOMBRE	CANTIDAD	UNIDAD	VALOR/CANT.	TOTAL
Mandarina	100 gr	gr	\$ 600	\$ 600
Stevia	10 gr	gr	\$ 400	\$ 400
Agua	400 ml	ml	\$ 400	\$ 400
Costo de MP ofertado por el proveedor				\$ 1.400
Variación de los costos (10%)				\$ 140
Costo total de la preparación del plato				\$ 1.540

FICHA TÉCNICA				
CATEGORÍA		BEBIDA		
<b>NOMBRE DEL PRODUCTO</b>	Limonada de Coco			
<b>PORCIONES DEL PLATO</b>	15 gramos de limón verde (3 unidades) 1,7 gramos de hierbabuena 300 gramos de crema de coco 100 gramos de coco rallado 500 mililitro de agua			
<b>IMAGEN DEL PLATO</b>				
RECETA ESTÁNDAR				
INGREDIENTES				
NOMBRE	CANTIDAD	UNIDAD	VALOR/ CANT.	TOTAL
Limón verde	15 gr	Gr	\$ 400	\$ 400
Hierbabuena	1,7 gr	Gr	\$ 50	\$ 50
Crema de coco	300 gr	Gr	\$ 1.000	\$ 1.000
Agua	500 ml	MI	\$ 400	\$ 400
Coco rallado	100 gr	Gr	\$ 600	\$ 600
Costo de MP ofertado por el proveedor				\$ 2.450
Variación de los costos (10%)				\$ 245
Costo total de la preparación del plato				\$ 2.695

FICHA TÉCNICA				
CATEGORÍA		BEBIDA		
<b>NOMBRE DEL PRODUCTO</b>	Jugo de Guanábana			
<b>PORCIONES DEL PLATO</b>	100 gramos de guanábana 10 gramos de Stevia 500 mililitro de agua			
<b>IMAGEN DEL PLATO</b>				
RECETA ESTÁNDAR				
INGREDIENTES				
NOMBRE	CANTIDAD	UNIDAD	VALOR/CANT.	TOTAL
Guanábana	100 gr	gr	\$ 800	\$ 800
Stevia	10 gr	gr	\$ 400	\$ 400
Agua	500 ml	ml	\$ 400	\$ 400
Costo de MP ofertado por el proveedor				\$ 1.600
Variación de los costos (10%)				\$ 160
Costo total de la preparación del plato				\$ 1.760

FICHA TÉCNICA				
CATEGORÍA		POSTRE		
<b>NOMBRE DEL PRODUCTO</b>	Mix de Frutos Secos			
<b>PORCIONES DEL PLATO</b>	30 gramos de maní sin sal 30 gramos de habas picantes 30 gramos de maíz tostado en aceite vegetal 20 gramos de arándanos			
<b>IMAGEN DEL PLATO</b>				
RECETA ESTÁNDAR				
INGREDIENTES				
NOMBRE	CANTIDAD	UNIDAD	VALOR/CANT.	TOTAL
Maní sin sal	30 gr	Gr	\$ 400	\$ 400
Habas picantes	30 gr	Gr	\$ 400	\$ 400
Maíz	30 gr	Gr	\$ 400	\$ 400
Arándanos	20 gr	Gr	\$ 600	\$ 600
Costo de MP ofertado por el proveedor				\$ 1.800
Variación de los costos (10%)				\$ 180
Costo total de la preparación del plato				\$ 1.980

FICHA TÉCNICA				
CATEGORÍA		POSTRE		
<b>NOMBRE DEL PRODUCTO</b>	Parfait			
<b>PORCIONES DEL PLATO</b>	100 gramos de frutos rojos 100 gramos de cerezas 100 gramos de durazno 25 onzas de yogurt natural griego 200 gramos de avena			
<b>IMAGEN DEL PLATO</b>				
RECETA ESTÁNDAR				
INGREDIENTES				
NOMBRE	CANTIDAD	UNIDAD	VALOR/CANT.	TOTAL
Frutos rojos	100 gr	gr	\$ 1.000	\$ 1.000
Cerezas	100 gr	gr	\$ 1.000	\$ 1.000
Durazno	100 gr	gr	\$ 1.000	\$ 1.000
Yogurt natural griego	25 oz	oz	\$ 900	\$ 900
Avena	200 gr	gr	\$ 600	\$ 600
Costo de MP ofertado por el proveedor				\$ 4.500
Variación de los costos (10%)				\$ 450
Costo total de la preparación del plato				\$ 4.950

FICHA TÉCNICA				
CATEGORÍA		POSTRE		
<b>NOMBRE DEL PRODUCTO</b>	Batido de Proteínas			
<b>PORCIONES DEL PLATO</b>	96 gramos de clara de huevo 150 gramos de banano 25 onzas de yogurt natural griego			
<b>IMAGEN DEL PLATO</b>				
RECETA ESTÁNDAR				
INGREDIENTES				
NOMBRE	CANTIDAD	UNIDAD	VALOR/CANT.	TOTAL
Clara de huevo	96 gr	gr	\$ 900	\$ 900
Banano	150 gr	gr	\$ 500	\$ 500
Yogurt natural griego	400 ml	ml	\$ 1.000	\$ 1.000
Costo de MP ofertado por el proveedor				\$ 2.400
Variación de los costos (10%)				\$ 240
Costo total de la preparación del plato				\$ 2.640



**ANEXO F**  
**MÉTODOS DE TRABAJO DE LOS PRODUCTOS DEL RESTAURANTE “Kalú”**

<b>MÉTODO DE TRABAJO “Pídeme”</b>	
Traslado de la materia prima al área de producción	El auxiliar de cocina debe retirar de la nevera las moras y frambuesas, de igual forma debe sacar de las estanterías el aceite de oliva extra virgen, el vinagre de manzana, el cuscús integral, las almendras y nueces que ya se encuentran debidamente en empaques con la cantidad de gramos necesaria; debe dirigirse al área de producción con todos ellos.
Cocción de los productos en la parrilla	El auxiliar de chef debe garantizar la temperatura adecuada, luego se coloca en el sartén los 70 gr de cuscús, acompañados por el aceite de oliva extra virgen (3oz) y el vinagre de manzana (3oz), se mezcla por 2 minutos, simultáneamente en otro sartén se tostarán las almendras a fuego medio-alto, se agrega las nueces y cocina, revolviendo, hasta que se doren ligeramente y despidan su aroma (2 minutos); se sirve en el plato adecuado se coloca la mezcla de cuscús, se agregan las bayas (moras y frambuesas), y por último se riegan de manera suave las almendras y nueces.
Alistar plato para servir el pedido e inspeccionar	El auxiliar de cocina debe decorar el plato y verificar que cumpla con todos los requisitos, después de esto, el auxiliar debe llevar el plato a la barra, en donde el mesero lo recibirá y se desplazará a la mesa y finalmente entregará al cliente que realizó el pedido.

<b>MÉTODO DE TRABAJO “Do It”</b>	
Traslado de la materia prima al área de producción	El auxiliar de cocina debe retirar de la nevera el yogur natural griego, la mayonesa, los pimentones que están debidamente cortados en trozos, la mezcla de la casa, el extracto de limón, después debe dirigirse al refrigerador sacar las dos unidades de palitos de cangrejo, después debe sacar de las estanterías el aguacate, el cual se encuentra dentro de una bolsa de papel para su conservación, finalmente debe dirigirse al área de producción con todos ellos.
Cocción de los productos en la parrilla	El auxiliar de chef debe garantizar la temperatura adecuada, luego se coloca en el sartén las 2 unidades de palitos de cangrejo, acompañados por el aceite de oliva extra virgen (3oz) se fríen aproximadamente 10 minutos, simultáneamente en otro sartén se freirán los trozos de pimentón con la mezcla de la casa, se agrega el yogur y la mayonesa (3 minutos). Se procede a retirar los palitos de cangrejo se pican en pequeños trozos, después se parte a la mitad el aguacate, se retira la pepa del aguacate y se revisa que no quede ningún pedazo de la pepa, seguido se sirve en el plato de la siguiente manera, se coloca la mezcla (pimentones, mezcla de la casa, yogur, mayonesa) sobre las dos mitades de los aguacates, se agregan los trozos de palitos de cangrejo, y se aplican las onzas del extracto de limón.
Alistar plato para servir el pedido e inspeccionar	El auxiliar de cocina debe decorar el plato y verificar que cumpla con todos los requisitos, después de esto, el auxiliar debe llevar el plato a la barra, en donde el mesero lo recibirá y se desplazará a la mesa y finalmente entregará al cliente que realizó el pedido.

<b>MÉTODO DE TRABAJO “Hot spicy Mexican”</b>	
Traslado de la materia prima al área de producción	El auxiliar de cocina debe retirar de la nevera los tomates cherry, el pepino inglés, cebolla roja, jugo de lima, cilantro y limón verde, después debe dirigirse al refrigerador sacar los camarones, después debe sacar de las estanterías el aguacate, el cual se encuentra dentro de una bolsa de papel para su conservación, además de sacar el picante, sal y pimienta, finalmente debe dirigirse al área de producción con todos ellos.
Cocción de los productos en la parrilla	El auxiliar de chef debe sacar de la nevera los 450 gr de camarón, acompañados con sal (los camarones ya se encuentran limpios y cocidos previamente), se dejan reposar aproximadamente 10 minutos, luego se dispone en una copa a realizar la mezcla de todos los ingredientes.
Alistar plato para servir el pedido e inspeccionar	El auxiliar de cocina debe decorar el plato y verificar que cumpla con todos los requisitos, después de esto, el auxiliar debe llevar el plato a la barra, en donde el mesero lo recibirá y se desplazará a la mesa y finalmente entregará al cliente que realizó el pedido.

<b>MÉTODO DE TRABAJO “Miss KALÚ”</b>	
Traslado de la materia prima al área de producción	El auxiliar de cocina debe retirar de la nevera el queso parmesano, el jamón inglés, la lechuga crespita, extracto de limón, mayonesa y el ajo, después debe dirigirse al refrigerador sacar el pollo, después debe sacar de las estanterías el aceite de oliva extra virgen, los dados de pan tostado y el vinagre de vino, finalmente debe dirigirse al área de producción con todos ellos.
Cocción de los productos en la parrilla	<p>El chef debe garantizar la temperatura adecuada, luego se coloca en el sartén los 350 gr de pollo, acompañados por el aceite de oliva extra virgen (3oz) y el vinagre de vino ( 5 oz), se deja freír hasta que la pechuga de pollo este completamente cocida (aproximadamente 15 minutos), la cual se sirve en un plato.</p> <p>Por otro lado simultáneamente en otro sartén se fríe 100 gramos de pollo el cual se cortará en trozos después de ser freído para la ensalada (de 10 minutos); por otra parte se prepara los demás ingredientes de la ensalada de esta forma; se debe lavar bien la lechuga, escurrir y cortar en trozos con la mano, además se debe picar el jamón inglés en cubitos, se mezclan la lechuga, el pollo y el jamón con la vinagreta mix de la casa (la cual está preparada con anterioridad), se debe rallar el queso parmesano con la parte mediana del rallador para decorar y agregar daditos de pan tostado, finalmente se procede a servir en un recipiente.</p>
Alistar plato para servir el pedido e inspeccionar	El auxiliar de cocina recoge los dos platos, los decora y verificar que cumplan con todos los requisitos, después de esto, el auxiliar debe llevar el plato a la barra, en donde el mesero lo recibirá y se desplazará a la mesa y finalmente entregará al cliente que realizó el pedido.

<b>MÉTODO DE TRABAJO “Hinojo”</b>	
Traslado de la materia prima al área de producción	El auxiliar de cocina debe retirar de la nevera el bulbo de hinojo, el tomate, el pimentón amarillo y el extracto de limón, después debe dirigirse al refrigerador sacar la carne de res y la yuca, después debe sacar de las estanterías el aceite de oliva extra virgen, la sal y la pimienta negra, finalmente debe dirigirse al área de producción con todos ellos.
Cocción de los productos en la parrilla	<p>El chef debe garantizar la temperatura adecuada, luego se coloca en el sartén los 350 gr de carne de res, acompañados por el aceite de oliva extra virgen (3oz) y el vinagre de manzana (3 oz), se deja freír hasta que la carne de res este completamente cocida (aproximadamente 20 minutos), la cual se sirve en un plato.</p> <p>Por otro lado simultáneamente en otro sartén se fríe 40 gramos de yuca el cual se cortará en trozos después de ser freído, la cual se sirve en un recipiente pequeño.</p> <p>Para la ensalada se debe lavar y cortar el bulbo de hinojo en juliana fina, lavar bien los tomates y cortar en cuñas, picar el pimentón amarillo en tiras y poner todos los vegetales en un bol grande y mezclar, batir en el aceite de oliva (2 oz) con el zumo de limón un poco de sal y pimienta negra y de nuevo mezclar, finalmente se procede a servir en un recipiente.</p>
Alistar plato para servir el pedido e inspeccionar	El auxiliar de cocina recoge los tres platos, los decora y verificar que cumplan con todos los requisitos, después de esto, el auxiliar debe llevar el plato a la barra, en donde el mesero lo recibirá y se desplazará a la mesa y finalmente entregará al cliente que realizó el pedido.

<b>MÉTODO DE TRABAJO “La Caballa”</b>	
Traslado de la materia prima al área de producción	El auxiliar de cocina debe retirar del refrigerador la caballa y de la nevera la espinaca, la pera, cebolla roja, extracto de limón y la mostaza, además debe ir a las estanterías por el aceite de oliva extra virgen y, la sal y la pimienta, finalmente debe dirigirse al área de producción con todos ellos.
Cocción de los productos en la parrilla	<p>El chef debe garantizar la temperatura adecuada, luego se coloca en el horno los 120 gr caballa, acompañados por el aceite de oliva extra virgen (2 oz), se deja hornear hasta que la caballa este completamente cocida (aproximadamente 20 minutos), la cual se sirve en un plato.</p> <p>Por otro lado se tiene que lavar bien la espinaca, escurrirla y cortar en trozos con las manos, la pera se lavará y cortará en cascotes, la cebolla roja debe mezclar con el extracto de limón, la mostaza Dijon, el aceite extra virgen de oliva (2 oz), sal y pimienta, se mezcla y finalmente se procede a servir en un recipiente.</p>
Alistar plato para servir el pedido e inspeccionar	El auxiliar de cocina recoge los dos platos, los decora y verificar que cumplan con todos los requisitos, después de esto, el auxiliar debe llevar el plato a la barra, en donde el mesero lo recibirá y se desplazará a la mesa y finalmente entregará al cliente que realizó el pedido.

<b>MÉTODO DE TRABAJO PARA BEBIDA “Hierbabuena”</b>	
Traslado de la materia prima al área de producción	El auxiliar de cocina debe retirar de la nevera la hierbabuena, los limones, el jengibre y el agua, además debe ir a las estanterías por la Stevia, finalmente debe dirigirse al área de producción con todos ellos.
Preparación del producto	El auxiliar de Chef debe licuar el agua, los limones, la Stevia, y 18 gramos de hierbabuena, colar por el lado más fino del colador la mezcla y servir en un vaso, además debe rayar los 15 gramos de jengibre, al finalizar agregar el jengibre y los 2 gramos de hierbabuena.
Alistar plato para servir el pedido e inspeccionar	El auxiliar de cocina recoge el vaso, lo decora y verificar que cumplan con todos los requisitos, después de esto, el auxiliar debe llevar el plato a la barra, en donde el mesero lo recibirá y se desplazará a la mesa y finalmente entregará al cliente que realizó el pedido.

<b>MÉTODO DE TRABAJO PARA BEBIDA “Jugo de Mandarina”</b>	
Traslado de la materia prima al área de producción	El auxiliar de cocina debe retirar de la nevera las mandarina y el agua, además debe ir a las estanterías por la Stevia, finalmente debe dirigirse al área de producción con todos ellos.
Preparación del producto	El auxiliar de Chef debe licuar el agua, las mandarinas, la Stevia, y al finalizar pasará la mezcla licuada al vaso.
Alistar plato para servir el pedido e inspeccionar	El auxiliar de cocina recoge el vaso, lo decora y verificar que cumplan con todos los requisitos, después de esto, el auxiliar debe llevar el plato a la barra, en donde el mesero lo recibirá y se desplazará a la mesa y finalmente entregará al cliente que realizó el pedido.

<b>MÉTODO DE TRABAJO PARA BEBIDA “Limonada de Coco”</b>	
Traslado de la materia prima al área de producción	El auxiliar de cocina debe retirar de la nevera los limones y el agua, además debe ir a las estanterías por la el coco rallado, la crema de coco y la hierbabuena, finalmente debe dirigirse al área de producción con todos ellos.
Preparación del producto	El auxiliar de Chef debe licuar el agua, la crema de coco, los limones y al finalizar pasará la mezcla licuada al vaso y le agregada el coco rallado y las hojas de hierbabuena.
Alistar plato para servir el pedido e inspeccionar	El auxiliar de cocina recoge el vaso, lo decora y verificar que cumplan con todos los requisitos, después de esto, el auxiliar debe llevar el plato a la barra, en donde el mesero lo recibirá y se desplazará a la mesa y finalmente entregará al cliente que realizó el pedido.

<b>MÉTODO DE TRABAJO PARA BEBIDA “Jugo de Guanábana”</b>	
Traslado de la materia prima al área de producción	El auxiliar de cocina debe retirar de la nevera la guanábana (sin pepas) y el agua, además debe ir a las estanterías por la Stevia, finalmente debe dirigirse al área de producción con todos ellos.
Preparación del producto	El auxiliar de Chef debe licuar el agua, la guanábana (sin pepas), la Stevia, y al finalizar pasará la mezcla licuada al vaso.
Alistar plato para servir el pedido e inspeccionar	El auxiliar de cocina recoge el vaso, lo decora y verificar que cumplan con todos los requisitos, después de esto, el auxiliar debe llevar el plato a la barra, en donde el mesero lo recibirá y se desplazará a la mesa y finalmente entregará al cliente que realizó el pedido.

<b>MÉTODO DE TRABAJO “Mix de Frutos Secos”</b>	
Traslado de la materia prima al área de producción	El auxiliar de cocina debe retirar de las estanterías el maní sin sal, las habas picantes, el maíz tostado en aceite vegetal, los arándanos, finalmente debe dirigirse al área de producción con todos ellos.
Preparación del producto	El auxiliar de Chef debe empacar el gramaje adecuado en una bolsa transparente, según como lo haya solicitado el cliente.
Alistar plato para servir el pedido e inspeccionar	El auxiliar de cocina recoge el paquete del mix de frutos secos, lo decora y verificar que cumplan con todos los requisitos, después de esto, el auxiliar debe llevar el plato a la barra, en donde el mesero lo recibirá y se desplazará a la mesa y finalmente entregará al cliente que realizó el pedido.

<b>MÉTODO DE TRABAJO “Parfait”</b>	
Traslado de la materia prima al área de producción	El auxiliar de cocina debe retirar de la nevera los frutos rojos, las cerezas, los duraznos el yogurt natural griego, después debe ir a la estantería por la avena, todo en el gramaje adecuado finalmente debe dirigirse al área de producción con todos ellos.
Preparación del producto	El auxiliar de Chef debe ubicar por capaz de la siguiente manera; la capa del fondo debe ser de frutos rojos, seguido de yogurt, seguido de una capa de cerezas, avena, durazno y para finalizar de nuevo yogurt todo esto en un vaso transparente.
Alistar plato para servir el pedido e inspeccionar	El auxiliar de cocina recoge el vaso, lo decora y verificar que cumplan con todos los requisitos, después de esto, el auxiliar debe llevar el plato a la barra, en donde el mesero lo recibirá y se desplazará a la mesa y finalmente entregará al cliente que realizó el pedido.

<b>MÉTODO DE TRABAJO “Batido de Proteínas”</b>	
Traslado de la materia prima al área de producción	El auxiliar de cocina debe retirar de la nevera los huevos, el banano, las cerezas y el yogurt natural griego, todo en el gramaje adecuado finalmente debe dirigirse al área de producción con todos ellos.
Preparación del producto	El auxiliar de Chef debe licuar las claras de huevo, el banano y el yogurt natural griego y al finalizar pasará la mezcla licuada al vaso.
Alistar plato para servir el pedido e inspeccionar	El auxiliar de cocina recoge el vaso, lo decora y verificar que cumplan con todos los requisitos, después de esto, el auxiliar debe llevar el plato a la barra, en donde el mesero lo recibirá y se desplazará a la mesa y finalmente entregará al cliente que realizó el pedido.

**ANEXO G**  
**DIAGRAMAS DE PROCESOS**

**DIAGRAMA DE PROCESOS N° 2**

Nombre del Proceso: Entrada Do It  
 Diagramado por los autores del proyecto: Lucía Barón y Camila Quintero  
 Proceso inicial: Retirar del refrigerador los productos que contiene el plato  
 Proceso final: Transportar pedido al comensal

**CUADRO RESUMEN**

SÍMBOLO	DESCRIPCIÓN	CANT.	T. (Min)	D. (Mts)
●	Operación	10	18,81	7,11
➡	Transporte	3	0,47	8,30
■	Inspección	2	0,20	0,00
▼	Almacenamiento	0	0,00	0,00
⌒	Demoras	0	0,00	0,00

Plato: Do It



N°	DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	SÍMBOLO	T. (Min)	D. (Mts)
1	Retirar de la nevera yogur natural griego, mayonesa, pimentones, la mezcla de la casa y extracto de limón y del refrigerador dos unidades de palitos de cangrejo	● ➡ ■ ▼ ⌒	0,10	3,65
2	Retirar de las estanterías el aguacate	● ➡ ■ ▼ ⌒	0,06	1,00
3	Traslado de materia prima al área de producción	○ ➡ ■ ▼ ⌒	0,16	4,00
4	Alistamiento de la parrilla y sartén a temperaturas adecuadas	● ➡ ■ ▼ ⌒	1,00	0,00
5	Colocar en el sartén 2 unidades de palitos de cangrejo, acompañados por el aceite de oliva extra virgen (3oz)	● ➡ ■ ▼ ⌒	10,00	0,00
6	Simultáneamente en otro sartén se freirán los trozos de pimentón con la mezcla de la casa, se agrega el yogur y la mayonesa	● ➡ ■ ▼ ⌒	3,00	2,46
7	Traslado de alimentos cocidos y preparados al área de preparación.	○ ➡ ■ ▼ ⌒	0,16	2,25
8	Se pican en pequeños trozos los palitos de cangrejo	● ➡ ■ ▼ ⌒	1,45	0,00
9	Se parte a la mitad el aguacate, se retira la pepa del aguacate	● ➡ ■ ▼ ⌒	1,30	0,00
10	Se revisa que no quede ningún pedazo de la pepa	○ ➡ ■ ▼ ⌒	0,10	0,00
11	Se sirve en el plato adecuado se coloca la mezcla (pimentones, mezcla de la casa, yogur, mayonesa) sobre las dos mitades de los aguacates	● ➡ ■ ▼ ⌒	1,30	0,00
12	Se agregan los trozos de palitos de cangrejo	● ➡ ■ ▼ ⌒	0,30	0,00
13	Se aplican las onzas del extracto de limón y decora el plato	● ➡ ■ ▼ ⌒	0,30	0,00
14	Verificación que cumpla con todos los requisitos	○ ➡ ■ ▼ ⌒	0,10	0,00
16	Transportar el plato a la barra	○ ➡ ■ ▼ ⌒	0,15	2,05
<b>Total</b>			<b>19,48</b>	<b>15,41</b>



### DIAGRAMA DE PROCESOS N° 3

Nombre del Proceso: Entrada Hot spicy Mexican  
 Diagramado por los autores del proyecto: Lucía Barón y Camila Quintero  
 Proceso inicial: Retirar del refrigerador los productos que contiene el plato  
 Proceso final: Transportar pedido al comensal

#### CUADRO RESUMEN

SÍMBOLO	DESCRIPCIÓN	CANT.	T. (Min)	D. (Mts)
●	Operación	6	22,05	4,65
➡	Transporte	3	0,47	8,30
■	Inspección	1	0,10	0,00
▼	Almacenamiento	0	0,00	0,00
D	Demoras	0	0,00	0,00

Plato: Hot spicy Mexican



N°	DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	SÍMBOLO	T. (min)	D. (Mts)
1	Retirar de la nevera tomates cherry, pepino inglés, cebolla roja, jugo de lima, cilantro y limón verde; y del refrigerador los camarones	● ➡ ■ ▼ D	0,10	3,65
2	Retirar de las estanterías el aguacate, picante, sal y pimienta	● ➡ ■ ▼ D	0,10	1,00
3	Traslado de materia prima al área de producción	○ ➡ ■ ▼ D	0,16	4,00
6	Se retiran los camarones de la los retira y los deja en reposo	● ➡ ■ ▼ D	10,00	0,00
7	Simultáneamente preparar mise en place del plato	● ➡ ■ ▼ D	10,00	0,00
8	Traslado de alimentos cocidos y preparados al área de preparación.	○ ➡ ■ ▼ D	0,16	2,25
9	Se sirve en el plato en una Copa se coloca la mezcla	● ➡ ■ ▼ D	1,30	0,00
10	Se agregan los camarones	● ➡ ■ ▼ D	0,30	0,00
11	Se decora el plato	● ➡ ■ ▼ D	0,25	0,00
12	Verificación que cumpla con todos los requisitos	○ ➡ ■ ▼ D	0,10	0,00
13	Transportar el plato a la barra	○ ➡ ■ ▼ D	0,15	2,05
<b>Total</b>			<b>22,62</b>	<b>12,95</b>

**DIAGRAMA DE PROCESOS N° 4**

Nombre del Proceso: Plato Fuerte Miss KALÚ  
 Diagramado por los autores del proyecto: Lucía Barón y Camila Quintero  
 Proceso inicial: Retirar del refrigerador los productos que contiene el plato  
 Proceso final: Transportar pedido al comensal

**CUADRO RESUMEN**

SÍMBOLO	DESCRIPCIÓN	CANT.	T. (Min)	D. (Mts)
●	Operación	9	37,2	9,65
➡	Transporte	3	0,47	8,30
■	Inspección	1	0,10	0,00
▼	Almacenamiento	0	0,00	0,00
⌒	Demoras	0	0,00	0,00

Plato: Miss KALU



N°	DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	SÍMBOLO	T. (MIN)	D. (MTS)
1	Retirar de la nevera queso parmesano, jamón inglés, lechuga crespas, extracto de limón, mayonesa y ajo; y del refrigerador retirar el pollo	● ➡ □ ▼ ⌒	0,15	3,65
2	Retirar de las estanterías aceite de oliva extra virgen, dados de pan tostado y vinagre de vino	● ➡ □ ▼ ⌒	0,15	1,00
3	Traslado de materia prima al área de producción	○ ➡ □ ▼ ⌒	0,16	4,00
4	Alistamiento de la parrilla y sartén a temperaturas adecuadas	● ➡ □ ▼ ⌒	1,00	0,00
5	Colocar en el sartén los 350 gr de pollo, acompañados por el aceite de oliva extra virgen (3oz) y el vinagre de vino ( 5 oz)	● ➡ □ ▼ ⌒	15,00	0,00
6	Simultáneamente en otro sartén se freirán 100 gramos de pollo	● ➡ □ ▼ ⌒	10,00	0,00
7	Traslado de alimentos cocidos y preparados al área de preparación.	○ ➡ □ ▼ ⌒	0,16	2,25
8	Preparación de los demás ingredientes de la ensalada (se debe lavar bien la lechuga, escurrir y cortar en trozos con la mano, además se debe picar el jamón inglés en cubitos)	● ➡ □ ▼ ⌒	7,00	5,00
9	Preparación de la mezcla la lechuga, el pollo y el jamón con la vinagreta mix de la casa y rallar queso	● ➡ □ ▼ ⌒	1,30	0,00
11	Decoración del plato (Rallar queso y agregar daditos de pan tostado)	● ➡ □ ▼ ⌒	2,30	0,00
12	Se sirve en el plato adecuado	● ➡ □ ▼ ⌒	0,30	0,00
13	Verificación que cumpla con todos los requisitos	○ ➡ ■ ▼ ⌒	0,10	0,00
14	Transportar el plato a la barra	○ ➡ □ ▼ ⌒	0,15	2,05
<b>Total</b>			<b>37,77</b>	<b>17,95</b>

**DIAGRAMA DE PROCESOS N° 5**

Nombre del Proceso: Plato fuerte Hinojo  
 Diagramado por los autores del proyecto: Lucía Barón y Camila Quintero  
 Proceso inicial: Retirar del refrigerador los productos que contiene el plato  
 Proceso final: Transportar pedido al comensal

**CUADRO RESUMEN**

SÍMBOLO	DESCRIPCIÓN	CANT.	T. (Min)	D. (Mts)
●	Operación	11	37,5	9,65
➔	Transporte	3	0,47	8,30
■	Inspección	1	0,10	0,00
▼	Almacenamiento	0	0,00	0,00
⌒	Demoras	0	0,00	0,00

Plato: Hinojo



N°	DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	SÍMBOLO	T. (Min)	D. (Mts)
1	Retirar de la nevera bulbo de hinojo, tomate, pimentón amarillo y el extracto de limón; y del refrigerador sacar la carne de res y la yuca	● ➔ □ ▼ ⌒	0,15 min	3,65
2	Retirar de las estanterías aceite de oliva extra virgen y la sal y la pimienta negra	● ➔ □ ▼ ⌒	0,15 min	1,00
3	Traslado de materia prima al área de producción	○ ➔ □ ▼ ⌒	0,16 min	4,00
4	Alistamiento de la parrilla y sartén a temperaturas adecuadas	● ➔ □ ▼ ⌒	1,00 min	0,00
5	Colocar en el sartén 350 gr de carne de res, acompañados por el aceite de oliva extra virgen (3oz) y el vinagre de manzana (3 oz)	● ➔ □ ▼ ⌒	20,00 min	0,00
6	Simultáneamente en otro sartén se freirán 40 gramos de yuca	● ➔ □ ▼ ⌒	5,00 min	0,00
7	Se sirve la carne	● ➔ □ ▼ ⌒	0,20 min	0,00
8	Traslado de alimentos cocidos y preparados al área de preparación.	○ ➔ □ ▼ ⌒	0,16 min	2,25
9	Se pican en pequeños trozos la yuca y se sirve en un recipiente pequeño	● ➔ □ ▼ ⌒	1,00 min	0,00
10	Lavar y cortar de manera adecuada las verduras de la ensalada	● ➔ □ ▼ ⌒	8,00 min	5,00
11	Colocar todos los vegetales en un bol grande y mezclar, batir en el aceite de oliva (2 oz) con el zumo de limón un poco de sal y pimienta negra	● ➔ □ ▼ ⌒	0,25 min	0,00
12	Se sirve en el plato adecuado los tres platos	● ➔ □ ▼ ⌒	1,45 min	0,00
13	Se decora el plato	● ➔ □ ▼ ⌒	0,30 min	0,00
14	Verificación que cumpla con todos los requisitos	○ ➔ ■ ▼ ⌒	0,10 min	0,00
15	Transportar el plato a la barra	○ ➔ □ ▼ ⌒	0,15 min	2,05
<b>Total</b>			<b>38,07 min</b>	<b>17,95</b>

**DIAGRAMA DE PROCESOS N° 6**

Nombre del Proceso: Plato fuerte Huamantanga  
 Diagramado por los autores del proyecto: Lucía Barón y Camila Quintero  
 Proceso inicial: Retirar del refrigerador los productos que contiene el plato  
 Proceso final: Transportar pedido al comensal

**CUADRO RESUMEN**

SÍMBOLO	DESCRIPCIÓN	CANT.	T. (Min)	D. (Mts)
●	Operación	11	65,2	7,15
➔	Transporte	3	0,47	8,30
■	Inspección	1	0,10	0,00
▼	Almacenamiento	0	0	0,00
⌒	Demoras	0	0	0,00

Plato: Huamantanga



N°	DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	SÍMBOLO	T. (Min)	D. (Mts)
1	Retirar de la nevera huevos, queso en cubos, yogurt natural griego y extracto de limón; y del refrigerador sacar el salmón	● ➔ □ ▼ ⌒	0,15	3,65
2	Retirar de las estanterías aceite de oliva extra virgen, la papa Huamantanga, aceitunas, perejil, sal, pimienta y aguacate.	● ➔ □ ▼ ⌒	0,15	1,00
3	Traslado de materia prima al área de producción	○ ➔ ➔ □ ▼ ⌒	0,16	4,00
4	Alistamiento de la parrilla y sartén a temperaturas adecuadas	● ➔ □ ▼ ⌒	1,00	0,00
5	Colocar en el sartén 300 gr de salmón, acompañados por el aceite de oliva extra virgen (3oz)	● ➔ □ ▼ ⌒	15,00	0,00
6	Simultáneamente se pone en una olla con agua a sancochar las papas	● ➔ □ ▼ ⌒	15,00	1,50
7	Simultáneamente en otra olla se deben poner a hervir los huevos hasta que estos estén bien cocidos	● ➔ □ ▼ ⌒	15,00	0,00
8	Traslado de alimentos cocidos y preparados al área de preparación.	○ ➔ ➔ □ ▼ ⌒	0,16	2,25
9	Se pelan y se cortan en rodajas las papas Huamantanga	● ➔ □ ▼ ⌒	5,00	0,00
10	Se pelan y se pican en pequeños trozos los huevos cocidos	● ➔ □ ▼ ⌒	5,00	0,00
11	Se prepara la salsa de palta	● ➔ □ ▼ ⌒	5,00	0,00
12	Se sirve en el plato adecuado todos los elementos de la ensalada y se le agrega de ultimas la salsa de palta, los huevos, las aceitunas por la mitad, el queso y el perejil, se mezcla.	● ➔ □ ▼ ⌒	3,45	0,00
13	Se recogen los dos platos y se decoran	● ➔ □ ▼ ⌒	0,45	1,00
14	Verificación que cumpla con todos los requisitos	○ ➔ ■ ▼ ⌒	0,10	0,00
15	Transportar el plato a la barra	○ ➔ ➔ □ ▼ ⌒	0,15	2,05
<b>Total</b>			<b>65,77</b>	<b>15,45</b>

**DIAGRAMA DE PROCESOS N° 7**

Nombre del Proceso: Plato fuerte El Internacional  
 Diagramado por los autores del proyecto: Lucía Barón y Camila Quintero  
 Proceso inicial: Retirar del refrigerador los productos que contiene el plato  
 Proceso final: Transportar pedido al comensal

**CUADRO RESUMEN**

SÍMBOLO	DESCRIPCIÓN	CANT.	T. (Min)	D. (Mts)
●	Operación	8	33,65	6,15
➔	Transporte	3	0,47	8,30
■	Inspección	1	0,10	0,00
▼	Almacenamiento	0	0,00	0,00
⌒	Demoras	0	0,00	0,00

Plato: El Internacional



N°	DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	SÍMBOLO	T. (Min)	D. (Mts)
1	Retirar de la nevera albaricoque, la pecana y la lechuga; y del refrigerador sacar el pollo	● ➔ □ ▼ ⌒	0,15	3,65
2	Retirar de las estanterías aceite de oliva extra virgen, el vinagre de vino, sal y pimienta	● ➔ □ ▼ ⌒	0,15	1,00
3	Traslado de materia prima al área de producción	○ ➔ ➔ □ ▼ ⌒	0,16	4,00
4	Alistamiento de la parrilla y horno a temperaturas adecuadas	● ➔ □ ▼ ⌒	1,00	0,00
5	Colocar en el horno los 350 gr de pollo, acompañados por el aceite de oliva extra virgen (5 oz) y el vinagre de vino ( 3 oz)	● ➔ □ ▼ ⌒	15,00	0,00
6	Se sirve en un plato la pechuga	● ➔ □ ▼ ⌒	0,35	0,00
7	Traslado de alimentos cocidos y preparados al área de preparación.	○ ➔ ➔ □ ▼ ⌒	0,16	2,25
8	Se prepara la ensalada (pecana, albaricoque, lechuga y panela)	● ➔ □ ▼ ⌒	15,00	0,00
9	Se sirve en el plato adecuado todos los elementos de la ensalada	● ➔ □ ▼ ⌒	1,00	0,00
10	Se recogen los dos platos y se decoran	● ➔ □ ▼ ⌒	1,00	1,50
11	Verificación que cumpla con todos los requisitos	○ ➔ ■ ▼ ⌒	0,10	0,00
12	Transportar el plato a la barra	○ ➔ ➔ □ ▼ ⌒	0,15	2,05
<b>Total</b>			34,22	14,45

**DIAGRAMA DE PROCESOS N° 8**

Nombre del Proceso: Plato fuerte La Caballa  
 Diagramado por los autores del proyecto: Lucía Barón y Camila Quintero  
 Proceso inicial: Retirar del refrigerador los productos que contiene el plato  
 Proceso final: Transportar pedido al comensal

**CUADRO RESUMEN**

SÍMBOLO	DESCRIPCIÓN	CANT.	T. (Min)	D. (Mts)
●	Operación	7	36,2	16,65
➔	Transporte	3	0,47	8,00
■	Inspección	1	0,10	0,00
▼	Almacenamiento	0	0,00	0,00
⌒	Demoras	0	0,00	0,00

Plato: La Caballa



N°	DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	SÍMBOLO	T. (Min)	D. (Mts)
1	Retirar de la nevera huevos, espinaca, la pera, cebolla roja, extracto de limón y la mostaza; y del refrigerador sacar la caballa	● ➔ □ ▼ ⌒	0,15	3,65
2	Retirar de las estanterías aceite de oliva extra virgen, la sal y la pimienta	● ➔ □ ▼ ⌒	0,15	1,00
3	Traslado de materia prima al área de producción	○ ➔ □ ▼ ⌒	0,16	3,70
4	Alistamiento de la parrilla y horno a temperaturas adecuadas	● ➔ □ ▼ ⌒	1,00	0,00
5	Colocar en el horno los 120 gr caballa, acompañados por el aceite de oliva extra virgen (2 oz)	● ➔ □ ▼ ⌒	20,00	0,00
6	Traslado de alimentos cocidos y preparados al área de preparación.	○ ➔ □ ▼ ⌒	0,16	2,25
7	Se lavan y cortan los elementos de la ensalada (espinaca, pera), la cebolla roja se mezcla con el extracto de limón, la mostaza Dijon, el aceite extra virgen de oliva (2 oz), sal y pimienta	● ➔ □ ▼ ⌒	10,00	7,00
8	Se sirve en el plato adecuado todos los elementos de la ensalada	● ➔ □ ▼ ⌒	3,45	0,00
9	Se recogen los dos platos y se decoran	● ➔ □ ▼ ⌒	1,45	5,00
10	Verificación que cumpla con todos los requisitos	○ ➔ ■ ▼ ⌒	0,10	0,00
11	Transportar el plato a la barra	○ ➔ □ ▼ ⌒	0,15	2,05
<b>Total</b>			<b>36,77</b>	<b>24,65</b>

**DIAGRAMA DE PROCESOS N° 9**

Nombre del Proceso: Bebida Hierbabuena  
 Diagramado por los autores del proyecto: Lucía Barón y Camila Quintero  
 Proceso inicial: Retirar del refrigerador los productos que contiene el plato  
 Proceso final: Transportar pedido al comensal

**CUADRO RESUMEN**

SÍMBOLO	DESCRIPCIÓN	CANT.	T (Min)	D. (Mts)
●	Operación	8	5,80	4,65
➔	Transporte	2	0,31	5,75
■	Inspección	1	0,10	0,00
▼	Almacenamiento	0	0,00	0,00
⌒	Demoras	0	0,00	0,00

Plato: Hierbabuena



N°	DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	SÍMBOLO	T. (Min)	D. (Mts)
1	Retirar de la nevera hierbabuena, limones, jengibre y agua	● ➔ □ ▼ ⌒	0,15	3,65
2	Retirar de las estanterías Stevia	● ➔ □ ▼ ⌒	0,10	1,00
3	Traslado de materia prima al área de producción	○ ➔ □ ▼ ⌒	0,16	3,70
4	Alistamiento de la licuadora	● ➔ □ ▼ ⌒	0,30	0,00
5	Licuar el agua, los limones, la Stevia, y 18 gramos de hierbabuena	● ➔ □ ▼ ⌒	4,00	0,00
6	Colar por el lado más fino del colador la mezcla y servir en un vaso	● ➔ □ ▼ ⌒	0,45	0,00
7	Rayar los 15 gramos de jengibre	● ➔ □ ▼ ⌒	0,45	0,00
8	A la bebida una vez servida agregar el jengibre y los 2 gramos de hierbabuena	● ➔ □ ▼ ⌒	0,30	0,00
8	Decorar la bebida	● ➔ □ ▼ ⌒	0,05	0,00
9	Verificar que cumpla con todos los requisitos	○ ➔ ■ ▼ ⌒	0,10	0,00
10	Transportar el plato a la barra	○ ➔ □ ▼ ⌒	0,15	2,05
<b>Total</b>			6,21	10,40

**DIAGRAMA DE PROCESOS N° 10**

Nombre del Proceso: Bebida Jugo de Mandarina  
 Diagramado por los autores del proyecto: Lucía Barón y Camila Quintero  
 Proceso inicial: Retirar del refrigerador los productos que contiene el plato  
 Proceso final: Transportar pedido al comensal

**CUADRO RESUMEN**

SÍMBOLO	DESCRIPCIÓN	CANT.	T. (Min)	D. (Mts)
●	Operación	6	5,05	4,65
➔	Transporte	2	0,31	5,75
■	Inspección	1	0,10	0,00
▼	Almacenamiento	0	0,00	0,00
◐	Demoras	0	0,00	0,00

Plato: Jugo de Mandarina



N°	DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	SÍMBOLO	T. (Min)	D. (Mts)
1	Retirar de la nevera mandarina y agua	● ➔ ■ ▼ ◐	0,15	3,65
2	Retirar de las estanterías Stevia	● ➔ ■ ▼ ◐	0,10	1,00
3	Traslado de materia prima al área de producción	○ ➔ ■ ▼ ◐	0,16	3,70
4	Alistamiento de la licuadora	● ➔ ■ ▼ ◐	0,30	0,00
5	Licuar el agua, mandarinas y Stevia	● ➔ ■ ▼ ◐	4,00	0,00
6	Colar por el lado más fino del colador la mezcla y servir en un vaso	● ➔ ■ ▼ ◐	0,45	0,00
7	Decorar la bebida	● ➔ ■ ▼ ◐	0,05	0,00
8	Verificar que cumpla con todos los requisitos	○ ➔ ■ ▼ ◐	0,10	0,00
9	Transportar el plato a la barra	○ ➔ ■ ▼ ◐	0,15	2,05
<b>Total</b>			<b>5,46</b>	<b>10,40</b>



**DIAGRAMA DE PROCESOS N° 11**

Nombre del Proceso: Limonada de Coco  
 Diagramado por los autores del proyecto: Lucía Barón y Camila Quintero  
 Proceso inicial: Retirar del refrigerador los productos que contiene el plato  
 Proceso final: Transportar pedido al comensal

**CUADRO RESUMEN**

SÍMBOLO	DESCRIPCIÓN	CANT.	T. (Min)	D. (Mts)
●	Operación	7	5,50	4,65
➡	Transporte	2	0,31	5,75
■	Inspección	1	0,10	0,00
▽	Almacenamiento	0	0,00	0,00
D	Demoras	0	0,00	0,00

Plato: Limonada de Coco



N°	DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	SÍMBOLO	T. (Min)	D. (Mts)
1	Retirar de la nevera limones y agua	● ➡ □ ▽ D	0,15	3,65
2	Retirar de las estanterías coco rallado, crema de coco y hierbabuena	● ➡ □ ▽ D	0,10	1,00
3	Traslado de materia prima al área de producción	○ ➡ □ ▽ D	0,16	3,70
4	Alistamiento de la licuadora	● ➡ □ ▽ D	0,30	0,00
5	Licuar agua, crema de coco y los limones	● ➡ □ ▽ D	4,00	0,00
6	Colar por el lado más fino del colador la mezcla y servir en un vaso	● ➡ □ ▽ D	0,45	0,00
8	A la bebida una vez servida agregar el coco rallado y las hojas de hierbabuena	● ➡ □ ▽ D	0,45	0,00
8	Decorar la bebida	● ➡ □ ▽ D	0,05	0,00
9	Verificar que cumpla con todos los requisitos	○ ➡ ■ ▽ D	0,10	0,00
10	Transportar el plato a la barra	○ ➡ □ ▽ D	0,15	2,05
<b>Total</b>			5,91	10,40

**DIAGRAMA DE PROCESOS N° 12**

Nombre del Proceso: Bebida Jugo de Guanábana  
 Diagramado por los autores del proyecto: Lucía Barón y Camila Quintero  
 Proceso inicial: Retirar del refrigerador los productos que contiene el plato  
 Proceso final: Transportar pedido al comensal

**CUADRO RESUMEN**

SÍMBOLO	DESCRIPCIÓN	CANT.	T (Min)	D. (Mts)
●	Operación	6	4,05	4,65
➔	Transporte	2	0,31	5,75
■	Inspección	1	0,10	0,00
▼	Almacenamiento	0	0,00	0,00
⌒	Demoras	0	0,00	0,00

Plato: Jugo de Guanábana



N°	DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	SÍMBOLO	T. (Min)	D. (Mts)
1	Retirar de la nevera la guanábana (sin pepas) y el agua	● ➔ □ ▼ ⌒	0,15	3,65
2	Retirar de las estanterías Stevia	● ➔ □ ▼ ⌒	0,10	1,00
3	Traslado de materia prima al área de producción	○ ➔ ➔ □ ▼ ⌒	0,16	3,70
4	Alistamiento de la licuadora	● ➔ □ ▼ ⌒	0,30	0,00
5	Licuar el agua, la guanábana (sin pepas) y la Stevia	● ➔ □ ▼ ⌒	3,00	0,00
6	Servir la mezcla en un vaso	● ➔ □ ▼ ⌒	0,45	0,00
7	Decorar la bebida	● ➔ □ ▼ ⌒	0,05	0,00
8	Verificar que cumpla con todos los requisitos	○ ➔ ■ ▼ ⌒	0,10	0,00
9	Transportar el plato a la barra	○ ➔ ➔ □ ▼ ⌒	0,15	2,05
<b>Total</b>			<b>4,46</b>	<b>10,40</b>

**DIAGRAMA DE PROCESOS N° 13**

Nombre del Proceso: Postre Mix Frutos Secos  
 Diagramado por los autores del proyecto: Lucía Barón y Camila Quintero  
 Proceso inicial: Retirar de las estanterías productos que contiene el plato  
 Proceso final: Transportar pedido al comensal

**CUADRO RESUMEN**

SÍMBOLO	DESCRIPCIÓN	CANT.	T (Min)	D. (Mts)
●	Operación	3	1,70	3,65
➔	Transporte	2	0,31	5,70
■	Inspección	1	0,10	0,00
▼	Almacenamiento	0	0,00	0,00
◐	Demoras	0	0,00	0,00

Plato: Mix de Frutos Secos



N°	DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	SÍMBOLO	T. (Min)	D. (Mts)
1	Retirar de las estanterías maní sin sal, las habas picantes, el maíz tostado en aceite vegetal, los arándanos	● ➔ ■ ▼ ◐	0,15	3,65
2	Traslado de materia prima al área de producción	○ ➔ ■ ▼ ◐	0,16	2,65
3	Empacar el gramaje adecuado en una bolsa transparente, según como lo haya solicitado el cliente	● ➔ ■ ▼ ◐	1,30	0,00
7	Decorar el paquete del mix de frutos secos	● ➔ ■ ▼ ◐	0,25	0,00
9	Verificar que cumpla con todos los requisitos	○ ➔ ■ ▼ ◐	0,10	0,00
10	Transportar el plato a la barra	○ ➔ ■ ▼ ◐	0,15	3,05
<b>Total</b>			<b>2,11</b>	<b>9,35</b>

**DIAGRAMA DE PROCESOS N° 14**

Nombre del Proceso: Postre El Parfait  
 Diagramado por los autores del proyecto: Lucía Barón y Camila Quintero  
 Proceso inicial: Retirar del refrigerador los productos que contiene el plato  
 Proceso final: Transportar pedido al comensal

**CUADRO RESUMEN**

SÍMBOLO	DESCRIPCIÓN	CANT.	T. (Min)	D. (Mts)
●	Operación	4	8,60	4,65
➡	Transporte	2	0,31	5,75
■	Inspección	1	0,10	0,00
▼	Almacenamiento	0	0,00	0,00
⌒	Demoras	0	0,00	0,00

Plato: El Parfait



N°	Descripción del proceso	Símbolo	T. (Min)	D. (Mts)
1	Retirar de la nevera l los frutos rojos, las cerezas, los duraznos el yogurt natural griego	● ➡ ■ ▼ ⌒	0,15 min	3,65
2	Retirar de las estanterías Avena	● ➡ ■ ▼ ⌒	0,10 min	1,00
3	Traslado de materia prima al área de producción	○ ➡ ■ ▼ ⌒	0,16 min	3,70
4	En un vaso transparente ubicar por capas de la siguiente manera; la capa del fondo debe ser de frutos rojos, seguido de yogurt, seguido de una capa de cerezas, avena, durazno y para finalizar de nuevo yogurt	● ➡ ■ ▼ ⌒	8,30 min	0,00
5	Decorar el postre	● ➡ ■ ▼ ⌒	0,05 min	0,00
6	Verificar que cumpla con todos los requisitos	○ ➡ ■ ▼ ⌒	0,10 min	0,00
7	Transportar el plato a la barra	○ ➡ ■ ▼ ⌒	0,15 min	2,05
<b>Total</b>			<b>9,01 min</b>	<b>10,40</b>

**DIAGRAMA DE PROCESOS N° 15**

Nombre del Proceso: Postre El batido de Proteínas  
 Diagramado por los autores del proyecto: Lucía Barón y Camila Quintero  
 Proceso inicial: Retirar del refrigerador los productos que contiene el plato  
 Proceso final: Transportar pedido al comensal

**CUADRO RESUMEN**

SÍMBOLO	DESCRIPCIÓN	CANT.	T. (Min)	D. (Mts)
●	Operación	6	3,95	3,65
➔	Transporte	2	0,31	5,65
■	Inspección	1	0,10	0,00
▼	Almacenamiento	0	0	0,00
D	Demoras	0	0	0,00

Plato: El Batido de Proteínas



N°	Descripción del proceso	Símbolo	T.(Min)	D. (Mts)
1	Retirar de la nevera huevos, banano, cerezas y yogurt natural griego	● ➔ □ ▼ D	0,15 min	3,65
2	Traslado de materia prima al área de producción	○ ➔ □ ▼ D	0,16 min	3,65
4	Alistamiento de la licuadora	● ➔ □ ▼ D	0,30 min	0,00
5	Licuar las claras de huevo, el banano y el yogurt natural griego	● ➔ □ ▼ D	3,00 min	0,00
6	Servir la mezcla en un vaso	● ➔ □ ▼ D	0,45 min	0,00
7	Decorar el batido	● ➔ □ ▼ D	0,05 min	0,00
8	Verificar que cumpla con todos los requisitos	● ➔ ■ ▼ D	0,10 min	0,00
9	Transportar el plato a la barra	○ ➔ □ ▼ D	0,15 min	2,00
<b>Total</b>			4,36 min	9,30

**ANEXO H**  
**TIEMPOS DE PREPARACIÓN CPM/PERT**

PRED.	ACT.	DESCRIPCIÓN ACTIVIDAD	TIEMPO ESTÁNDAR	ES	LS	EF	LF	HOLGURA (LS-ES)	R.C.
---	A	Retirar las moras y frambuesas de la nevera	0,10	0,00	0,74	0,10	0,84	0,74	NO
---	B	Retirar de las estanterías aceite de oliva extra virgen, vinagre de manzana, cuscús integral, almendras y nueces	0,15	0,00	0,69	0,15	0,84	0,69	NO
AB	C	Traslado de materia prima al área de producción	0,16	0,15	0,84	0,31	1,00	0,69	NO
---	D	<b>Alistamiento de la parrilla y sartén a temperaturas adecuadas</b>	<b>1,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>1,00</b>	<b>1,00</b>	<b>0,00</b>	<b>SI</b>
CD	E	<b>Colocar en el sartén los 70 gr de cuscús, acompañado por el aceite de oliva extra virgen (3oz) y el vinagre de manzana (3oz)</b>	<b>2,00</b>	<b>1,00</b>	<b>1,00</b>	<b>3,00</b>	<b>3,00</b>	<b>0,00</b>	<b>SI</b>
CD	F	<b>Simultáneamente en otro sartén se tostarán las almendras a fuego medio-alto, se agrega las nueces</b>	<b>2,00</b>	<b>1,00</b>	<b>1,00</b>	<b>3,00</b>	<b>3,00</b>	<b>0,00</b>	<b>SI</b>
EF	G	Traslado de alimentos cocidos y preparados al área de preparación.	0,16	3,00	3,00	3,16	3,16	0,00	SI
G	H	Se sirve en el plato adecuado se coloca la mezcla de cuscús, se agregan las bayas	1,00	3,16	3,16	4,16	4,16	0,00	SI
H	I	Se riegan de manera suave las almendras y nueces	0,25	4,16	4,16	4,41	4,41	0,00	SI
I	J	Decoración del plato	0,25	4,41	4,41	4,66	4,66	0,00	SI
J	K	Verificación que cumpla con todos los requisitos	0,10	4,66	4,66	4,76	4,76	0,00	SI
K	L	Llevar el plato a la barra	0,15	4,76	4,76	4,91	4,91	0,00	SI
<b>TOTAL</b>			<b>7,32</b>					<b>2,12</b>	

Para el plato “Pídeme”, se identificó una ruta crítica con un tiempo total 4,91 minutos.

PRED.	ACT.	DESCRIPCIÓN ACTIVIDAD	TIEMPO ESTÁNDAR	ES	LS	EF	LF	HOLGURA (LS-ES)	R.C.
---	A	Retirar de la nevera tomates cherry, pepino inglés, cebolla roja, jugo de lima, cilantro y limón verde; y del refrigerador los camarones	0,10 min	0,00	0,00	0,10	0,10	0,00 min	SI
---	B	Retirar de las estanterías el aguacate, picante, sal y pimienta	0,10 min	0,00	0,00	0,10	0,10	0,00 min	SI
AB	C	Traslado de materia prima al área de producción	0,16 min	0,10	0,10	0,26	0,26	0,00 min	SI
C	D	Dejar los camarones en reposo	10,00 min	0,26	0,26	10,26	10,26	0,00 min	SI
C	E	Simultáneamente preparar mise en place del plato.	10,00 min	10,26	10,26	20,26	20,26		
E	F	Traslado de alimentos cocidos y preparados al área de preparación.	0,16 min	20,26	20,26	20,42	20,42	0,00 min	SI
F	G	Se sirve en el plato en una Copa se coloca la mezcla	1,30 min	20,42	20,42	21,72	21,72	0,00 min	SI
D	H	Se agregan los camarones	0,30 min	21,71	21,71	22,02	22,02	0,00 min	SI
H	I	Se decora el plato	0,25 min	22,02	22,02	22,27	22,27	0,00 min	SI
I	J	Verificación que cumpla con todos los requisitos	0,10 min	22,27	22,27	22,37	22,37	0,00 min	SI
J	K	Transportar el plato a la barra	0,15 min	22,37	22,37	22,52	22,52	0,00 min	SI
TOTAL			22,62 min					0,00 min	

Para el plato “Hot Spicy Mexican”, se identificó una ruta crítica con un tiempo total 22,52 minutos.



PRED.	ACT.	DESCRIPCIÓN ACTIVIDAD	TIEMPO ESTÁNDAR	ES	LS	EF	LF	HOLGURA (LS-ES)	R.C
---	A	Retirar de la nevera queso parmesano, jamón inglés, lechuga crespita, extracto de limón, mayonesa y ajo; y del refrigerador retirar el pollo	0,15	0,00	0,69	0,15	0,84	0,69	NO
---	B	Retirar de las estanterías aceite de oliva extra virgen, dados de pan tostado y vinagre de vino	0,15	0,00	0,69	0,15	0,84	0,69	NO
AB	C	Traslado de materia prima al área de producción	0,16	0,15	0,84	0,31	1,00	0,69	NO
---	D	<b>Alistamiento de la parrilla y sartén a temperaturas adecuadas</b>	<b>1,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>1,00</b>	<b>1,00</b>	<b>0,00</b>	<b>SI</b>
CD	E	<b>Colocar en el sartén los 350 gr de pollo, acompañados por el aceite de oliva extra virgen (3oz) y el vinagre de vino ( 5 oz)</b>	<b>15,00</b>	<b>1,00</b>	<b>1,00</b>	<b>16,00</b>	<b>16,00</b>	<b>0,00</b>	<b>SI</b>
CD	F	Simultáneamente en otro sartén se freirán 100 gramos de pollo	10,00	1,00	6,00	11,00	16,00	5,00	NO
EF	G	Traslado de alimentos cocidos y preparados al área de preparación.	0,16	16,00	16,00	16,16	16,16	0,00	SI
CG	H	Preparación de los demás ingredientes de la ensalada (se debe lavar bien la lechuga, escurrir y cortar en trozos con la mano, además se debe picar el jamón inglés en cubitos)	7,00	16,16	16,16	23,16	23,16	0,00	SI
H	I	Preparación de la mezcla la lechuga, el pollo y el jamón con la vinagreta mix de la casa y rallar queso	1,30	23,16	23,16	24,46	24,46	0,00	SI
I	J	Decoración del plato (Rallar queso y agregar daditos de pan tostado)	2,30	24,46	24,46	26,76	26,76	0,00	SI
J	K	Se sirve en el plato adecuado	0,30	26,76	26,76	27,06	27,06	0,00	SI
K	L	Verificación que cumpla con todos los requisitos	0,10	27,06	27,06	27,16	27,16	0,00	SI
L	M	Transportar el plato a la barra	0,15	27,16	27,16	27,31	27,31	0,00	SI
<b>TOTAL</b>			<b>37,77</b>					<b>7,07</b>	

Para el plato “Miss KALÚ”, se identificó una ruta crítica con un tiempo total 27,31 minutos.

PRED.	ACT.	DESCRIPCIÓN ACTIVIDAD	TIEMPO ESTÁNDAR	ES	LS	EF	LF	HOLGURA (LS-ES)	R.C
---	A	Retirar de la nevera bulbo de hinojo, tomate, pimentón amarillo y el extracto de limón; y del refrigerador sacar la carne de res y la yuca	0,15	0,00	0,69	0,15	0,84	0,69	NO
---	B	Retirar de las estanterías aceite de oliva extra virgen y la sal y la pimienta negra	0,15	0,00	0,69	0,15	0,84	0,69	NO
AB	C	Traslado de materia prima al área de producción	0,16	0,15	0,31	0,84	1,00	0,69	NO
---	D	<b>Alistamiento de la parrilla y sartén a temperaturas adecuadas</b>	<b>1,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>1,00</b>	<b>1,00</b>	<b>0,00</b>	<b>SI</b>
CD	E	<b>Colocar en el sartén 350 gr de carne de res, acompañados por el aceite de oliva extra virgen (3oz) y el vinagre de manzana (3 oz)</b>	<b>20,00</b>	<b>1,00</b>	<b>1,00</b>	<b>21,00</b>	<b>21,00</b>	<b>0,00</b>	<b>SI</b>
CD	F	Simultáneamente en otro sartén se freirán 40 gramos de yuca	5,00	1,00	15,04	6,00	20,04	14,04	NO
E	G	<b>Se sirve la carne</b>	<b>0,20</b>	<b>21,00</b>	<b>21,00</b>	<b>21,20</b>	<b>21,20</b>	<b>0,00</b>	<b>SI</b>
F	H	Traslado de alimentos cocidos y preparados al área de preparación.	0,16	6,00	6,16	20,04	20,20	14,04	NO
H	I	Se pican en pequeños trozos la yuca y se sirve en un recipiente pequeño	1,00	6,16	20,20	7,16	21,20	14,04	NO
C	J	Lavar y cortar de manera adecuada las verduras de la ensalada	8,00	0,31	12,95	8,31	20,95	12,64	NO
J	K	Colocar todos los vegetales en un bol grande y mezclar, batir en el aceite de oliva (2 oz) con el zumo de limón un poco de sal y pimienta negra	0,25	8,31	20,95	8,56	21,20	12,64	NO
GIK	L	<b>Se sirve en el plato adecuado los tres platos</b>	<b>1,45</b>	<b>21,20</b>	<b>21,20</b>	<b>22,65</b>	<b>22,65</b>	<b>0,00</b>	<b>SI</b>
L	M	<b>Se decora el plato</b>	<b>0,30</b>	<b>22,65</b>	<b>22,65</b>	<b>22,95</b>	<b>22,95</b>	<b>0,00</b>	<b>SI</b>
M	N	<b>Verificación que cumpla con todos los requisitos</b>	<b>0,10</b>	<b>22,95</b>	<b>22,95</b>	<b>23,05</b>	<b>23,05</b>	<b>0,00</b>	<b>SI</b>
N	O	<b>Transportar el plato a la barra</b>	<b>0,15</b>	<b>23,05</b>	<b>23,05</b>	<b>23,20</b>	<b>23,30</b>	<b>0,00</b>	<b>SI</b>
<b>TOTAL</b>			<b>38,07</b>					<b>69,47</b>	

Para el plato “Hinojo”, se identificó una ruta crítica con un tiempo total 23,20 minutos.

PRED.	ACT.	DESCRIPCIÓN ACTIVIDAD	TIEMPO ESTÁNDAR	ES	LS	EF	LF	HOLGURA (LS-ES)	R.C
---	A	Retirar de la nevera huevos, queso en cubos, yogurt natural griego y extracto de limón; y del refrigerador sacar el salmón	0,15	0,00	0,69	0,15	0,84	0,69	NO
---	B	Retirar de las estanterías aceite de oliva extra virgen, la papa Huamantanga, aceitunas, perejil, sal, pimienta y aguacate.	0,15	0,00	0,69	0,15	0,84	0,69	NO
AB	C	Traslado de materia prima al área de producción	0,16	0,15	0,84	0,31	1,00	0,69	NO
---	D	<b>Alistamiento de la parrilla y sartén a temperaturas adecuadas</b>	<b>1,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>1,00</b>	<b>1,00</b>	<b>0,00</b>	<b>SI</b>
CD	E	Colocar en el sartén 350 gr de carne de res, acompañados por el aceite de oliva extra virgen (3oz) y el vinagre de manzana (3 oz)	15,00	1,00	9,61	16,00	24,61	0,00	SI
CD	F	Simultáneamente se pone en una olla con agua a sancochar las papas	15,00	1,00	1,00	16,00	16,00	0,00	SI
CD	G	Simultáneamente en otra olla se deben poner a hervir los huevos hasta que estos estén bien cocidos	15,00	1,00	1,00	16,00	16,00	0,00	SI
FG	H	Traslado de alimentos cocidos y preparados al área de preparación.	0,16	16,00	16,00	16,16	16,16	0,00	SI
H	I	Se pelan y se cortan en rodajas las papas Huamantanga	5,00	16,16	16,16	21,16	21,16	0,00	SI
H	J	Se pelan y se pican en pequeños trozos los huevos cocidos	5,00	16,16	16,16	21,16	21,16	0,00	SI
C	K	Se prepara la salsa de palta	5,00	0,31	16,16	5,31	21,16	15,85	NO
IJK	L	Se sirve en el plato adecuado todos los elementos de la ensalada y se le agrega de ultimas la salsa de palta, los huevos, las aceitunas por la mitad, el queso y el perejil, se mezcla.	3,45	21,16	21,16	24,61	24,61	0,00	SI
EL	M	Se recogen los dos platos y se decoran	0,45	24,61	24,61	25,06	25,06	0,00	SI
M	N	Verificación que cumpla con todos los requisitos	0,10	25,06	25,06	25,16	25,16	0,00	SI
N	O	Transportar el plato a la barra	0,15	25,16	25,16	25,31	25,31	0,00	SI
<b>TOTAL</b>			<b>65,77 min</b>					<b>17,92</b>	

Para el plato “Huamantanga”, se identificó una ruta crítica con un tiempo total 25,31 minutos.

PRED.	ACT.	DESCRIPCIÓN ACTIVIDAD	TIEMPO ESTÁNDAR	ES	LS	EF	LF	HOLGURA (LS-ES)	R.C
---	A	Retirar de la nevera albaricoque, la pecana y la lechuga; y del refrigerador sacar el pollo	0,15	0,00	0,20	0,15	0,35	0,20	NO
---	B	Retirar de las estanterías aceite de oliva extra virgen, el vinagre de vino, sal y pimienta	0,15	0,00	0,20	0,15	0,35	0,20	NO
AB	C	Traslado de materia prima al área de producción	0,16	0,15	0,35	0,31	0,51	0,20	NO
---	D	<b>Alistamiento de la parrilla y horno a temperaturas adecuadas</b>	<b>1,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>1,00</b>	<b>1,00</b>	<b>0,00</b>	<b>SI</b>
CD	E	<b>Colocar en el horno los 350 gr de pollo, acompañados por el aceite de oliva extra virgen (5 oz) y el vinagre de vino ( 3 oz)</b>	<b>15,00</b>	<b>1,00</b>	<b>1,00</b>	<b>16,00</b>	<b>16,00</b>	<b>0,00</b>	<b>SI</b>
E	F	<b>Se sirve en un plato la pechuga</b>	<b>0,35</b>	<b>16,00</b>	<b>16,00</b>	<b>16,35</b>	<b>16,35</b>	<b>0,00</b>	<b>SI</b>
F	G	<b>Traslado de alimentos cocidos al área de preparación.</b>	<b>0,16</b>	<b>16,35</b>	<b>16,35</b>	<b>16,51</b>	<b>16,51</b>	<b>0,00</b>	<b>SI</b>
C	H	Se prepara la ensalada (pecana, albaricoque, lechuga y panela)	15,00	0,31	0,51	15,31	15,31	0,20	NO
H	I	Se sirve en el plato adecuado todos los elementos de la ensalada	1,00	15,31	15,51	16,31	16,51	0,20	NO
GH	J	<b>Se recogen los dos platos y se decoran</b>	<b>1,00</b>	<b>16,51</b>	<b>16,51</b>	<b>17,51</b>	<b>17,51</b>	<b>0,00</b>	<b>SI</b>
J	K	<b>Verificación que cumpla con todos los requisitos</b>	<b>0,10</b>	<b>17,51</b>	<b>17,51</b>	<b>17,61</b>	<b>17,61</b>	<b>0,00</b>	<b>SI</b>
K	L	<b>Transportar el plato a la barra</b>	<b>0,15</b>	<b>17,61</b>	<b>17,61</b>	<b>17,76</b>	<b>17,76</b>	<b>0,00</b>	<b>SI</b>
<b>TOTAL</b>			<b>34,22</b>					<b>1,00</b>	

Para el plato “El Internacional”, se identificó una ruta crítica con un tiempo total 17,76 minutos.

PRED.	ACT.	DESCRIPCIÓN ACTIVIDAD	TIEMPO ESTÁNDAR	ES	LS	EF	LF	HOLGURA (LS-ES)	R.C
---	A	Retirar de la nevera huevos, espinaca, la pera, cebolla roja, extracto de limón y la mostaza; y del refrigerador sacar la caballa	0,15	0,00	0,69	0,15	0,84	0,69	NO
---	B	Retirar de las estanterías aceite de oliva extra virgen y, la sal y la pimienta	0,15	0,00	0,69	0,15	0,84	0,69	NO
AB	C	Traslado de materia prima al área de producción	0,16	0,15	0,84	0,31	1,00	0,69	NO
---	D	<b>Alistamiento de la parrilla y horno a temperaturas adecuadas</b>	<b>1,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>1,00</b>	<b>1,00</b>	<b>0,00</b>	<b>SI</b>
CD	E	<b>Colocar en el horno los 120 gr caballa, acompañados por el aceite de oliva extra virgen (2 oz)</b>	<b>20,00</b>	<b>1,00</b>	<b>1,00</b>	<b>21,00</b>	<b>21,00</b>	<b>0,00</b>	<b>SI</b>
E	F	<b>Traslado de alimentos cocidos y preparados al área de preparación.</b>	<b>0,16</b>	<b>21,00</b>	<b>21,00</b>	<b>21,16</b>	<b>21,16</b>	<b>0,00</b>	<b>SI</b>
C	G	Se lavan y cortan los elementos de la ensalada (espinaca, pera), la cebolla roja se mezcla con el extracto de limón, la mostaza Dijon, el aceite extra virgen de oliva (2 oz), sal y pimienta	10,00	0,31	7,71	10,31	17,71	7,40	NO
G	H	Se sirve en el plato adecuado todos los elementos de la ensalada	3,45	10,31	17,71	13,76	21,16	7,40	NO
FH	I	<b>Se recogen los dos platos y se decoran</b>	<b>1,45</b>	<b>21,26</b>	<b>21,16</b>	<b>22,61</b>	<b>22,61</b>	<b>0,00</b>	<b>SI</b>
I	J	<b>Verificación que cumpla con todos los requisitos</b>	<b>0,10</b>	<b>22,61</b>	<b>22,61</b>	<b>22,71</b>	<b>22,71</b>	<b>0,00</b>	<b>SI</b>
J	K	<b>Transportar el plato a la barra</b>	<b>0,15</b>	<b>22,71</b>	<b>22,71</b>	<b>22,86</b>	<b>22,86</b>	<b>0,00</b>	<b>SI</b>
<b>TOTAL</b>			<b>36,77</b>					<b>16,87</b>	

Para el plato “La Caballa”, se identificó una ruta crítica con un tiempo total 22,86 minutos.

PRED.	ACT.	DESCRIPCIÓN ACTIVIDAD	TIEMPO ESTÁNDAR	ES	LS	EF	LF	HOLGURA (LS-ES)	R.C
---	A	Retirar de la nevera hierbabuena, limones, jengibre y agua	0,15	0,00	0,00	0,15	0,15	0,00	SI
---	B	Retirar de las estanterías Stevia	0,10	0,00	0,05	0,10	0,15	0,05	NO
AB	C	Traslado de materia prima al área de producción	0,16	0,15	0,15	0,31	0,31	0,00	SI
---	D	Alistamiento de la licuadora	0,30	0,00	0,01	0,30	0,31	0,01	NO
CD	E	Licuar el agua, los limones, la Stevia, y 18 gramos de hierbabuena	4,00	0,31	0,31	4,31	4,31	0,00	SI
E	F	Colar por el lado más fino del colador la mezcla y servir en un vaso	0,45	4,31	4,31	4,76	4,76	0,00	SI
C	G	Rayar los 15 gramos de jengibre	0,45	0,31	4,31	0,76	4,76	4,00	NO
GF	H	A la bebida una vez servida agregar el jengibre y los 2 gramos de hierbabuena	0,30	4,76	4,76	5,06	5,06	0,00	SI
H	I	Decorar la bebida	0,05	5,06	5,06	5,11	5,11	0,00	SI
I	J	Verificar que cumpla con todos los requisitos	0,10	5,11	5,11	5,21	5,21	0,00	SI
J	K	Transportar el plato a la barra	0,15	5,21	5,21	5,36	5,36	0,00	SI
<b>TOTAL</b>			<b>6,21</b>					<b>4,05</b>	

Para el plato “Hierbabuena”, se identificó una ruta crítica con un tiempo total 5,36 minutos.

PRED.	ACT.	DESCRIPCIÓN ACTIVIDAD	TIEMPO ESTÁNDAR	ES	LS	EF	LF	HOLGURA (LS-ES)	R.C
---	A	Retirar de la nevera mandarina y agua	0,15	0,00	0,00	0,15	0,15	0,00	SI
---	B	Retirar de las estanterías Stevia	0,10	0,00	0,05	0,10	0,15	0,05	NO
AB	C	Traslado de materia prima al área de producción	0,16	0,15	0,15	0,31	0,31	0,00	SI
---	D	Alistamiento de la licuadora	0,30	0,00	0,01	0,30	0,31	0,01	NO
CD	E	Licuar el agua, mandarinas y Stevia	4,00	0,31	0,31	4,31	4,31	0,00	SI
E	F	Colar por el lado más fino del colador la mezcla y servir en un vaso	0,45	4,31	4,31	4,76	4,76	0,00	SI
F	G	Decorar la bebida	0,05	4,76	4,76	4,81	4,81	0,00	SI
G	H	Verificar que cumpla con todos los requisitos	0,10	4,81	4,81	4,91	4,91	0,00	SI
H	I	Transportar el plato a la barra	0,15	4,91	4,91	5,06	5,06	0,00	SI
<b>TOTAL</b>			<b>5,46</b>					<b>0,06</b>	

Para el plato “Jugo de Mandarina”, se identificó una ruta crítica con un tiempo total 5,06 minutos.

PRED.	ACT.	DESCRIPCIÓN ACTIVIDAD	TIEMPO ESTÁNDAR	ES	LS	EF	LF	HOLGURA (LS-ES)	R.C
---	A	Retirar de la nevera limones y agua	0,15	0,00	0,00	0,15	0,15	0,00	SI
---	B	Retirar de las estanterías coco rallado, crema de coco y hierbabuena	0,10	0,00	0,05	0,10	0,15	0,05	NO
AB	C	Traslado de materia prima al área de producción	0,16	0,15	0,15	0,31	0,31	0,00	SI
---	D	Alistamiento de la licuadora	0,30	0,00	0,01	0,30	0,31	0,01	NO
CD	E	Licuar agua, crema de coco y los limones	4,00	0,31	0,31	4,31	4,31	0,00	SI
E	F	colar por el lado más fino del colador la mezcla y servir en un vaso	0,45	4,31	4,31	4,76	4,76	0,00	SI
F	G	A la bebida una vez servida agregar el coco rallado y las hojas de hierbabuena	0,45	4,76	4,76	5,21	5,21	0,00	SI
G	H	Decorar la bebida	0,05	5,21	5,21	5,26	5,26	0,00	SI
H	I	Verificar que cumpla con todos los requisitos	0,10	5,26	5,26	5,36	5,36	0,00	SI
I	J	Transportar el plato a la barra	0,15	5,36	5,36	5,51	5,51	0,00	SI
<b>TOTAL</b>			<b>5,91</b>					<b>0,06</b>	

Para el plato “Limonada de Coco”, se identificó una ruta crítica con un tiempo total 5,51 minutos.



PRED.	ACT.	DESCRIPCIÓN ACTIVIDAD	TIEMPO ESTÁNDAR	ES	LS	EF	LF	HOLGURA (LS-ES)	R.C
---	A	Retirar de la nevera la guanábana (sin pepas) y el agua	0,15	0,00	0,00	0,15	0,15	0,00	SI
---	B	Retirar de las estanterías Stevia	0,10	0,00	0,05	0,10	0,15	0,05	NO
AB	C	Traslado de materia prima al área de producción	0,16	0,15	0,15	0,31	0,31	0,00	SI
---	D	Alistamiento de la licuadora	0,30	0,31	0,31	3,31	3,31	0,01	NO
CD	E	Licuar el agua, la guanábana (sin pepas) y la Stevia	3,00	0,31	0,31	3,31	3,31	0,00	SI
E	F	Servir la mezcla en un vaso	0,45	3,31	3,31	3,76	3,76	0,00	SI
F	G	Decorar la bebida	0,05	3,76	3,76	3,81	3,81	0,00	SI
G	H	Verificar que cumpla con todos los requisitos	0,10	3,81	3,81	3,91	3,91	0,00	SI
I	I	Transportar el plato a la barra	0,15	3,91	3,91	4,06	4,06	0,00	SI
<b>TOTAL</b>			<b>4,46</b>					<b>0,06</b>	

Para el plato “Jugo de Guanábana”, se identificó una ruta crítica con un tiempo total 4,06 minutos.

PRED.	ACT.	DESCRIPCIÓN ACTIVIDAD	TIEMPO ESTÁNDAR	ES	LS	EF	LF	HOLGURA (LS-ES)	R.C
---	A	Retirar de las estanterías maní sin sal, las habas picantes, el maíz tostado en aceite vegetal, los arándanos	0,15	0,00	0,00	0,15	0,15	0,00	SI
A	B	Traslado de materia prima al área de producción	0,16	0,15	0,15	0,31	0,31	0,00	SI
B	C	Empacar el gramaje adecuado en una bolsa transparente, según como lo haya solicitado el cliente	1,30	0,31	0,31	1,61	1,61	0,00	SI
C	D	Decorar el paquete del mix de frutos secos	0,25	1,61	1,61	1,86	1,86	0,00	SI
D	E	Verificar que cumpla con todos los requisitos	0,10	1,86	1,86	1,96	1,96	0,00	SI
E	F	Transportar el plato a la barra	0,15	1,96	1,96	2,11	2,11	0,00	SI
<b>TOTAL</b>			<b>2,11</b>					<b>0,00</b>	

Para el plato “Mix Frutos Secos”, se identificó una ruta crítica con un tiempo total 2,11 minutos.

PRED.	ACT.	DESCRIPCIÓN ACTIVIDAD	TIEMPO ESTÁNDAR	ES	LS	EF	LF	HOLGURA (LS-ES)	R.C
---	A	Retirar de la nevera l los frutos rojos, las cerezas, los duraznos el yogurt natural griego	0,15	0,00	0,00	0,15	0,15	0,00	SI
---	B	Retirar de las estanterías Avena	0,10	0,00	0,05	0,10	0,15	0,05	NO
AB	C	Traslado de materia prima al área de producción	0,16	0,15	0,15	0,31	0,31	0,00	SI
C	D	En un vaso transparente ubicar por capaz de la siguiente manera; la capa del fondo debe ser de frutos rojos, seguido de yogurt, seguido de una capa de cerezas, avena, durazno y para finalizar de nuevo yogurt	8,30	0,31	0,31	8,61	8,61	0,00	SI
D	E	Decorar el postre	0,05	8,61	8,61	8,66	8,66	0,00	SI
E	F	Verificar que cumpla con todos los requisitos	0,10	8,66	8,66	8,76	8,76	0,00	SI
F	G	Transportar el plato a la barra	0,15	8,76	8,76	8,91	8,91	0,00	SI
<b>TOTAL</b>			<b>9,01</b>					<b>0,05</b>	

Para el plato “Parfait”, se identificó una ruta crítica con un tiempo total 8,91 minutos.

PRED.	ACT.	DESCRIPCIÓN ACTIVIDAD	TIEMPO ESTÁNDAR	ES	LS	EF	LF	HOLGURA (LS-ES)	R.C
---	A	Retirar de la nevera huevos, banano, cerezas y yogurt natural griego	0,15	0,00	0,00	0,15	0,15	0,00	SI
A	B	Traslado de materia prima al área de producción	0,16	0,15	0,15	0,31	0,31	0,00	SI
---	C	Alistamiento de la licuadora	0,30	0,00	0,01	0,30	0,31	0,01	NO
BC	D	Licuar las claras de huevo, el banano y el yogurt natural griego	3,00	0,31	0,31	3,31	3,31	0,00	SI
D	E	Servir la mezcla en un vaso	0,45	3,31	3,31	3,76	3,76	0,00	SI
E	F	Decorar el batido	0,05	3,76	3,76	3,81	3,81	0,00	SI
F	G	Verificar que cumpla con todos los requisitos	0,10	3,81	3,81	3,91	3,91	0,00	SI
G	H	Transportar el plato a la barra	0,15	3,91	3,91	4,06	4,06	0,00	SI
<b>TOTAL</b>			<b>4,36</b>					<b>0,01</b>	

Para el plato “Batido proteínas”, se identificó una ruta crítica con un tiempo total 4,06 minutos.

**ANEXO I**  
**FICHAS TÉCNICAS MAQUINARIA**

### Dimensiones

Alto: 559,00 Milímetros  
Frente: 1219,00 Milímetros  
Fondo: 794,00 Milímetros

### Peso

230,00 Kilos

### Fabricante



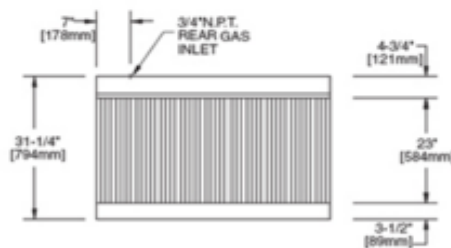
### Detalles del Producto



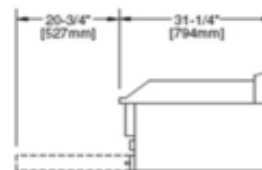
### Descripción General

Una excelente opción ofrece GARLAND® con este modelo de mesa, sus dimensiones se ajustan perfectamente a los pequeños espacios donde se requiera su servicio sin mayores complicaciones. Diseñado para entregar eficacia máxima y flexibilidad de uso a toda prueba; conformado por una estructura general en acero galvanizado, panel frontal y base superior en acero inoxidable AISI 304, con guardacuerpo y guardapared también en acero inoxidable, costados en lámina de acero y acabado esmaltado. Base superior con declive y orificio para drenaje de residuos que caen a la gaveta colectora ubicada en la parte inferior. Contiene ocho (8) potentes quemadores en forma de flauta, construidos en fundición de HR, que generan una potencia térmica individual de 15.000 BTU garantizando eficacia y economía en tiempos de cocción, cada uno con piloto y perilla de operación. Parrilla removible elaborada por segmentos de 6" con perfiles de acero troquelados y figurados en "W", con ligera inclinación derecha que permite mejor transferencia de calor y manipulación. Todos los componentes para gas que el equipo involucra como controles automáticos termostatos y demás son de alta tecnología que conjuntamente con su excelente diseño y calidad de sus materiales garantizan un producto final confiable, de larga vida, y preparado para afrontar pesadas jornadas de trabajo en las cocinas más exigentes. Todo el conjunto se apoya en cuatro (4) patas de 4" en acero inoxidable AISI 304 con niveladores ajustables. La particularidad de este equipo es el uso de piedras o briquetas de cerámica que se acomodan bajo la parrilla contribuyendo a mejorar la calidad y especialmente el sabor de sus asados, por cuanto los jugos que gotean sobre ellas son transformados en humos que aportan un rico sabor. Pueden añadirse hierbas aromáticas a la fuente de calor para impartir un toque especial a las comidas.

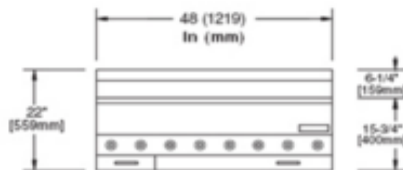
### Diagrama del Producto



PLANTA



VISTA LATERAL



VISTA FRONTAL

## Descriptivo : Abba RG 802-4 PL Estufa Todo Gas 30"H

[Ir al Top](#) ^

Marca ABBA Referencia RG 802-4 Alto 93.7 Ancho 76 Profundo 57.5 Peso 48.5 (Kg) Color Inox Tipo de mesa Acero Inoxidable Horno a gas Gas Encendido eléctrico en quemadores Si Gratinador Si Perilla ergonómica Si Torre No Tapa en cristal templado Si Voltaje 120V Tipo de quemador 3 quemadores rápidos y 3 quemadores ultrarrápidos Quemadores Quemador en aluminio, Tapa quemador en lamina porcelanizada Válvulas de seguridad

### Información general del producto

Marca	Abba
Nombre de producto	Abba RG 802-4 PL Estufa Todo Gas 30"H
Categoría	ESTUFAS MIXTAS

### General

Referencia	RG 802-4 PL
Ean	7706060036609
Tipo De Producto	Estufa

### Específico

Tipo	Piso
Puesto	6
Funcionamiento	Gas
Voltaje	120 v
Tipo de gas	Propano
Material / Color	Inoxidable
Dimensiones	93.7x76x57.5 cm
Peso	48.5 (Kg)
País de origen	Colombia
Garantía	1 Año



SE FÁBRICAN LICUADORAS CON ESPECIFICACIONES SEGÚN LAS SUGERENCIAS DEL CLIENTE



50 cm.

30 cm.

8 litros

**LICUADORA SAJAR DE 8 LIT:**

- Motor Single de ½ o 1 Hp a 3600rpm.
- Vaso y cuchillas fabricadas en acero inoxidable.
- Vaso cónico que forma un perfecto remolino hacia las cuchillas, con lo cual se consigue que todo el producto pase por ellas.
- Tapa con empaque de caucho.

**ANEXO J**  
**COTIZACIONES MAQUINARIA, EQUIPO E INSUMOS**




mercado libre

Inscríbete | Ingresar | Vender | ?

Parrilla Industrial Broiler A Gas Me gusta

Artículo usado



**\$ 3.850.000**

1 cuota de \$ 3.850.000 con mercado pago

Más opciones

Entrega a acordar con el vendedor

Bogotá (Bogotá D.C.)

Consultar costos

¡Único disponible!

[Comprar](#)

Compra protegida por el Programa de Protección al Comprador.

Publicidad

[Alquiler De Tecnología](#) [Fotografía Videos](#)

Alquilamos Computadores, Tablets, Y Topografía Aerea Medimos Tu Tierra  
 Portátiles, Servidores E Impresoras - Con Drones - [www.oosnm.com](http://www.oosnm.com)  
[apgetecnologia.co](http://apgetecnologia.co)

¡SUSCRIBETE Y GANA \$20.000! LINIO PLUS VENTAS CORPORATIVAS TARJETA LINIO VENDE EN LINIO AYUDA PEDIDOS [INICIAR SESIÓN](#)

Busca productos [BUSCAR](#)

CATEGORÍAS [Inicio](#) [Linea Blanca](#) [Hornos y Estufas](#) [Estufas](#) [Estufa de Piso con Horno y Gratinador 6 puestos, ABBA RG 802-4N PL Inox - Gas Natural](#)

Estufa de Piso con Horno y Gratinador 6 puestos, ABBA RG 802-4N PL Inox - Gas Natural

Marca ABBA ★★★★★ No hay reseñas | [Escribe tu reseña](#)




- Cocina de piso Abba 6 puestos.
- Color: Frente en acero inoxidable.
- Tipo de Gas Natural.
- Horno a gas, con aislamiento térmico lateral y superior, operado por válvula de seguridad.
- Gratinador eléctrico en el horno, de 1000W a 120V con sensor térmico.
- Puerta horno plana con vidrio panorámico e interior templados.
- Encendido eléctrico en los quemadores y luz interior en el Horno.
- Cuatro puestos (3 Rápidos y 3 ultra rápido).
- Mesa sellada en acero inoxidable con niveles anti derrame.
- Tapa en cristal templado.
- Quemadores en base de aluminio y tapas en acero porcelanizado.
- Tres parrillas superiores en alambón porcelanizado.
- Bandeja asadora en lamina esmaltada.
- Perillas ergonómicas.
- Respaldo y garantía de ABBA..

Envío y Vendido por: [INDUSTRIA DE ELECTRODOMESTICOS SA](#) 4 de 5

**\$958.900**

Recibe un 20% de descuento al pagar con tu Tarjeta Linio Colpatria. Si no la tienes, solicítala ahora

[COMPRAR AHORA](#)

Entrega estimada en 6 días hábiles

PROTECCIÓN AL COMPRADOR

¿NECESITAS AYUDA? (1) 745-7888 (1) 487-2222

DESCARGA NUESTRA APP

mercado libre

Inscríbete | Ingresa | Vender

## Licuada Industrial Sajar De 8 Lt Un Año De Garantía Me gusta

Artículo nuevo 12 vendidos



**\$ 950.000**

1 cuota de \$ 950.000 con **mercado pago**  
  
 Más opciones

Entrega a acordar con el vendedor  
 Barrios Unidos (Bogotá D.C.)  
 Consultar costos

Cantidad:  **Comprar**

Compra protegida por el Programa de Protección al Comprador.

mercado libre

Inscríbete | Ingresa | Vender

También puede interesarte: neveras, nevera, batidora, aire acondicionado ventana

Volver al listado | Electrodomésticos > Refrigeración > Congeladores > Otras Marcas > Vertical

Publicación #419978708 Denunciar | Vender uno igual

## Refrigerador Y Congelador Sin Escharcha Inducol M-eic V39m Me gusta

Artículo nuevo



**\$ 7.500.000**

Finaliza en 9 h 41 min

1 cuota de \$ 7.500.000 con **mercado pago**  
  
 Más opciones

Entrega a acordar con el vendedor  
 Bogotá (Bogotá D.C.)  
 Consultar costos

¡Único disponible!

**Comprar**



Compra protegida por el Programa de Protección al Comprador.

**LINIO** Busca productos BUSCAR

CATEGORÍAS Inicio Linea Blanca Hornos y Estufas Campanas Campana Extractora Challenger CX 4662-INOX

## Campana Extractora Challenger CX 4662-INOX

Marca Challenger ★★★★★ No hay reseñas | Escribe tu reseña

**0 DISPONIBLES**

- Campana en vidrio curvo templado y con frente en acero inoxidable
- Tensión de alimentación 120 V a. c.
- Frecuencia eléctrica 50/60 Hz
- Capacidad de aspiración 750 m/h
- Diámetro ducto
- Potencia eléctrica
- Potencia iluminación
- 150 mm
- Iluminación: 2 lámparas
- Tipo de iluminación LED
- Potencia del motor 170 W
- Velocidad del motor 3
- 1 Motor
- Filtro atrapagrasas: 1 aluminio con marco y doble seguro, lavable
- Acabado acero inoxidable (.73) - Cristal

Enviado y Vendido por Linio

**\$799.900**

Recibe un 20% de descuento al pagar con tu Tarjeta Linio Colpatria. Si no la tienes, solicítala ahora

¡PRODUCTO AGOTADO!

PROTECCIÓN AL COMPRADOR

¿NECESITAS AYUDA? (1) 745-7888 (1) 487-2222

DESCARGA NUESTRA APP


**mercado libre** Inscríbete | Ingresar | Vender







También puede interesarte: equipos panadería, ruleadora, sierra circular, marqués

Volver al listado | Industrias y Oficinas > Equipamiento para Oficinas > Máquinas Registradoras Publicación #420772321 Denunciar | Vender uno igual

## Caja Registradora Casio Se-s 800 Alfanumerica Refurbished Me gusta

Artículo nuevo 55 vendidos



**\$ 719.900**

1 cuota de **\$ 719.900** con **mercado pago**

**Más opciones**

**Envío gratis a todo el país** por MercadoEnvíos  
Conoce los tiempos y las formas de envío.  
[Calcular cuándo llega](#)

Cantidad:  Comprar

Compra protegida por el Programa de Protección al Comprador.



¡SUSCRIBETE Y GANA \$20.000! LINIO PLUS VENTAS CORPORATIVAS TARJETA LINIO VENDE EN LINIO AYUDA PEDIDOS INICIAR SESION


Busca productos **BUSCAR**

CATEGORÍAS ▾ Inicio > Tv y Video > Televisores > Smart TV > Televisor Samsung 32" Smart Tv 32J4300 LED-Negro

## Televisor Samsung 32" Smart Tv 32J4300 LED-Negro

Marca Samsung ★★★★★ 9 reseñas | Escribe tu reseña




**plus**

- Tamaño de la Pantalla: 32" .
- Resolución 1.366 x 768.
- Entradas HDMI: 2.
- Entradas USB: 1.
- Conectividad Wi-Fi.
- Tecnología LED.
- Comparte Contenidos por WiFiDirect.
- Si Cuenta Con TDT: DVB-T2.

~~\$999.000~~ - 12%  
**\$879.900**  
 Ahorra \$120.000

Recibe un 20% de descuento al pagar con tu Tarjeta Linio Colpatría.  
 Si no la tienes, solicitala ahora

**COMPRAR AHORA**




Inscríbete | Ingresar | Vender | ?

También puede interesarte: fuente poder, router, ipod air, computadoras




Volver al listado | Computación > Tablets > Otras Marcas Publicación #421029108 Denunciar | Vender uno igual


## Tableta Azpen A785 7.85 Inch Quad Core Android Tablet With !




Artículo nuevo




**\$ 338.900**

1 cuota de \$ 338.900 con   
   
 Más opciones

 **Envío gratis a todo el país** por MercadoEnvíos  
 Conoce los tiempos y las formas de envío.  
 Calcular cuándo llega

Cantidad:  **Comprar**   


 Compra 100% protegida por el Programa de Protección al Comprador.

mercado libre

Inscríbete | Ingresa

# Computador Compaq Todo En Uno 18-4221 La

Artículo nuevo



**\$ 871.900**

1 cuota de \$ 871.900 con **mercado pago**

**VISA**  
Más opciones

**Envíos a todo el país** por MercadoEnvíos  
Conoce los tiempos y las formas de envío.  
[Calcular costo](#)

¡Único disponible!

[Comprar](#)

Compra **100% protegida** por el Programa de Protección al Comprador.


¡SUSCRÍBETE Y GANA \$20.000! LINIO PLUS VENTAS CORPORATIVAS TARJETA LINIO VENDE EN LINIO AYUDA PEDIDOS INICIAR SESIÓN

Busca productos [BUSCAR](#)

CATEGORÍAS ▾ Inicio > Impresoras y Scanners > Multifuncional HP Deskjet Ink Advantage 2545-Color

## Multifuncional HP Deskjet Ink Advantage 2545-Color

Marca HP ★★★★★ 2 reseñas | [Escribe tu reseña](#)



**plus**

- Impresora
- Escaner
- Fotocopiadora
- WiFi
- Inalámbrica
- Multifuncional

~~\$149.000~~ - 33%  
**\$99.900**  
Ahorra \$50.000

Recibe un 20% de descuento al pagar con tu Tarjeta Linio Colpatría.  
Si no la tienes, solicítala ahora

[COMPRAR AHORA](#)

mercado libre


También puede interesarte: xiaomi, celulares, samsung s6, samsung galaxy s6

Volver al listado | Celulares y Teléfonos > Teléfonos Inalámbricos > Otras Marcas > DECT 6.0




Publicación #421329907 Denunciar | Vender uno igual


## Telefono Inalámbrico Duo Vtech - Cs6114-2





Artículo nuevo 9 vendidos




**\$ 127.000**

1 cuota de \$ 127.000 con   
   
 Más opciones

 **Envíos a todo el país** por MercadoEnvíos  
 Conoce los tiempos y las formas de envío.  
 Calcular costo

Cantidad:     

 Compra 100% protegida por el Programa de Protección al Comprador.

mercado libre


También puede interesarte: caja registradora, plotter de corte, equipos soldadura, vitrina

Volver al listado | Industrias y Oficinas > Industria Gastronómica > Otros




Publicación #421301251 Denunciar | Vender uno igual ¡gratis!


## Lavaplatos Y Mesón En Acero Inoxidable.

Artículo usado








**\$ 1.900.000**

1 cuota de \$ 1.900.000 con   
   
 Más opciones

 **Entrega a acordar con el vendedor**  
 Bogotá (Bogotá D.C.)  
 Consultar costos

¡Único disponible!


 Compra protegida por el Programa de Protección al Comprador.

mercado libre

Inscríbete Ingresar Vender

### Estante Metalico 6 Niveles Suministros Orion 30x93x2.00 Colo Me gusta

Artículo nuevo



**\$ 198.900**

1 cuota de \$ 198.900 con mercado pago

Más opciones

Entrega a acordar con el vendedor

Bogotá (Bogotá D.C.)

Consultar costos

Cantidad:

Compra 100% protegida por el Programa de Protección al Comprador.

mercado libre

Inscríbete Ingresar

### Juego De Cuchillos 14 Piezas Colección Sure Sharp T-26334

Artículo nuevo



**\$ 146.900**

1 cuota de \$ 146.900 con mercado pago

Más opciones

Envíos a todo el país por MercadoEnvíos

Conoce los tiempos y las formas de envío.

Calcular costo

Cantidad:

Compra 100% protegida por el Programa de Protección al Comprador.

mercado libre


También puede interesarte: proteínas musculares, camisetas futbol, rifle, armas

Volver al listado | Deportes y Fitness > Camping > Otros

Publicación #420485515 Denunciar | Vender uno igual



## Barbacoa Pinzas - Y Turner Barbacoa Utensilios De Cocina Al Me gusta


Artículo nuevo






**\$ 32.217**

Pueden aplicarse impuestos de importación

1 cuota de \$ 32.217 con  **mercado pago**  
 **VISA**  
 Más opciones

 **Envío internacional gratis** desde Reino Unido  
 Recíbelo en 25 días aproximadamente.


¡Único disponible!


**Comprar**   

 Compra 100% protegida por el Programa de Protección al Comprador.



mercado libre


Espátulas De Nylon 7 Piezas Rojas Me gusta




Artículo nuevo  5 vendidos




**\$ 34.900**

1 cuota de \$ 34.900 con  **mercado pago**  
 **VISA**  
 Más opciones

 **Envío gratis a todo el país** por MercadoEnvíos  
 Conoce los tiempos y las formas de envío.  
 Calcular cuándo llega

Cantidad:  **Comprar**   

 Compra protegida por el Programa de Protección al Comprador.



mercado libre

Inscríbete | Ingresar | Vender

Sarten Ceramica Antiadherente Ceramicore Ceramic Line **Me gusta**

Artículo nuevo 10 vendidos

**\$ 90.000**

1 cuota de \$ 90.000 con **mercado pago**

VISA Más opciones

Envío gratis a todo el país por MercadoEnvíos  
Conoce los tiempos y las formas de envío.  
[Calcular cuándo llega](#)

Cantidad:  **Comprar**

Compra 100% protegida por el Programa de Protección al Comprador.

**3 SARTENES CERAMIC LINE DE 18CM + 20CM + 22CM CON 3 TAPAS DE VIDRIO**

HONEYCOMB - FONDO DE PANAL 22cm

FONDO CERAMICO LISO 18CM Y 20CM

mercado libre

Inscríbete | Ingresar | Vender

Bateria De Cocina Juego Ollas Acero Quirurgico + Sarten 12pz

Artículo nuevo 27 vendidos

**\$ 129.998**

1 cuota de \$ 129.998 con **mercado pago**

VISA Más opciones

Envío gratis a todo el país por MercadoEnvíos  
Conoce los tiempos y las formas de envío.  
[Calcular cuándo llega](#)

Cantidad:  **Comprar**

Compra 100% protegida por el Programa de Protección al Comprador.

### Cuchara Medidora Set - Plástico De Cocina Y Tazas Y Cuchara

Artículo nuevo



**\$ 34.862**

Pueden aplicarse impuestos de importación

1 cuota de \$ 34.862 con   
VISA    
Más opciones

 Envío internacional gratis desde Reino Unido  
Recíbelo en 25 días aproximadamente.

Cantidad:

- 1 +

Comprar



 Compra 100% protegida por el Programa de Protección al Comprador.

### Juego De Cuatro Tablas Para Picar + Cuchillo + Pelapapas

Artículo nuevo



**\$ 20.000**

1 cuota de \$ 20.000 con   
VISA    
Más opciones

 Envíos a todo el país por MercadoEnvíos  
Conoce los tiempos y las formas de envío.  
[Calcular costo](#)

¡Único disponible!

Comprar




 Compra protegida por el Programa de Protección al Comprador.

mercado libre


Inscríbete | Ingresar | Vender



### Set X 3 Vasos Brasilia Trago Largo


Artículo nuevo







**\$ 25.900**

1 cuota de \$ 25.900 con  **mercado pago**

 **VISA**   
Más opciones

 **Envíos a todo el país** por MercadoEnvíos  
Conoce los tiempos y las formas de envío.  
[Calcular costo](#)


Cantidad:  **Comprar**   

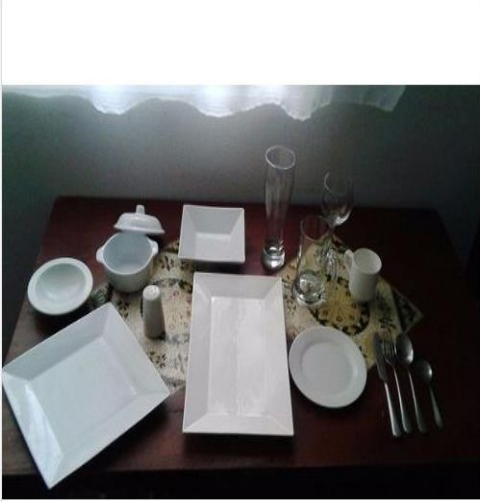
 Compra 100% protegida por el Programa de Protección al Comprador.

mercado libre


Inscríbete | Ingresar | Vender



### Platos, Montaje Completo Para Restaurante Barato !!!!


Artículo usado  1 vendido






**\$ 3.500.000**


1 cuota de \$ 3.500.000 con  **mercado pago**


 **VISA**   
Más opciones

 **Entrega a acordar con el vendedor**  
Bogotá (Bogotá D.C.)  
[Consultar costos](#)


¡Último disponible!


**Comprar**   

 Compra protegida por el Programa de Protección al Comprador.




   [Inscríbete](#) [Ingresa](#) [Vender](#)


## Salero Y Pimentero De Novios! Cubo Y Esfera




Artículo nuevo 



**\$ 19.900**

1 cuota de \$ 19.900 con   
   
[Más opciones](#)

 Entrega a acordar con el vendedor  
Usaquén (Bogotá D.C.)  
[Ver costos de envío](#)

Cantidad:       

   [Inscríbete](#) [Ingresa](#) [Vender](#)

## Porta Servilletas Primavera Technolgiestrade Sas

Artículo nuevo



**\$ 39.100**

1 cuota de \$ 39.100 con   
   
[Más opciones](#)

 Entrega a acordar con el vendedor  
Puente Aranda (Bogotá D.C.)  
[Consultar costos](#)

Cantidad:       


 Compra 100% protegida por el Programa de Protección al Comprador.

mercado libre

Inscríbete | Ingresar | Vender

## Juego De Comedor 4 Puestos Venecia Tipo Loft - Sillas Negras Me gusta

Artículo nuevo



**\$ 607.900**

Finaliza en 4 d 23 h

1 cuota de \$ 607.900 con **mercado pago**

VISA

Más opciones

Entrega a acordar con el vendedor

Bogotá (Bogotá D.C.)

Consultar costos

Cantidad:

Compra 100% protegida por el Programa de Protección al Comprador.

mercado libre

Inscríbete | Ingresar | Vender

También puede interesarte: cama, decoración, juego comedor, muebles sala

Volver al listado | Hogar y Muebles > Comedor

Publicación #421353583 Denunciar | Vender uno igual

## 4 Sillas Karla Plastica Y Mesa Madera Para Restaurante Bar Me gusta

Artículo nuevo 16 vendidos



**\$ 110.000**

1 cuota de \$ 110.000 con **mercado pago**

VISA

Más opciones

Entrega a acordar con el vendedor

Barrios Unidos (Bogotá D.C.)

Consultar costos


Cantidad:

**LINIO** Busca productos BUSCAR

CATEGORÍAS Inicio Artículos de Baño Accesorios de baño Canecas Caneca 3lt Redonda

### Caneca 3lt Redonda

Marca Essenza ★★★★★ No hay reseñas | Escribe tu reseña



**plus**

- Caneca en acero inoxidable.
- Capacidad: 3 Litros
- Redonda

Enviado y Vendido por:  
STILOTEX SAS (MKPI) 4 de 5

**\$21.900**

Recibe un 20% de descuento al pagar con tu Tarjeta Linio Colpatria.  
Si no la tienes, solicítala ahora

**COMPRAR AHORA**

Entrega estimada en 3 días hábiles

**mercado libre**  Inscríbete Ingresa Vender

## Punto Ecológico 53 Litros 3 Canecas De Reciclaje Basura

Artículo nuevo 8 vendidos



**\$ 280.000**

1 cuota de \$ 280.000 con **mercado pago**  
**VISA**   
Más opciones

Entrega a acordar con el vendedor  
Bogotá (Bogotá D.C.)  
[Consultar costos](#)

¡Último disponible!


**Comprar** La dirección ha sido bloqueada.

Dirección URL:  
<https://www.papafodo.com.co>  
200.26.147.235

Compra protegida por el Programa de Protección al Comprador.

Obtenga más información sobre este mensaje

[Adquirir licencia](#) La versión de prueba vence en 108 días


**LINIO** Busca productos BUSCAR 

CATEGORÍAS Inicio Muebles Muebles Sala Sofá Cama Austria Ecocuero-Negro

## Sofá Cama Austria Ecocuero-Negro

Marca [Keila](#) ★★★★★ 21 reseñas | [Escribe tu reseña](#)

[Facebook](#) [Twitter](#)



- Material: ecocuero.
- Estructura en madera.
- Espuma de alta densidad.
- Patas metálicas.

Enviado y Vendido por Linio

~~\$300.000~~ - 33%

**\$269.900**

Ahorra \$130.000

Recibe un 20% de descuento al pagar con tu Tarjeta Linio Colpatria. Si no la tienes, solicítala ahora

COMPRAR AHORA

**mercado libre** Inscríbete Ingresar Vender ?

Espejo Decorativo Envío Gratis (sala,alcoba) 1.20 Cm X 50 Cm Me gusta

Artículo nuevo 8 vendidos



\$ 47.000

1 cuota de \$ 47.000 con  **mercado pago**

**VISA**  

Más opciones

 **Entrega a acordar con el vendedor**  
Kennedy (Bogotá D.C.)  
[Ver costos de envío](#)

Cantidad:  - + Comprar   

Compra protegida por el Programa de Protección al Comprador.

mercado libre

Inscríbete | Ingresar | Vender

## Silla Giratoria Neomática Color Negro Tapizado En Paño Negro Me gusta

Artículo nuevo 31 vendidos



**SILLA DE ESCRITORIO**

Giratoria elevación con gas, tapizado Paño negra, base 5 ruedas

Producto NUEVO

**\$ 85.000**

1 cuota de \$ 85.000 con **mercado pago**

VISA **Más opciones**

Entrega a acordar con el vendedor  
Bogotá (Bogotá D.C.)  
[Consultar costos](#)

Cantidad:  **Comprar**

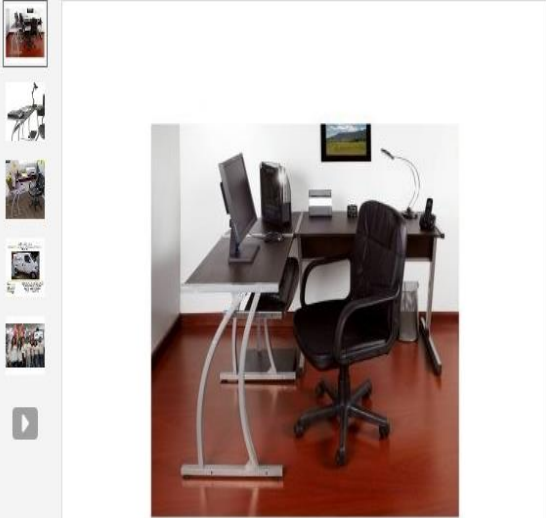
Compra protegida por el Programa de Protección al Comprador.

mercado libre

Inscríbete | Ingresar | Vender

## Escritorio En L 153cm Ancho X 118cm Largo X 73cm Alto Garantía Me gusta

Artículo nuevo 8 vendidos



**\$ 250.000**

Finaliza en 3 d 19 h

1 cuota de \$ 250.000 con **mercado pago**

VISA **Más opciones**

Entrega a acordar con el vendedor  
Puente Aranda (Bogotá D.C.)  
[Ver costos de envío](#)

Cantidad:  **Comprar**



mercado libre

Inscríbete Ingresar Vender

## Resma De Papel Reprograf

Me gusta

Artículo nuevo 3 vendidos



**\$ 8.990**

1 cuota de \$ 8.990 con   

Más opciones

Entrega a acordar con el vendedor  
Usme (Bogotá D.C.)  
Consultar costos

Cantidad:     

Compra protegida por el Programa de Protección al Comprador

mercado libre

Inscríbete Ingresar

## Remate Caja 12 Esferos Faber Castell Trilux

Me gusta

Artículo nuevo 8 vendidos



**\$ 5.000**

1 cuota de \$ 5.000 con   

Más opciones

 Envío gratis a todo el país.  
Fontibón (Bogotá D.C.)

Cantidad:     

Compra protegida por el Programa de Protección al Comprador.

mercado libre

Inscríbete | Ingresar | Vender

## Lámpara De Fibra Óptica - Starlight Negro Con La Luz Azul

Artículo nuevo



**\$ 48.616**

Pueden aplicarse impuestos de importación

1 cuota de \$ 48.616 con  **mercado pago**

   
Más opciones

 **Envío internacional gratis** desde Reino Unido  
Recíbelo en 25 días aproximadamente.

Cantidad:     

 Compra 100% protegida por el Programa de Protección al Comprador.

mercado libre

Inscríbete | Ingresar | Vender

## Lluvia Cosmica 50 Barras Neon 20 Cm Hora Loca Fiesta Manilla

Artículo nuevo 16 vendidos



**\$ 8.990**


1 cuota de \$ 8.990 con  **mercado pago**

   
Más opciones


 **Entrega a acordar con el vendedor**  
Medellin (Antioquia)  
[Ver costos de envío](#)


Cantidad:     

 Compra protegida por el Programa de Protección al Comprador.


   [Inscríbete](#) [Ingresa](#) [Vender](#)




## Extintor Tipo K Para Cocinas De 1.5 Galones De Capacidad


Artículo nuevo  2 vendidos






**\$ 380.000**

 Finaliza en 2 d 16 h


 1 cuota de \$ 380.000 con   
**VISA**   
[Más opciones](#)


 **Entrega a acordar con el vendedor**  
Barrios Unidos (Bogotá D.C.)  
[Consultar costos](#)

Cantidad:       




   [Inscríbete](#) [Ingresa](#) [Vender](#)


## Botiquín Primeros Auxilios Portátil




Artículo nuevo  73 vendidos




**\$ 55.000**

 1 cuota de \$ 55.000 con   
**VISA**   
[Más opciones](#)

 **Entrega a acordar con el vendedor**  
Barrios Unidos (Bogotá D.C.)  
[Consultar costos](#)

Cantidad:       

 Compra protegida por el Programa de Protección al Comprador.

# Señalización Industrial Me gusta

Artículo nuevo 42 vendidos

**\$ 3.500**



1 cuota de \$ 3.500 con **mercado pago**  
**VISA**   
Más opciones

Entrega a acordar con el vendedor  
Bogotá (Bogotá D.C.)  
[Consultar costos](#)

Cantidad:  **Comprar**

Compra protegida por el Programa de Protección al Comprador.

**ANEXO K**  
**FICHAS TÉCNICAS INDICADORES PLAN ESTRATÉGICO**

<b>INDICADOR DE GESTIÓN OBJETIVO N°1</b>	
Nombre del indicador:	Análisis de ventas proyectadas
Objetivo del indicador:	Lograr las ventas proyectadas para la organización "Kalú".
Formula del indicador:	$\frac{\text{Ventas reales}}{\text{Ventas proyectadas}} * 100$
Unidad de medida:	Porcentaje (%)
Periodicidad:	Mensual

<b>INDICADOR DE GESTIÓN OBJETIVO N°2</b>	
Nombre del indicador:	Análisis de posicionamiento
Objetivo del indicador:	Lograr un reconocimiento como ejemplo de la sociedad y de la cultura empresarial.
Formula del indicador:	$\frac{\text{Total reclamos}}{\text{Total clientes atendidos}} * 100$
Unidad de medida:	Porcentaje (%)
Periodicidad:	Mensual

<b>INDICADOR DE GESTIÓN OBJETIVO N°3</b>	
Nombre del indicador:	Análisis de operaciones
Objetivo del indicador:	Cumplir al 100% los procesos productivos para la elaboración del producto final.
Formula del indicador:	$\frac{\text{Platos devueltos}}{\text{Platos elaborados}} * 100$
Unidad de medida:	Porcentaje (%)
Periodicidad:	Mensual

<b>INDICADOR DE GESTIÓN OBJETIVO N°4</b>	
Nombre del indicador:	Rotación de empleados
Objetivo del indicador:	Lograr la satisfacción total del cliente interno.
Formula del indicador:	$\frac{\left(\frac{A + D}{2}\right) * 100}{\left(\frac{F1 + F2}{2}\right)}$
Unidad de medida:	Porcentaje (%)
Periodicidad:	Mensual

<b>INDICADOR DE GESTIÓN PROVEEDORES</b>	
Nombre del indicador:	Indicador de cumplimiento de proveedores (entregas)
Formula del indicador:	$\frac{\text{N° de pedidos solicitados en el mes}}{\text{Total N° de entregas recibidas del mes}} * 100$
Unidad de medida:	Porcentaje (%)
Periodicidad:	Mensual

**ANEXO L**  
**COTIZACIONES TERCERIZACIÓN DE CARGOS**



## ASESORÍA CONTABLE

\$ 500.000

Nuestro servicio de OUTSOURCING CONTABLE le brinda un manejo independiente de su contabilidad, disposición de la información actualizada de sus ingresos y egresos mensualmente, y la asesoría de profesionales especializados en áreas como costos, impuestos, temas fiscales, tributarios y financieros, con un manejo adecuado y oportuno de sus operaciones contables, contamos con una plataforma tecnológica contable eficiente que permite ser competitivos en el mercado y poder marcar la diferencia en el procesamiento de la información ya que el compromiso de SERFICON es entregar información en forma oportuna y real a la administración para la correspondiente toma de decisiones en forma efectiva y poder minimizar el riesgo al cual se puede ver enfrentada la compañía.

Serficon ofrece a sus clientes una administración de procesos contables, la cual está dirigida por un modelo básico; complementado por un sistema de información planificado y diseñado, ofreciendo de esta manera, compatibilidad, control, flexibilidad y una relación aceptable entre costo y beneficio, permitiendo de una forma metodológica documentar, estandarizar y controlar los procesos y servicios del ente económico para maximizar su productividad.

Ubicanos



¡Comunícate ya!

☎ 2 45 86 70  
☎ 4 81 93 46  
☎ 2 32 26 29  
☎ 310-773-92 89  
☎ 321-283 72 02  
Calle 39 # 15-23  
Bogotá, Colombia

### de servicios generales

\$689.454



Colombia ofrece un equipo de mujeres y hombres con amplia experiencia y conocimiento de procedimientos en cuanto a arreglos o cuidados de momento indicado por nuestros clientes.

o cuenta con capacidad de entrega en la solución de todo tipo de arreglos y diligencias que se presenten dentro de la empresa u hogar, al to de nuestros miembros le apoyará con la limpieza o arreglos en general de oficinas, áreas comunes y demás.

### Opiniones de nuestros clientes

1 2 3

Jose Tones

*"Excelente servicio. Empleadas muy colaboradoras y honestas. Cumplen con todo. Acomedidas"*

Leidí Osorio

*"Muy bueno el servicio. Óptimo, muy oportuno, amables."*

### Nuestros servicios


▶ Personal Doméstico



**ANEXO M**  
**MANUAL DE FUNCIONES**


		<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	
<b>NOMBRE DEL RESTAURANTE:</b>		Kalú	
<b>NOMBRE DEL CARGO:</b>		AUXILIAR DE CAJA	
<b>DEPENDENCIA:</b>		GERENCIA	
<b>NUMERO DE CARGOS:</b>		UNO	
<b>CARGO DEL JEFE INMEDIATO:</b>		GERENTE	
<b>REPORTA A:</b>		GERENTE	
<b>OBJETIVO PRINCIPAL DEL CARGO</b>			
El objetivo principal del cargo es generar la factura de cada uno de los clientes cuando este lo solicite al mesero, también se encarga de recibir quejas y reclamos.			
<b>FUNCIONES DEL CARGO</b>			
1	Es responsable de efectuar la cuenta final del cliente		
2	Contar la base de efectivo entregado por el gerente al comenzar el turno		
3	Recibir forma de pago al cliente, ya sea efectivo o con tarjeta		
4	Realizar la facturación		
5	Elaborar cierre de caja diario contra el efectivo de ventas realizada		
6	Realizar demás tareas que sean asignadas por su jefe inmediato		
<b>REQUISITOS</b>	<b>EDUCACIÓN PARA EL CARGO:</b>		Auxiliar contable, Auxiliar administrativo
	<b>EXPERIENCIA PARA EL CARGO:</b>		Con o sin experiencia
	<b>HABILIDADES:</b>		Relaciones interpersonales, atención al cliente.
	<b>FORMACIÓN:</b>		Manejo completo del software Jaws, certificación de servicio al cliente.
	<b>ESFUERZOS:</b>		<b>Mental:</b> Alto Medio X Bajo <b>Visual:</b> Alto Medio Bajo X <b>Físico:</b> Alto X Medio Bajo
<b>ELABORÓ:</b> María Camila Quintero Ojeda		<b>REVISÓ:</b> Adriana Lucía Barón Valderrama	<b>APROBÓ:</b> Adriana Lucía Barón Valderrama


		<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	
<b>NOMBRE DEL RESTAURANTE:</b>		Kalú	
<b>NOMBRE DEL CARGO:</b>		METRE	
<b>DEPENDENCIA:</b>		GERENCIA	
<b>NUMERO DE CARGOS:</b>		UNO	
<b>CARGO DEL JEFE INMEDIATO:</b>		SUBGERENTE	
<b>REPORTA A:</b>		GERENTE	
<b>OBJETIVO PRINCIPAL DEL CARGO</b>			
El objetivo principal del cargo es dar la bienvenida al comensal al restaurante, también se encarga de ubicar a los clientes de acuerdo a la capacidad de mesas, recibir quejas y reclamos, además hace el papel de cajero			
<b>FUNCIONES DEL CARGO</b>			
1	Es responsable de recibir al cliente		
2	Es responsable de asignar la mesa al comensal		
3	Debe tener una comunicación permanente con el jefe de meseros		
4	Debe conocer a la perfección los platos y tiempo de duración de preparación de estos		
5	Supervisa la buena prestación del servicio		
6	Da a conocer a sus superiores los problemas en el servicio en caso de que existan		
7	Presentar informes sobre la gestión de resultado al subgerente		
8	Realizar demás tareas que sean asignadas por su jefe inmediato		
<b>REQUISITOS</b>	<b>EDUCACIÓN PARA EL CARGO:</b>		Básica secundaria
	<b>EXPERIENCIA PARA EL CARGO:</b>		Con o sin experiencia
	<b>HABILIDADES:</b>		Trabajo en equipo, relaciones interpersonales, atención al cliente.
	<b>FORMACIÓN:</b>		Manejo completo del software Jaws, certificación de servicio al cliente.
	<b>ESFUERZOS:</b>		<b>Mental:</b> Alto Medio X Bajo <b>Visual:</b> Alto Medio Bajo X <b>Físico:</b> Alto X Medio Bajo
<b>ELABORÓ:</b> María Camila Quintero Ojeda		<b>REVISÓ:</b> Adriana Lucía Barón Valderrama	
		<b>APROBÓ:</b> Adriana Lucía Barón Valderrama	

		<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	
<b>NOMBRE DEL RESTAURANTE:</b>		Kalú	
<b>NOMBRE DEL CARGO:</b>		JEFE DE MESEROS	
<b>DEPENDENCIA:</b>		GERENCIA	
<b>NUMERO DE CARGOS:</b>		UNO	
<b>CARGO DEL JEFE INMEDIATO:</b>		SUBGERENTE	
<b>REPORTA A:</b>		GERENTE	
<b>OBJETIVO PRINCIPAL DEL CARGO</b>			
El objetivo principal del cargo es guiar, liderar de mejor manera las tareas de los demás meseros, enfocando la atención al cliente como prioridad, la seguridad, comodidad, solicitud apariencia para asegurar la buena imagen del restaurante.			
<b>FUNCIONES DEL CARGO</b>			
1	Guiar a los 12 meseros para el óptimo préstamo del servicio		
2	Verificar el correcto uso de los uniformes de los meseros		
3	Revisar el estado de las tabletas		
4	Suministrar los insumos necesarios a los meseros para la toma de los pedidos		
5	Inspeccionar el servicio al cliente de cada uno de los meseros		
6	Supervisar en el área de la cocina que realmente se estén elaborando los platos solicitados		
7	Garantizar la limpieza absoluta del comedor		
8	Apoyo a los meseros cuando estos lo requieran		
9	Estar pendiente y atento a cualquier solicitud del cliente		
10	Dirigir al auxiliar de limpieza cada vez que sea necesario		
11	Debe tener una comunicación permanente con los Metre		
12	Presentar informes sobre la gestión de resultado al subgerente		
13	Realizar demás tareas que sean asignadas por su jefe inmediato		
<b>REQUISITOS</b>	<b>EDUCACIÓN PARA EL CARGO:</b>		Técnico hotelería y turismo
	<b>EXPERIENCIA PARA EL CARGO:</b>		Al menos 6 meses de experiencia
	<b>HABILIDADES:</b>		Trabajo en equipo, relaciones interpersonales, atención al cliente.
	<b>FORMACIÓN:</b>		Manejo completo del software Jaws, certificación de servicio al cliente.
	<b>ESFUERZOS:</b>		<b>Mental:</b> Alto Medio X Bajo <b>Visual:</b> Alto Medio X Bajo <b>Físico:</b> Alto X Medio Bajo
<b>ELABORÓ:</b> María Camila Quintero Ojeda		<b>REVISÓ:</b> Adriana Lucía Barón Valderrama	<b>APROBÓ:</b> Adriana Lucía Barón Valderrama


		<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	
<b>NOMBRE DEL RESTAURANTE:</b>		Kalú	
<b>NOMBRE DEL CARGO:</b>		CHEF	
<b>DEPENDENCIA:</b>		GERENCIA	
<b>NUMERO DE CARGOS:</b>		UNO	
<b>CARGO DEL JEFE INMEDIATO:</b>		SUBGERENTE	
<b>REPORTA A:</b>		GERENTE	
<b>OBJETIVO PRINCIPAL DEL CARGO</b>			
Su objetivo principal, es asegurar que cada proceso de producción de los platos, cuente con total calidad, este dentro de los estándares de tiempo de preparación, inspeccionando así el producto final. Además debe el funcionamiento de las maquinas.			
<b>FUNCIONES DEL CARGO</b>			
1	Dirigir el personal del área de producción		
2	Asignar las tareas a los ayudantes de cocina		
3	Dirigir y responder por la preparación de cada uno de los platos		
4	Dar visto bueno del producto final para que sea entregado al mesero		
5	Garantizar la práctica de manipulación de alimentos		
6	Realizar los pedidos de materia prima según requerimiento y ejecutarlo a través del gerente		
7	Presentar informes sobre la gestión de resultado al subgerente y gerente		
8	Realizar demás tareas que sean asignadas por su jefe inmediato		
<b>REQUISITOS</b>	<b>EDUCACIÓN PARA EL CARGO:</b>		Chef profesional gastronomía
	<b>EXPERIENCIA PARA EL CARGO:</b>		Experiencia superior de 2 años
	<b>HABILIDADES:</b>		Creativo, Trabajo en equipo, relaciones interpersonales, atención al cliente, perfeccionista.
	<b>FORMACIÓN:</b>		Manejo completo del software Jaws, certificación de servicio al cliente, certificado en manipulación de alimentos.
	<b>ESFUERZOS:</b>		<b>Mental:</b> Alto X Medio Bajo <b>Visual:</b> Alto X Medio Bajo <b>Físico:</b> Alto X Medio Bajo
<b>ELABORÓ:</b> María Camila Quintero Ojeda		<b>REVISÓ:</b> Adriana Lucía Barón Valderrama	<b>APROBÓ:</b> Adriana Lucía Barón Valderrama

		<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	
<b>NOMBRE DEL RESTAURANTE:</b>		Kalú	
<b>NOMBRE DEL CARGO:</b>		MESEROS	
<b>DEPENDENCIA:</b>		JEFE DE MESEROS	
<b>NUMERO DE CARGOS:</b>		SEIS	
<b>CARGO DEL JEFE INMEDIATO:</b>		JEFE DE MESEROS	
<b>REPORTA A:</b>		JEFE DE MESEROS Y SUBGERENTE	
<b>OBJETIVO PRINCIPAL DEL CARGO</b>			
Su objetivo principal es brindar la mejor atención al cliente, solucionando todos sus requerimientos y solicitudes para conseguir la satisfacción del mismo.			
<b>FUNCIONES DEL CARGO</b>			
1	Saludar al comensal		
2	Enseñar el menú al cliente		
3	Realizar la toma del pedido teniendo en cuenta cada solicitud		
4	Enviar la orden del pedido al área de producción		
5	Entregar el pedido completo al cliente que lo solicito		
6	Estar atento y disponible al cualquier solitud del cliente		
7	Cobrar el pedido al cliente cuando este lo solicite		
8	Debe tener una comunicación permanente con el mesero jefe y con el cajero		
9	Presentar informes sobre la gestión de resultado al jefe de meseros		
10	Realizar demás tareas que sean asignadas por su jefe inmediato		
<b>REQUISITOS</b>	<b>EDUCACIÓN PARA EL CARGO:</b>		Básica secundaria
	<b>EXPERIENCIA PARA EL CARGO:</b>		Con o sin experiencia
	<b>HABILIDADES:</b>		Trabajo en equipo, relaciones interpersonales, atención al cliente.
	<b>FORMACIÓN:</b>		Manejo completo del software Jaws, certificación de servicio al cliente.
	<b>ESFUERZOS:</b>		<b>Mental:</b> Alto X Medio Bajo <b>Visual:</b> Alto Medio X Bajo <b>Físico:</b> Alto X Medio Bajo
<b>ELABORÓ:</b> María Camila Quintero Ojeda		<b>REVISÓ:</b> Adriana Lucía Barón Valderrama	<b>APROBÓ:</b> Adriana Lucía Barón Valderrama

		<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	
<b>NOMBRE DEL RESTAURANTE:</b>		Kalú	
<b>NOMBRE DEL CARGO:</b>		AYUDANTE COCINA	
<b>DEPENDENCIA:</b>		CHEFE Y GERENCIA	
<b>NUMERO DE CARGOS:</b>		UNO	
<b>REPORTA A:</b>		CHEF Y SUBGERENTE	
<b>OBJETIVO PRINCIPAL DEL CARGO</b>			
Su objetivo principal es elaborar cada una de las ordenes que llegan a la cocina, teniendo en cuenta el orden de llegada de las mismas, respetando las buenas prácticas de manipulación, optimizando los tiempo de preparación, así mismo garantizando la calidad de los procesos y producto terminado.			
<b>FUNCIONES DEL CARGO</b>			
1	Encargado de la elaboración del menú de entradas		
2	Mantener la limpieza y orden de su área de trabajo		
3	Abastecer con los productos necesarios cada vez que se requiera		
4	Verificar la calidad y el estado de los productos a usar		
5	Manipular correctamente los alimentos		
6	Garantizar y respetar los tiempo de preparación		
7	Servir y enseñar al chef el producto final para llevarlo a la barra para que sea llevado al comensal		
8	Lavar y cortar los productos que se requieran para es este procedimiento		
9	Lavar utensilios cada vez que los requiriera		
10	Apagar y limpiar la maquinaria en cada cierre.		
11	Debe tener una comunicación permanente con el chef y jefe de meseros		
12	Presentar informes sobre la gestión de resultado al chef		
13	Realizar demás tareas que sean asignadas por su jefe inmediato		
<b>REQUISITOS</b>	<b>EDUCACIÓN PARA EL CARGO:</b>		Técnico y/o estudiante de gastronomía
	<b>EXPERIENCIA PARA EL CARGO:</b>		Al menos 6 meses de experiencia
	<b>HABILIDADES:</b>		Trabajo en equipo, relaciones interpersonales
	<b>FORMACIÓN:</b>		Manejo completo del software Jaws, certificación en manejo y manipulación de alimentos
	<b>ESFUERZOS:</b>		<b>Mental:</b> Alto X Medio Bajo <b>Visual:</b> Alto X Medio Bajo <b>Físico:</b> Alto X Medio Bajo
<b>ELABORÓ:</b> María Camila Quintero Ojeda		<b>REVISÓ:</b> Adriana Lucía Barón Valderrama	<b>APROBÓ:</b> Adriana Lucía Barón Valderrama

		<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	
<b>NOMBRE DEL RESTAURANTE:</b>		Kalú	
<b>NOMBRE DEL CARGO:</b>		AYUDANTE COCINA	
<b>DEPENDENCIA:</b>		CHEF Y GERENCIA	
<b>NUMERO DE CARGOS:</b>		DOS	
<b>REPORTA A:</b>		CHEF Y SUBGERENTE	
<b>OBJETIVO PRINCIPAL DEL CARGO</b>			
Su objetivo principal es elaborar cada una de las ordenes que llegan a la cocina, teniendo en cuenta el orden de llegada de las mismas, respetando las buenas prácticas de manipulación, optimizando los tiempo de preparación, así mismo garantizando la calidad de los procesos y producto terminado.			
<b>FUNCIONES DEL CARGO</b>			
1	Encargado de la elaboración del menú de platos fuertes		
2	Mantener la limpieza y orden de su área de trabajo		
3	Abastecer con los productos necesarios cada vez que se requiera		
4	Verificar la calidad y el estado de los productos a usar		
5	Manipular correctamente los alimentos		
6	Garantizar y respetar los tiempo de preparación		
7	Servir y enseñar al chef el producto final para llevarlo a la barra para que sea llevado al comensal		
8	Lavar y cortar los productos que se requieran para es este procedimiento		
9	Lavar utensilios cada vez que los requiriera		
10	Apagar y limpiar la maquinaria en cada cierre.		
11	Debe tener una comunicación permanente con el chef y jefe de meseros		
12	Presentar informes sobre la gestión de resultado al chef		
13	Realizar demás tareas que sean asignadas por su jefe inmediato		
<b>REQUISITOS</b>	<b>EDUCACIÓN PARA EL CARGO:</b>		Técnico y/o estudiante de gastronomía
	<b>EXPERIENCIA PARA EL CARGO:</b>		Al menos 6 meses de experiencia
	<b>HABILIDADES:</b>		Trabajo en equipo, relaciones interpersonales
	<b>FORMACIÓN:</b>		Manejo completo del software Jaws, certificación en manejo y manipulación de alimentos
	<b>ESFUERZOS:</b>		<b>Mental:</b> Alto X Medio Bajo <b>Visual:</b> Alto X Medio Bajo <b>Físico:</b> Alto X Medio Bajo
<b>ELABORÓ:</b> María Camila Quintero Ojeda		<b>REVISÓ:</b> Adriana Lucía Barón Valderrama	<b>APROBÓ:</b> Adriana Lucía Barón Valderrama



		<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	
<b>NOMBRE DEL RESTAURANTE:</b>		Kalú	
<b>NOMBRE DEL CARGO:</b>		AYUDANTE COCINA	
<b>DEPENDENCIA:</b>		CHEF Y GERENCIA	
<b>NUMERO DE CARGOS:</b>		UNO	
<b>REPORTA A:</b>		CHEF Y SUBGERENTE	
<b>OBJETIVO PRINCIPAL DEL CARGO</b>			
Su objetivo principal es elaborar cada una de las ordenes que llegan a la cocina, teniendo en cuenta el orden de llegada de las mismas, respetando las buenas prácticas de manipulación, optimizando los tiempo de preparación, así mismo garantizando la calidad de los procesos y producto terminado.			
<b>FUNCIONES DEL CARGO</b>			
1	Encargado de la elaboración del menú de postres y bebidas		
2	Mantener la limpieza y orden de su área de trabajo		
3	Abastecer con los productos necesarios cada vez que se requiera		
4	Verificar la calidad y el estado de los productos a usar		
5	Manipular correctamente los alimentos		
6	Garantizar y respetar los tiempo de preparación		
7	Servir y enseñar al chef el producto final para llevarlo a la barra para que sea llevado al comensal		
8	Lavar y cortar los productos que se requieran para es este procedimiento		
9	Lavar utensilios cada vez que los requiriera		
10	Apagar y limpiar la maquinaria en cada cierre.		
11	Debe tener una comunicación permanente con el chef y jefe de meseros		
12	Presentar informes sobre la gestión de resultado al chef		
13	Realizar demás tareas que sean asignadas por su jefe inmediato		
<b>REQUISITOS</b>	<b>EDUCACIÓN PARA EL CARGO:</b>		Técnico y/o estudiante de gastronomía
	<b>EXPERIENCIA PARA EL CARGO:</b>		Al menos 6 meses de experiencia
	<b>HABILIDADES:</b>		Trabajo en equipo, relaciones interpersonales
	<b>FORMACIÓN:</b>		Manejo completo del software Jaws, certificación en manejo y manipulación de alimentos
	<b>ESFUERZOS:</b>		<b>Mental:</b> Alto X Medio Bajo <b>Visual:</b> Alto X Medio Bajo <b>Físico:</b> Alto X Medio Bajo
<b>ELABORÓ:</b> María Camila Quintero Ojeda		<b>REVISÓ:</b> Adriana Lucía Barón Valderrama	<b>APROBÓ:</b> Adriana Lucía Barón Valderrama

		<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	
<b>NOMBRE DEL RESTAURANTE:</b>		Kalú	
<b>NOMBRE DEL CARGO:</b>		GARROTEROS	
<b>DEPENDENCIA:</b>		JEFE DE MESEROS	
<b>NUMERO DE CARGOS:</b>		DOS	
<b>CARGO DEL JEFE INMEDIATO:</b>		JEFE DE MESEROS	
<b>REPORTA A:</b>		JEFE DE MESEROS Y SUBGERENTE	
<b>OBJETIVO PRINCIPAL DEL CARGO</b>			
Su objetivo principal es brindar la mejor atención al cliente, solucionando todos sus requerimientos y solicitudes para conseguir la satisfacción del mismo.			
<b>FUNCIONES DEL CARGO</b>			
1	Saludar al comensal		
2	Una vez finalizado el servicio retirar los utensilios		
3	Limpiar y desinfectar la mesa		
4	Debe tener una comunicación permanente con el jefe de meseros y meseros		
5	Presentar informes sobre la gestión de resultado al jefe de meseros		
6	Realizar demás tareas que sean asignadas por su jefe inmediato		
<b>REQUISITOS</b>	<b>EDUCACIÓN PARA EL CARGO:</b>		Básica secundaria
	<b>EXPERIENCIA PARA EL CARGO:</b>		Con o sin experiencia
	<b>HABILIDADES:</b>		Trabajo en equipo, relaciones interpersonales, atención al cliente.
	<b>FORMACIÓN:</b>		Manejo completo del software Jaws, certificación de servicio al cliente.
	<b>ESFUERZOS:</b>		<b>Mental:</b> Alto Medio Bajo X <b>Visual:</b> Alto Medio X Bajo <b>Físico:</b> Alto X Medio Bajo
<b>ELABORÓ:</b> María Camila Quintero Ojeda		<b>REVISÓ:</b> Adriana Lucía Barón Valderrama	
		<b>APROBÓ:</b> Adriana Lucía Barón Valderrama	

**ANEXO N**  
**COSTO DE LA DOTACIÓN DEL PERSONAL**

<b>DOTACIÓN CARGO CHEF</b>				
ELEMENTO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Camisa clásica	Camisa en gabardina manga larga con doble abotonadura, botón interno cruzado y embone en el frente, cuello y manga.	4	\$ 65.000	\$ 260.000
Pantalón	Pantalón en anti fluido resortado y cordón en la cintura, con cinco bolsillos.	4	\$ 40.000	\$ 160.000
Gorro	Gorro Champiñón All In Chef	4	\$ 30.000	\$ 120.000
Zapatos	Zapatos sloggers para especiales para chef antiderrapantes.	1	\$ 35.000	\$ 35.000
Costo total por una entrega				\$ 575.000
Total ( 1 Chef)				\$ 575.000

<b>DOTACIÓN CARGO AYUDANTE DE COCINA</b>				
ELEMENTO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Camisa cremallera	Camisa en gabardina, manga larga de cremallera cruzada con abotonadura interna, embone en cuello y manga.	4	\$ 65.000	\$ 260.000
Pantalón	Pantalón en anti fluido resortado y cordón en la cintura, con cinco bolsillos.	4	\$ 40.000	\$ 160.000
Gorro	Estilo pirata en anti fluido.	4	\$ 15.000	\$ 60.000
Zapatos	Zapatos sloggers para especiales para chef antiderrapantes.	1	\$ 35.000	\$ 35.000
Costo total por una entrega				\$ 515.000
Total (4 ayudantes de cocina)				\$ 2.060.000

<b>DOTACIÓN CARGO JEFE DE MESEROS</b>				
ELEMENTO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Camisa	Camisa blanca, manga larga, de botones, clásica.	4		
Corbata	Corbata clásica negra.	4	\$ 80.000	\$ 320.000
Pantalón negro	Pantalón de resorte a la cintura, con dos bolsillos, clásico	4		
Delantal	Mandil, completo, color negro largo, clásico.	4		
Zapatos	Zapato formal, en cuero negro, diseño de acordonar a la altura del empeine para facilitar su postura, costuras visibles, suela plana, puntera cuadrada en punta.	1	\$ 79.000	\$ 79.000
Costo total por una entrega				\$ 399.000
Total (1 Jefe de meseros)				\$ 399.000

<b>DOTACIÓN CARGO MESEROS</b>				
ELEMENTO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Camisa	Camisa blanca, manga larga, de botones, clásica.	4		
Moño	Moño negro al cuello de listón.	4	\$ 70.000	\$ 280.000
Pantalón negro	Pantalón de resorte a la cintura, con dos bolsillos, clásico	4		
Chaleco	Chaleco sencillo de botones negro.	4		
Delantal	Delantal de cintura, largo unisex.	4		
Zapatos	Zapato formal, en cuero negro, diseño de acordonar a la altura del empeine para facilitar su postura, costuras visibles, suela plana, puntera cuadrada en punta.	1	\$ 79.900	\$ 79.900
Costo total por una entrega				\$ 359.900
Total ( 6 Meseros)				\$ 2.159.400

<b>DOTACIÓN CARGO METRE Y AUXILIAR DE CAJA</b>				
ELEMENTO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Camisa	Camisa cuello maeo en tela importada 65% poliéster algodón.	4		
Pantalón negro	Pantalón de resorte a la cintura, con dos bolsillos, clásico.	4	\$ 80.000	\$ 320.000
Zapatos	Zapato formal, en cuero negro, diseño de acordonar a la altura del empeine para facilitar su postura, costuras visibles, suela plana, puntera cuadrada en punta.	1	\$ 79.000	\$ 79.000
Costo total por una entrega				\$ 399.000
Total (1 Metre, 1 Auxiliar de caja)				\$ 798.000

<b>DOTACIÓN CARGO GARROTERO</b>				
ELEMENTO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Uniforme de limpieza	Blusa entallada, cuello alto con botones ocultos por una solapa y bolsillos. Con embone e el frente, cuello y bolsillos. Pantalón resortado en cintura con bolsillos, pantalón y blusa en tela lino.	4	\$ 75.800	\$ 303.200
Guantes	Guantes de nitrilo contra solventes, protección manila caucho	4	\$ 6.500	\$ 26.000
Zapatos	Zapato formal, en cuero negro, diseño de acordonar a la altura del empeine para facilitar su postura, costuras visibles, suela plana, puntera cuadrada en punta.	1	\$ 79.000	\$ 79.000
Costo total por una entrega				\$ 408.200
Total (2 garroteros)				\$ 816.400



## Conjunto Chef Modelo Clásico

Ref Camisa: 1-24 - Ref Pantalón: 1-84

Camisa en gabardina manga larga con doble abotonadura, botón interno cruzado y embone en el frente, cuello y manga. Pantalón en antifluído resortado y cordón en la cintura, con cinco bolsillos.

**Envíos a todo el país**

### CAMISA CHEF MODELO CLÁSICO

Talla XS

Colores disponibles



Cantidad 1

**\$ 65,000**

### CHEF PANTALÓN

Talla 8

Colores disponibles



Cantidad 1

**\$ 40,000**

[Cotizar >](#)



Inscríbete

Ingresar

Vender



## Gorro Champiñón All In Chef Me gusta

Artículo nuevo



**\$ 30.000**



1 cuota de \$ 30.000 con mercado pago

Más opciones



Entrega a acordar con el vendedor

Medellín (Antioquia)

[Consultar costos](#)

¡Único disponible!

[Comprar](#)



mercado libre

Inscríbete | Ingresar | Vender

Evacol Anti Deslizante Blanco Cerrado Tipo Cross Dotación Me gusta

Artículo nuevo

**\$ 35.000**

1 cuota de \$ 35.000 con mercado pago


VISA Más opciones

Envíos a todo el país por MercadoEnvíos  
Conoce los tiempos y las formas de envío.  
[Calcular costo](#)

Color: **Blanco**

Talla:

35 36 37 38 39 40 41



CAMILA CAMILA

PRODUCTOS | PROMOCIONES | CAMILA Y CAMILA | ACTUALIDAD | CONTACTO

Cotización

**Conjunto Chef Cremallera**  
Ref. Camisa: 1-24 - Ref. Pantalón: 1-84

Camisa en gabardina, manga larga de cremallera cruzada con abotonadura interna, embone en cuello y manga.  
Pantalón en antifluído resortado y cordón en la cintura, con cinco bolsillos.  
Conjunto para dama y caballero.  
**Envíos a todo el país**

**CAMISA CHEF CREMALLERA**

Talla XS

Colores disponibles

Cantidad 1 **\$ 65,000**

**CHEF PANTALÓN**

Talla 8

Colores disponibles

Cantidad 1 **\$ 40,000**

**Cotizar**





CAMILA CAMILA

PRODUCTOS PROMOCIONES CAMILA Y CAMILA ACTUALIDAD CONTACTO **Cotización**

## Gorro Chef Pirata

Ref: 1-25

Estilo pirata en antifluído.  
Sujeto a disponibilidad de estampado  
**Envíos a todo el país**



**GORRO CHEF PIRATA**

Talla Única ▾

Colores disponibles

Cantidad 1 ▾ **\$ 15,000**

**Cotizar >**

INICIO ¿USUARIO NUEVO? ENTRAR A MI CUENTA

¿QUIENES SOMOS? NOTICIAS SUCURSALES CONTACTO FACTURAS

unser


Buscar productos Todas las secciones **BUSCAR** **SOCIOS UNSER**

CHEF HOTEL Y RESTAURANTE MÉDICO HOGAR MAEVN GIESSER MESSER MERCER UVM CORBUSE

FILIPINAS Y SACOS MANDILES Y CAMISAS CHALECOS Y PANTALONES ACCESORIOS

¿USUARIO NUEVO?  
**REGISTRA TU CUENTA**

YA ESTAS REGISTRADO  
**INGRESA TU USUARIO**



CANTIDAD: 1

PRECIO: \$ 70.000

**AÑADIR A MI PEDIDO**

**+**


CALZADO  
*Spring Step*



ZAPATOS, VESTUARIO, BOLSOS, ETC.


(0) ARTÍCULOS



Home
MUJER
HOMBRE
INFANTIL
DEPORTE
COLEGIAL
ACCESORIOS
NUESTRAS MARCAS
VENTAS INSTITUCIONALES
TIENDAS
OUTLET

Home [Hombre](#) [Calzado](#) Zapatos Windsor-b727606pd Negro 79.900





windsor: **WINDSOR B727606PD**

▼ ELIJA COLOR

▼ ELIJA TALLA

39

COMPARTIR

**DETALLES DEL PRODUCTO**  
 Zapato formal para hombre, marca WINDSO, elaborado en cuero, color Negro, diseño de acordonar a la altura del empeine para facilitar su postura, costuras visibles, suela plana, puntera cuadrada en punta, un calzado que nunca pasa de moda, utilízalo con un

COMPRA SEGURA

unser

[INICIO](#) [¿USUARIO NUEVO?](#) [ENTRAR A MI CUENTA](#) 1 PRODUCTOS  
[¿QUIÉNES SOMOS?](#) [NOTICIAS](#) [SUCURSALES](#) [CONTACTO](#) [FACTURAS](#)

Buscar productos

Todas las secciones ▼

BUSCAR

SOCIOS UNSER

CHEF
**HOTEL Y RESTAURANTE**
MÉDICO
HOGAR
MAEVN
GIESSER MESSER
MERCER
UVM
CORBUSE

FILIPINAS Y SACOS
**MANDILES Y CAMISAS**
CHALECOS Y PANTALONES
ACCESORIOS



**MANDIL PARA SOMMELIER**

MANDIL PARA SOMMELIER 65% POLIÉSTER 35% ALGODÓN






CANTIDAD:

PRECIO: \$ 280.00

AÑADIR AL CARRITO 80.000

¿USUARIO NUEVO?  
[REGISTRA TU CUENTA](#)

YA ESTAS REGISTRADO  
[INGRESA TU USUARIO](#)

**CARRITO DE COMPRAS**

CHALECO HOMBRE - 400.00 Quitar

CANTIDAD:  Cambiar

HACER SU PEDIDO


INICIO ¿USUARIO NUEVO? ENTRAR A MI CUENTA 2 PRODUCTOS  
 ¿QUIÉNES SOMOS? NOTICIAS SUCURSALES CONTACTO FACTURAS

**unser**

Buscar productos Todas las secciones BUSCAR SOCIOS UNSER

CHEF **HOTEL Y RESTAURANTE** MÉDICO HOGAR MAEVN GIESSER MESSER MERCER UVM CORBUSE

FILIPINAS Y SACOS MANDILES Y CAMISAS CHALECOS Y PANTALONES ACCESORIOS



IMPORTADA 65% POLIESTER 35% ALGODON

TALLAS DISPONIBLES: 32 TABLA DE TALLAS

CANTIDAD: 1 COMO CALCULAR TU TALLA

COLORES DISPONIBLES:  
 001 002

PRECIO: \$ 430.00

AÑADIR A MI PEDIDO 80.000

¿USUARIO NUEVO?  
**REGISTRA TU CUENTA**

YA ESTAS REGISTRADO  
**INGRESA TU USUARIO**

**CARRITO DE COMPRAS**

CHALECO HOMBRE - 400.00 **Quitar**

CANTIDAD: 12 **Cambiar**

FILIPINA PARA MESERO [\*\*\*\*] - 001 - 32 - 430.00 **Quitar**

CANTIDAD: 3 **Cambiar**

HACER SU PEDIDO

CAMILA CAMILA PRODUCTOS PROMOCIONES CAMILA Y CAMILA ACTUALIDAD CONTACTO Cotización



**Conjunto Botón Oculto**  
 Ref Blusa: 1-0 - Ref. Pantalón: 1-1

Blusa entallada, cuello alto con botones ocultos por una solapa y bolsillos. Con embone en el frente, cuello y bolsillos. Pantalón resortado en cintura con bolsillos. Pantalón y blusa en tela Lino 9000  
**Envíos a todo el país**

**BLUSA MODELO BOTÓN OCULTO**

Talla 8

Colores disponibles

Cantidad 1 **\$ 40,900**

**PANTALÓN**

Talla 8

Colores disponibles

Cantidad 1 **\$ 34,900**

**Cotizar**

# Guantes Nitrilo Contra Solventes Protección Manual Caucho Me gusta

Artículo nuevo



**\$ 6.500**

1 cuota de \$ 6.500 con **mercado pago**  
**VISA**   
Más opciones

Entrega a acordar con el vendedor  
Medellín (Antioquia)  
[Consultar costos](#)

Cantidad:

**Comprar**



Compra protegida por el Programa de Protección al Comprador.

**ANEXO Ñ**  
**ASIGNACIÓN Y VARIACIÓN DE PUNTOS POR FACTOR Y CARGOS**

### Valoración cargos por responsabilidades

CARGOS	RESPONSABILIDAD							
	MANEJO DE PERSONAL		CONTACTO CON EL PUBLICO		EQUIPOS		INFORMACIÓN GENERAL	
	Grado	Puntos	Grado	Puntos	Grado	Puntos	Grado	Puntos
Gerente	3	64	3	56	3	48	3	40
Chef	3	64	2	32	3	48	2	23
Ayudantes de Cocina	1	8	1	7	3	48	1	5
Auxiliar de Caja	2	36	3	56	2	27	2	23
Metre	3	64	3	56	2	27	1	5
Jefe de meseros	3	64	3	56	2	27	1	5
Meseros	1	8	3	56	2	27	1	5
Garroteros	1	8	3	56	1	6	1	5

### Valoración cargos por esfuerzos

CARGOS	ESFUERZO					
	MENTAL		VISUAL		FÍSICO	
	Grado	Puntos	Grado	Puntos	Grado	Puntos
Gerente	3	64	3	80	2	27
Chef	3	64	2	45	2	27
Ayudantes de Cocina	3	64	3	80	3	48
Auxiliar de Caja	3	64	3	80	2	27
Metre	3	64	2	45	3	48
Jefe de meseros	3	64	2	45	3	48
Meseros	2	36	2	45	3	48
Garroteros	2	36	2	45	3	48

### Valoración cargos por condiciones de trabajo

CARGOS	CONDICIONES AMBIENTALES			
	CONDICIONES AMBIENTALES		RIESGOS	
	Grado	Puntos	Grado	Puntos
Gerente	2	41	2	27
Chef	3	72	3	48
Ayudantes de Cocina	3	72	3	48
Auxiliar de Caja	2	41	2	27
Metre	3	72	2	27
Jefe de meseros	3	72	2	27
Meseros	3	72	3	48
Garroteros	3	72	2	27

**ANEXO O**  
**LIQUIDACIONES SALARIOS 2017-2021**



<b>SALARIO 2017</b>							
<b>CARGO</b>	<b>NÚMERO DE PUESTOS</b>	<b>SALARIO ANUAL TOTAL</b>	<b>PRESTACIONES SOCIALES 2017 EMPLEADOR</b>	<b>SEGURIDAD SOCIAL 2017 EMPLEADOR</b>	<b>SEGURIDAD SOCIAL 2017 EMPLEADO</b>	<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>TOTAL MENSUAL</b>
Gerente	1	40.385.000	8.810.000	12.124.000	3.232.000	58.088.000	4.841.000
Chef	1	39.727.000	8.457.000	11.927.000	3.179.000	56.933.000	4.744.000
Ayudantes de cocina	4	34.301.000	7.245.000	10.298.000	2.745.000	196.398.000	16.367.000
Auxiliar de Caja	1	25.094.000	5.287.000	7.534.000	2.007.000	35.908.000	2.992.000
Hostess	1	25.321.000	5.343.000	7.601.000	2.026.000	36.240.000	3.020.000
Jefe de meseros	1	25.321.000	5.343.000	7.601.000	2.026.000	36.240.000	3.020.000
Meseros	6	18.403.000	3.884.000	5.524.000	1.471.000	158.037.000	13.170.000
Garroteros	2	13.799.000	2.877.000	4.142.000	1.105.000	39.428.000	3.285.000
<b>Total</b>	<b>17</b>	<b>222.351.000</b>	<b>47.246.000</b>	<b>66.751.000</b>	<b>17.791.000</b>	<b>617.272.000</b>	<b>51.439.000</b>

<b>SALARIO 2018</b>							
<b>CARGO</b>	<b>NÚMERO DE PUESTOS</b>	<b>SALARIO ANUAL TOTAL</b>	<b>PRESTACIONES SOCIALES 2018 EMPLEADOR</b>	<b>SEGURIDAD SOCIAL 2018 EMPLEADOR</b>	<b>SEGURIDAD SOCIAL 2018 EMPLEADO</b>	<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>TOTAL MENSUAL</b>
Gerente	1	41.661.000	9.088.000	12.507.000	3.334.000	59.924.000	4.994.000
Chef	1	40.982.000	8.724.000	12.304.000	3.279.000	58.732.000	4.894.000
Ayudantes de cocina	4	35.385.000	7.474.000	10.623.000	2.832.000	202.604.000	16.884.000
Auxiliar de Caja	1	25.887.000	5.454.000	7.772.000	2.070.000	37.043.000	3.087.000
Hostess	1	26.121.000	5.512.000	7.841.000	2.090.000	37.385.000	3.115.000
Jefe de meseros	1	26.121.000	5.512.000	7.841.000	2.090.000	37.385.000	3.115.000
Meseros	6	18.985.000	4.007.000	5.699.000	1.517.000	163.031.000	13.586.000
Garroteros	2	14.235.000	2.968.000	4.273.000	1.140.000	40.674.000	3.389.000
<b>Total</b>	<b>17</b>	<b>229.377.000</b>	<b>48.739.000</b>	<b>68.860.000</b>	<b>18.352.000</b>	<b>636.778.000</b>	<b>53.064.000</b>

<b>SALARIO 2019</b>							
<b>CARGO</b>	<b>NÚMERO DE PUESTOS</b>	<b>SALARIO ANUAL TOTAL</b>	<b>PRESTACIONES SOCIALES 2019 EMPLEADOR</b>	<b>SEGURIDAD SOCIAL 2019 EMPLEADOR</b>	<b>SEGURIDAD SOCIAL 2019 EMPLEADO</b>	<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>TOTAL MENSUAL</b>
Gerente	1	42.952.000	9.370.000	12.895.000	3.437.000	61.782.000	5.149.000
Chef	1	42.252.000	8.994.000	12.685.000	3.381.000	60.553.000	5.046.000
Ayudantes de cocina	4	36.482.000	7.706.000	10.952.000	2.920.000	208.885.000	17.407.000
Auxiliar de Caja	1	26.689.000	5.623.000	8.013.000	2.134.000	38.191.000	3.183.000
Hostess	1	26.931.000	5.683.000	8.084.000	2.155.000	38.544.000	3.212.000
Jefe de meseros	1	26.931.000	5.683.000	8.084.000	2.155.000	38.544.000	3.212.000
Meseros	6	19.574.000	4.131.000	5.876.000	1.564.000	168.085.000	14.007.000
Garroteros	2	14.676.000	3.060.000	4.405.000	1.175.000	41.935.000	3.494.000
<b>Total</b>	<b>17</b>	<b>236.487.000</b>	<b>50.250.000</b>	<b>70.994.000</b>	<b>18.921.000</b>	<b>656.519.000</b>	<b>54.710.000</b>

<b>SALARIO 2020</b>							
<b>CARGO</b>	<b>NÚMERO DE PUESTOS</b>	<b>SALARIO ANUAL TOTAL</b>	<b>PRESTACIONES SOCIALES 2020 EMPLEADOR</b>	<b>SEGURIDAD SOCIAL 2020 EMPLEADOR</b>	<b>SEGURIDAD SOCIAL 2020 EMPLEADO</b>	<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>TOTAL MENSUAL</b>
Gerente	1	44.258.000	9.655.000	13.287.000	3.541.000	63.660.000	5.306.000
Chef	1	43.536.000	9.267.000	13.071.000	3.484.000	62.394.000	5.199.000
Ayudantes de cocina	4	37.591.000	7.940.000	11.285.000	3.009.000	215.235.000	17.936.000
Auxiliar de Caja	1	27.500.000	5.794.000	8.257.000	2.199.000	39.352.000	3.280.000
Hostess	1	27.750.000	5.856.000	8.330.000	2.221.000	39.716.000	3.310.000
Jefe de meseros	1	27.750.000	5.856.000	8.330.000	2.221.000	39.716.000	3.310.000
Meseros	6	20.169.000	4.257.000	6.055.000	1.612.000	173.195.000	14.433.000
Garroteros	2	15.122.000	3.153.000	4.539.000	1.211.000	43.210.000	3.600.000
<b>Total</b>	<b>17</b>	<b>243.676.000</b>	<b>51.778.000</b>	<b>73.154.000</b>	<b>19.498.000</b>	<b>676.478.000</b>	<b>56.374.000</b>

<b>SALARIO 2021</b>							
<b>CARGO</b>	<b>NÚMERO DE PUESTOS</b>	<b>SALARIO ANUAL TOTAL</b>	<b>PRESTACIONES SOCIALES 2021 EMPLEADOR</b>	<b>SEGURIDAD SOCIAL 2021 EMPLEADOR</b>	<b>SEGURIDAD SOCIAL 2021 EMPLEADO</b>	<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>TOTAL MENSUAL</b>
Gerente	1	45.586.000	9.945.000	13.686.000	3.647.000	65.570.000	5.465.000
Chef	1	44.842.000	9.545.000	13.463.000	3.589.000	64.266.000	5.355.000
Ayudantes de cocina	4	38.719.000	8.178.000	11.624.000	3.099.000	221.692.000	18.474.000
Auxiliar de Caja	1	28.325.000	5.968.000	8.505.000	2.265.000	40.533.000	3.378.000
Hostess	1	28.583.000	6.032.000	8.580.000	2.288.000	40.907.000	3.409.000
Jefe de meseros	1	28.583.000	6.032.000	8.580.000	2.288.000	40.907.000	3.409.000
Meseros	6	20.774.000	4.385.000	6.237.000	1.660.000	178.391.000	14.866.000
Garroteros	2	15.576.000	3.248.000	4.675.000	1.247.000	44.506.000	3.708.000
<b>Total</b>	<b>17</b>	<b>250.988.000</b>	<b>53.333.000</b>	<b>75.350.000</b>	<b>20.083.000</b>	<b>696.772.000</b>	<b>58.064.000</b>

**ANEXO P**  
**REGISTRO ÚNICO TRIBUTARIO (RUT)**



**ANEXO Q**  
**REGISTRO ÚNICO EMPRESARIAL Y SOCIAL (RÚES)**

• Deligencie a máquina o tinta impresa los datos. No se admiten tachaduras ni enmendaduras.  
• En los términos del artículo 50 del Código de Comercio, cualquier modificación de la información reportada debe ser actualizada.  
• En los términos del artículo 56 del Código de Comercio podrá solicitar información adicional.  
• Actualice el uso y divulgación de toda la información contenida en este formulario y sus anexos.

CÓDIGO CÁMARA DE COMERCIO <input type="text"/>		FECHA DE DELICENCIAMIENTO DÍA <input type="text"/> MES <input type="text"/> AÑO <input type="text"/>	
<b>INFORMACIÓN DEL REGISTRO</b>			
<b>REGISTRO MERCANTIL / VENDEDOR DE JUEGOS DE SUERTE Y AZAR</b>		<b>REGISTRO DE TRABAJOS SIN AMBITO DE LUCRO / ECONOMÍA SOLIDARIA Y SERVIDORES CIUDADANOS / ONG'S Y ENTESAJERAS</b>	
INSCRIPCIÓN <input type="checkbox"/> RENOVACIÓN <input type="checkbox"/> TRASLADO DE DOMICILIO <input type="checkbox"/> N.º DE MATRÍCULA MERCANTIL <input type="text"/> AÑO QUE RENUEVA <input type="text"/>		INSCRIPCIÓN <input type="checkbox"/> RENOVACIÓN <input type="checkbox"/> TRASLADO DE DOMICILIO <input type="checkbox"/> N.º DE INSCRIPCIÓN <input type="text"/> AÑO QUE RENUEVA <input type="text"/>	
INSCRIPCIÓN <input type="checkbox"/> ACTUALIZACIÓN <input type="checkbox"/> MODIFICACIÓN <input type="checkbox"/> ACTUALIZACIÓN POR TRASLADO DE DOMICILIO, INDIQUE LA CÁMARA DE COMERCIO APLICABLE <input type="checkbox"/> CANCELACIÓN <input type="checkbox"/> N.º DE INSCRIPCIÓN <input type="text"/>			

**IDENTIFICACIÓN**

RAZÓN SOCIAL (SOLO SI ES PERSONA JURÍDICA)

DIRECCIÓN

PERSONA ENCARGADA PRIMER APELLADO  SEGUNDO APELLADO  NOMBRE

IDENTIFICACIÓN N.º  TIPO: C.C.  C.E.  C.L.  PASAPORTE  PAÍS

NIT N.º  IVA

**UBICACIÓN Y DATOS GENERALES**

DIRECCIÓN SOCIAL (SOLO SI PERSONA JURÍDICA)

DIRECCIÓN

TELÉFONO Fijo  TELÉFONO Celular  TELÉFONO Fijo Notificación

CORREO ELECTRÓNICO

TELÉFONO Fijo  TELÉFONO Celular  TELÉFONO Fijo Notificación

CORREO ELECTRÓNICO DE NOTIFICACIONES

PAÍS

TELÉFONO Fijo  TELÉFONO Celular  TELÉFONO Fijo Notificación

CORREO ELECTRÓNICO DE NOTIFICACIONES

PAÍS

TELÉFONO Fijo  TELÉFONO Celular  TELÉFONO Fijo Notificación

CORREO ELECTRÓNICO DE NOTIFICACIONES

PAÍS

TELÉFONO Fijo  TELÉFONO Celular  TELÉFONO Fijo Notificación

CORREO ELECTRÓNICO DE NOTIFICACIONES

PAÍS

**ACTIVIDADES ECONÓMICAS**

Indique una actividad principal y máximo tres actividades secundarias, tomadas del sistema de clasificación industrial internacional uniforme (CIIU)

ACTIVIDAD PRINCIPAL	ACTIVIDAD SECUNDARIA	OTRAS ACTIVIDADES
CIIU <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	CIIU <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	CIIU <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>

**INFORMACIÓN FINANCIERA**

En los términos de la Ley debe tomarse del balance de apertura o cierre a 31 de diciembre del año anterior.

ACTIVO	PASIVO Y PATRIMONIO	ESTADO DE RESULTADOS
Corrientes \$ <input type="text"/> Pto. Neto \$ <input type="text"/> Otros \$ <input type="text"/> Totalizaciones \$ <input type="text"/> <b>Activo Total \$ <input type="text"/></b>	Pasivo Corriente \$ <input type="text"/> Largo Plazo \$ <input type="text"/> Pasivo Total \$ <input type="text"/> Patrimonio Neto \$ <input type="text"/> Pasivo + Patrimonio \$ <input type="text"/>	Ingresos Operacionales \$ <input type="text"/> Ingresos No Operacionales \$ <input type="text"/> Gtos. Operacionales \$ <input type="text"/> Gtos. No Operacionales \$ <input type="text"/> Costo de Ventas \$ <input type="text"/> Utilidad / Pérdida Operacional \$ <input type="text"/> Utilidad / Pérdida Neto \$ <input type="text"/>

RAMBO CON IVA Y DED. IMPORTADOR  EXPORTADOR  EN TRABAJADORES A NIV. NACIONAL. Exento de R-cuando en 4 años sucesivos  % DE TRABAJADORES TEMPORALES

**SI ES EMPRESA ASOCIATIVA DE TRABAJO**

EMPLEO LABORAL: <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	EMPLEO NO LABORAL: <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	EMPLEO LABORAL ASOCIATIVO: <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	EMPLEO EN SERVIDO: <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	OTRAS: <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>
---	--	--	--	--

**SOLO PARA PERSONAS JURÍDICAS - COMPOSICIÓN DEL CAPITAL**

FORMA DE CONSTITUCIÓN: <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	CAPITAL SOCIAL: <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	CAPITAL SOCIAL: <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	CAPITAL SOCIAL: <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>
--	---	---	---

**ESTADO ACTUAL DE LA EMPRESA**

ACTIVA  EN LIQUIDACIÓN  EN REORGANIZACIÓN  EN CONCORDATO  OTRO

EN LIQUIDACIÓN  EN REORGANIZACIÓN  EN CONCORDATO  OTRO

La empresa es creada por personas menores de 28 años, menores o profesionales  SI  NO

Si se requiere indicar su actividad, indique el porcentaje (%) de su participación en el capital social de la empresa: %

- diligencie a máquina o letra impresa los datos, no se admiten tachones ni enmendaduras.  
 - En los términos del artículo 83 del Código de Comercio, cualquier modificación de la información reportada debe ser actualizada.  
 - En los términos del artículo 88 del Código de Comercio podrá solicitar información adicional.  
 - Responda el uso y divulgación de toda la información contenida en este formulario y sus anexos.

NOMBRE O RAZÓN SOCIAL		MATERIA/INSCRIPCIÓN N°	
<b>TIPO DE ORGANIZACIÓN</b>			
SOCIEDAD COLECTIVA <input type="checkbox"/> 01 <input type="checkbox"/> SOCIEDAD ANÓNIMA <input type="checkbox"/> 02 <input type="checkbox"/> EMPRESA UNIPERSONAL <input type="checkbox"/> 03 <input type="checkbox"/> ORGANIZACIÓN DE ECONOMÍA SOLIDARIA ESPERANZAS <input type="checkbox"/> 04 <input type="checkbox"/> ENTIDAD SIN ÁREAS DE LUCRO <input type="checkbox"/> 05 <input type="checkbox"/> CUAL: _____	SOCIEDAD EN COMERCIO SIMPLE <input type="checkbox"/> 06 <input type="checkbox"/> SOCIEDAD DE ECONOMÍA MIXTA <input type="checkbox"/> 07 <input type="checkbox"/> SOCIEDAD DE HECHO <input type="checkbox"/> 08 <input type="checkbox"/> COOPERATIVA <input type="checkbox"/> 1121 <input type="checkbox"/> EMPRESA DE SERVICIOS EN FORMA DE SOCIEDAD PÚBLICA COOPERATIVA <input type="checkbox"/> 1124 <input type="checkbox"/> ASOCIACIÓN FISCAL <input type="checkbox"/> 1126 <input type="checkbox"/> FEDERACIÓN Y CONFEDERACIÓN <input type="checkbox"/> 1127 <input type="checkbox"/> SOCIEDAD POR ACCIONES ENTREGADAS <input type="checkbox"/> 14 <input type="checkbox"/>	SOCIEDAD EN COMERCIO POR ACCIONES <input type="checkbox"/> 09 <input type="checkbox"/> SOCIEDAD DE ECONOMÍA ESPECIAL <input type="checkbox"/> 07 <input type="checkbox"/> FUNDACIÓN <input type="checkbox"/> 08 <input type="checkbox"/> EMPRESA ASOCIATIVA DE TRABAJO <input type="checkbox"/> 1123 <input type="checkbox"/> FISCOS DE EMPLEADOS <input type="checkbox"/> 1125 <input type="checkbox"/> EMPRESA DEL SECTOR DE SERVICIOS <input type="checkbox"/> 1128 <input type="checkbox"/> FEDERACIÓN COLOMBIANA <input type="checkbox"/> _____ <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/> 09 <input type="checkbox"/>	SOCIEDAD LIMITADA <input type="checkbox"/> 04 <input type="checkbox"/> EMPRESA INDUSTRIAL Y COMERCIAL DEL ESTADO <input type="checkbox"/> 06 <input type="checkbox"/> BOVA SOCIEDAD ANÓNIMA DE ECONOMÍA SOLIDARIA <input type="checkbox"/> 1124 <input type="checkbox"/> COOPERATIVA DE TRABAJO ASOCIADO <input type="checkbox"/> 1126 <input type="checkbox"/> EMPRESA COMUNITARIA <input type="checkbox"/> 1128 <input type="checkbox"/> ENTIDAD EXTRANJERA DE DERECHO PRIVADO EN ÁRBITRO EN SU PAÍS <input type="checkbox"/> _____ <input type="checkbox"/> CUAL: _____

**9 NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS QUE CONFORMAN LA EMPRESA, DE ACUERDO CON LA ACTIVIDAD ECONÓMICA QUE DESARROLLA**

1. AGRICULTORES _____	3. MINEROS _____	5. MANUFACTUREROS _____
4. SERVICIOS MÉDICOS _____	6. CONSTRUCCIÓN Y OBRAS CIVILES _____	8. COMERCIALES _____
7. RESTAURANTES Y HOTELS _____	9. TRANSPORTE Y ALMACENAMIENTO _____	9. COMUNICACIONES _____
10. FINANCIEROS, SEGUROS E INSURURIZADOS _____	11. SERVICIOS OFICINALES Y PERSONALES _____	

**10 ENTIDADES DE CRÉDITO CON LAS CUALES HA CELEBRADO OPERACIONES DE CRÉDITO**

NOMBRE DE LA ENTIDAD: \_\_\_\_\_ DIRECCIÓN: \_\_\_\_\_

NOMBRE DE LA ENTIDAD: \_\_\_\_\_ DIRECCIÓN: \_\_\_\_\_

**REFERENCIAS DE DOS COMERCIANTES EMPROBOS**

NOMBRE: \_\_\_\_\_ DIRECCIÓN: \_\_\_\_\_ TELÉFONO: \_\_\_\_\_

NOMBRE: \_\_\_\_\_ DIRECCIÓN: \_\_\_\_\_ TELÉFONO: \_\_\_\_\_

**11 DETALLE DE LOS BIENES RAÍCES QUE POSEA (De cumplimiento del artículo 83 del Código de Comercio)**

Matrícula inmobiliaria _____ Dirección: _____ Barrio: _____ Municipio: _____ Departamento: _____ País: _____	Matrícula inmobiliaria _____ Dirección: _____ Barrio: _____ Municipio: _____ Departamento: _____ País: _____
Matrícula inmobiliaria _____ Dirección: _____ Barrio: _____ Municipio: _____ Departamento: _____ País: _____	Matrícula inmobiliaria _____ Dirección: _____ Barrio: _____ Municipio: _____ Departamento: _____ País: _____

**NOTA: EN EL ESPACIO QUE LE SUJECENTE ADIUNTE LA INFORMACIÓN DE LOS OTROS BIENES EN HOJAS ADICIONALES A ESTE FORMULARIO**

**12 SOLO PARA ENTIDADES SIN ÁREAS DE LUCRO**

NOMBRE DE LA ENTIDAD QUE EJERCE INSPECCIÓN, REGISTRO Y CONTROL: \_\_\_\_\_

**13**

El suscrito declara bajo la gravedad del juramento que la información reportada en este formulario es verdadera, exacta, completa y exacta.

NOMBRE DEL MATRICULADO, REPRESENTANTE LEGAL DE LA PERSONA JURÍDICA O NATURAL: \_\_\_\_\_

Documento de identificación No. \_\_\_\_\_ CI  CC  PASAPORTE

FIRMA: \_\_\_\_\_

Este formulario es de uso exclusivo de la Cámara de Comercio de Bogotá y no debe ser utilizado para fines ajenos a los contemplados en el artículo 83 del Código de Comercio y normas concordantes con él.

PARA USO EXCLUSIVO DE LA CÁMARA DE COMERCIO



**ANEXO R**  
**ACTA DE CONSTITUCIÓN**

**DOCUMENTO PRIVADO DE CONSTITUCIÓN DE LA SOCIEDAD POR ACCIONES  
SIMPLIFICADA S.A.S.**

**“Kalú” S.A.S.**

Entre los suscritos a saber, Adriana Lucía Barón Valderrama, mayor de edad, con domicilio en la ciudad de Bogotá D.C., de nacionalidad Colombiana, de estado civil soltero, identificado con la cédula de ciudadanía número 1.032.467.284 de Bogotá D.C., y María Camila Quintero Ojeda, mayor de edad, con domicilio en Funza, Cundinamarca, de nacionalidad Colombiana, de estado civil soltero, identificada con cédula de ciudadanía número 1.136.884.643 de Bogotá D.C., celebramos el presente contrato de sociedad, el cual se registrá por los siguientes estatutos.

**ESTATUTOS SOCIALES**

**CAPÍTULO I  
ACCIONISTAS, RAZÓN SOCIAL, DOMICILIO Y DURACIÓN DE LA SOCIEDAD**

ARTÍCULO PRIMERO, ACCIONISTAS: Son accionistas de la sociedad y su participación es de:

<b>SOCIO</b>	<b>PARTICIPACIÓN %</b>
Adriana Lucía Barón Valderrama	50%
María Camila Quintero Ojeda	50%
Total	100%

ARTÍCULO SEGUNDO. RAZÓN SOCIAL: La razón social de la compañía será “Kalú”.

ARTÍCULO TERCERO. DOMICILIO: La Sociedad tendrá su domicilio social en la ciudad de Bogotá D.C., República de Colombia, y se podrán establecer sucursales o agencias dentro o fuera del país.

ARTÍCULO CUARTO. DURACIÓN: La sociedad se constituye por término indefinido.

**CAPÍTULO II  
OBJETIVO SOCIAL**

ARTÍCULO QUINTO. OBJETO SOCIAL: La sociedad tendrá como objeto principal la siguiente actividad: (Expendido a la mesa de comidas y bebidas preparadas).

Así mismo, podrá realizar cualquier otra actividad económica lícita tanto en Colombia como en el extranjero.

En desarrollo de su objeto social la sociedad podrá realizar las siguientes actividades:

<b>ACTIVIDADES EN DESARROLLO</b>
Celebrar y ejecutar en cualquier lugar todo acto o contrato cualesquiera operaciones comerciales o civiles que estén directamente relacionadas con su objeto social.
Comprar, vender, gravar, dar o tomar en arriendo bienes inmuebles.
Dar y recibir dinero a cualquier título, con interés o sin él, con garantías o sin ellas.
Girar, aceptar, negociar, descontar, endosar, adquirir, avalar, protestar, pagar letras de cambio, pagarés, cheques y en general, toda clase de títulos valores y demás documentos civiles y/o comerciales, o aceptarlos en pago.
Tomar parte como sociedad accionista en otras compañías que tengan un objeto social similar o complementario al propio, mediante el aporte de dinero o bienes o la adquisición de acciones o parte de ellas, fusionarse con otras sociedades o absorberlas.
Abrir establecimientos de comercio para desarrollar su objeto social.
Transigir, desistir y apelar decisiones arbitrales o judiciales en las cuestiones que tenga interés frente a terceros, a los asociados mismos o a sus trabajadores.

El objeto social puede ser indeterminado, los terceros que van a contratar con las S.A.S. no tiene que consultar e interpretar detalladamente la lista de actividad que lo conforman.

### **CAPÍTULO III CAPITAL Y ACCIONES**

**ARTÍCULO SEXTO. CAPITAL:** La sociedad repartirá las utilidades del negocio según el valor invertido, es decir la ganancia de cada socio será directamente proporcional a su inversión, el cual se ilustra en el ARTÍCULO PRIMERO.

**ARTÍCULO SÉPTIMO. CARACTERÍSTICAS:** Las acciones en que se divide el capital social serán ordinarias, nominativas y de capital, las cuales confieren a su titular el derecho de emitir un voto por acción.

Por decisión absoluta de la Asamblea de Accionistas podrán crearse diversas clases y distintas series de acciones; sus términos y condiciones serán los previstos en la Ley para la clase o serie de acciones que sean emitidas.

**PARÁGRAFO:** El registro de los accionistas de la sociedad, se hará en el libro de Registro de Accionistas inscrito en la Cámara de Comercio de la ciudad de domicilio, indicando sus datos personales y las características de las acciones.

**ARTÍCULO OCTAVO. NEGOCIACIÓN Y SUSCRIPCIÓN PREFERENCIAL:** Las acciones ordinarios y las clases o series que se creen, serán libremente negociables, sin embargo, en su negociación o en toda nueva emisión de acciones, sea cualquiera su clase o serie, los accionistas tendrán derecho a suscribirlas preferencialmente, en una cantidad proporcional a su participación en el capital social.

Las acciones podrán ser vendidas entre los mismos socios; en caso de realizar una venta a una tercera persona (diferente de los socios), será analizada por todos los miembros del negocio (accionistas).

Este dará traslado a los accionistas dentro de los tres (3) días hábiles siguientes a que fue recibida la noticia, indicando el número, valor de acciones a negociar y la forma de pago. Una vez recibida la oferta, los accionistas dispondrán de cinco (5) días hábiles para manifestar por escrito su interés de adquirir dichas acciones; vencido el plazo, y si no han sido adquiridas en todo o parte por los accionistas, las acciones serán negociables con personas externas a la organización.

## **CAPÍTULO IV ORGANIZACIÓN DE LA SOCIEDAD**

ARTÍCULO NOVENO. ESTRUCTURA DE LA SOCIEDAD. La organización y dirección de la sociedad estarán a cargo de la Asamblea de Accionistas y del Gerente.

## **CAPÍTULO V ASAMBLEA DE ACCIONISTAS**

ARTÍCULO DÉCIMO. COMPOSICIÓN, FUNCIONES Y REUNIONES: La Asamblea de Accionistas ejercerá como funciones las establecidas en el artículo 420 del Código de Comercio.

Las S.A.S. permite que los accionistas celebren acuerdos sobre cualquier asunto lícito, por lo que es perfectamente posible pactar sobre, sindicación del voto, representantes de las acciones, restricciones para transferir, sucesión por causa de muerte de alguno de los socios. Es perfectamente posible incluso establecer un protocolo de familia.

ARTÍCULO UNDÉCIMO. REUNIONES: La asamblea de Accionistas podrá reunirse en el domicilio social o fuera de él, en reuniones ordinarias, extraordinarias, universales, por derecho propio, por comunicación simultánea, o de primera o segunda convocatoria, aunque no esté presente un quórum universal, siempre y cuando se cumplan con los requisitos de convocatoria y quórum que se establecen en los Artículos Décimo Segundo y Décimo Tercero de los Estatutos.

Siempre que se haya cumplido lo estipulado respecto a la convocatoria, las S.A.S., permiten que los accionistas quedan reunirse por fuera del domicilio social, aunque no está presente un quórum universal.

ARTÍCULO DÉCIMO SEGUNDO. CONVOCATORIA: Para todas las reuniones, incluyendo en las que se aprueben balances de fin de ejercicio u operaciones de transformación, fusión o escisión, la Asamblea de Accionistas será convocada por el Gerente, mediante comunicación escrita dirigida a cada accionista con una antelación mínima de cinco (5) días hábiles anteriores a la reunión, en la cual se deberá indicar el orden del día a tratar en la reunión.

PARÁGRAFO PRIMERO: En el aviso de la primera convocatoria podrá incluirse la fecha en que habrá de realizarse la reunión de segunda convocatoria, en caso de no llevarse a cabo la primera reunión, en todo caso deberá observarse los términos de ley para su celebración.

PARÁGRAFO SEGUNDO: Los accionistas podrán renunciar a su derecho a ser convocados o al derecho de inspección, mediante comunicación escrita enviada al Gerente, antes durante o después de la sesión correspondiente.

ARTÍCULO DÉCIMO TERCERO. QUÓRUM DE LIBERATORIO Y DECISORIO: La Asamblea de Accionistas deliberará con uno o varios accionistas que representen cuanto menos la mitad más una de las acciones suscritas.

Las decisiones se tomarán mediante el voto favorable de un número singular o plural de accionistas que represente la mitad más una de las acciones presentes al momento de tomar la decisión.

Las S.A.S., no le es aplicable la prohibición respecto a que los empleados ya administradores de la sociedad puedan representar en la junta de socios acciones diferentes a las propias.

ARTÍCULO DÉCIMO CUARTO. ACTAS: De las decisiones tomadas en la Asamblea de Accionistas se deberá dejar constancia de las determinaciones en actas que serán asentadas en el Libro de Actas de la sociedad.

## **CAPÍTULO VI GERENTE**

**ARTÍCULO DÉCIMO QUINTO. DESIGNACIÓN:** La representación legal y dirección administrativa de la sociedad estará a cargo del Gerente, quien será nombrado por la Asamblea de Accionistas. En caso de ser nombrado por la Asamblea de Accionistas, será nombrado un Suplente, quien reemplazará al Gerente en sus faltas absolutas, temporales o accidentales.

Las S.A.S., solo se encuentran obligadas a tener revisor fiscal cuando sobrepase el límite al 31 de Diciembre del año inmediatamente anterior de activos por cinco mil salarios mínimos Y/O sus ingresos brutos durante el año inmediatamente anterior excedan al equivalente a tres mil salarios mínimos.

**PARÁGRAFO:** La designación del Gerente y Suplente será por el término que designe la Asamblea de Accionistas, si esta no lo fija, se entenderá designado indefinidamente.

**ARTÍCULO DÉCIMO SEXTO. FUNCIONES:** El gerente o Suplente además de las funciones y atribuciones legales, podrá celebrar o ejecutar todos los actos y contratos comprendidos para la ejecución del objeto social o las actividades directamente relacionadas con la existencia y funcionamiento de la sociedad, que no hayan sido atribuidas expresamente a otro órgano social.

## **CAPÍTULO VII DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN**

**ARTÍCULO DÉCIMO SÉPTIMO. CAUSALES DE DISOLUCIÓN.** La sociedad se disolverá por las siguientes causales:

1. Por imposibilidad de desarrollar las actividades previstas en su objeto social.
2. Por iniciación de trámite de liquidación judicial.
3. Por orden de la autoridad competente.
4. Cuando ocurran pérdida que reduzcan el patrimonio neto por debajo del cincuenta por ciento (50%) del capital suscrito.

La disolución de la sociedad podrá evitarse, mediante la adopción de medidas por parte de la Asamblea de Accionistas o del Gerente, según corresponda, de acuerdo a la causal sobrevenida y a las condiciones y a los términos establecidos en la Ley.

**ARTÍCULO DÉCIMO OCTAVO. LIQUIDACIÓN:** Disuelta la sociedad, su liquidación se hará por el Gerente o persona encargada, la liquidación se efectuará de conformidad al procedimiento establecido para las sociedades de responsabilidad limitada y de acuerdo con las disposiciones legales vigentes.

## **CAPÍTULO VIII CONTROVERSIAS**

**ARTÍCULO DÉCIMO NOVENO. ARBITRAMIENTO.** Las diferencias que ocurran entre los accionistas, o con sus administradores, en desarrollo del contrato social, incluido la impugnación de determinaciones de la Asamblea de decisión de un Tribunal de Arbitramento que se conformará y funcionará de acuerdo con el reglamento que para el efecto establezca la Cámara de Comercio del domicilio social. Los árbitros deberán ser ciudadanos colombianos en ejercicio de sus derechos

civiles. Es recomendable que se pacten causales de exclusión de accionistas como sanción máxima un comportamiento que infrinja los estatutos reiteradamente.

## **CAPÍTULO IX BALANCE, DISTRIBUCIÓN DE UTILIDADES Y LA RESERVA**

**ARTÍCULO VIGÉSIMO. BALANCE GENERAL:** Anualmente al 31 de Diciembre de cada año, se cortarán las cuentas para hacer el inventario y el balance general correspondiente, debidamente justificado por informes con apoyo en el estado de pérdidas y ganancias, estos informes serán depositados en las oficinas de la sociedad con una antelación de cinco (5) días hábiles al señalado para la reunión de la Asamblea, con el fin de que puedan ser examinados por los accionistas.

**ARTÍCULO VIGÉSIMO PRIMERO. APROBACIÓN DEL BALANCE:** El balance debe ser presentado para la aprobación de la Asamblea General de Accionistas por el Representante Legal con los días documentos a que se refiere el Artículo 446 del Código de Comercio, dentro del término establecido en la Ley; por otro lado el representante legal remitirá a la Superintendencia, si es el caso, una copia del balance y de los anexos que lo justifiquen, además del acta en la que han sido discutidos y aprobados.

**ARTÍCULO VIGÉSIMO SEGUNDO. RESERVA LEGAL:** De las utilidades liquidadas de cada ejercicio se tomará el diez por ciento (10%) para constituir e incrementar la reserva legal hasta cuando alcance un monto igual al cincuenta por ciento (50%) del capital suscrito.

**ARTÍCULO VIGÉSIMO TERCERO. RESERVAS OCASIONALES:** La Asamblea General de Accionistas podrá crear o incrementar reservas ocasionales, siempre y cuando tengan un destino especial y con sujeción a las disposiciones legales.

**ARTÍCULO VIGÉSIMO CUARTO. DIVIDENDOS:** Hechas las reservas a que se refieren los artículos anteriores, así como las apropiaciones para el pago de impuestos, se repartirá como dividendo las utilidades líquidas obtenidas en cada ejercicio, o el saldo de las mismas si tuviere que enjuagar pérdidas de ejercicios anteriores. El pago del dividendo se hará en proporción al número de acciones suscritas y se cancelará en dinero efectivo en las épocas que acuerde la Asamblea General, salvo que con el voto del ochenta por ciento (80%) de las acciones representadas en la reunión se decida cubrirlo en forma de acciones liberadas de la misma sociedad.

**ARTÍCULO VIGÉSIMO QUINTO. DIVIDENDOS NO RECLAMADOS OPORTUNAMENTE:** La sociedad no reconocerá intereses por los dividendos que no sean reclamados oportunamente, los cuales quedarán en la caja social depósito disponible a la orden de sus dueños.

ADRIANA LUCÍA BARÓN VALDERRAMA  
C.C. 1.032.467.284 de Bogotá D.C.

MARÍA CAMILA QUINTERO OJEDA  
C.C. 1.136.884.643 de Bogotá D.C.

**ANEXO S**  
**COTIZACIONES DE COSTOS Y GASTOS ESTUDIO LEGAL**





Bogotá, May 12, 2016 16:05

[Inicio](#)

[Marcas](#)
[Lemas Comerciales](#)
[Nombres y Enseñas Comerciales](#)
[Denominación de Origen](#)



[Protocolo de Madrid](#)
[Antecedentes Marcarios](#)
[Tasas Comunes](#)

**TASAS SIGNOS DISTINTIVOS - SOLICITUDES NACIONALES**

Modalidad MARCAS	En línea	En Físico	Descuento
Solicitud de registro de marca de productos o servicios por una clase, incluidas las modificaciones relacionadas con limitaciones de productos o servicios, que no sea divisional, así como cambios secundarios en el signo y relacionadas con el nombre, domicilio o dirección del solicitante.	\$786.000	\$956.000	N/A

Ver la resolución de tasas:

- Para el año 2013
- Para el año 2014
- Para el año 2015

**Los servicios que presta el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos, INVIMA, de conformidad con los hechos generadores señalados en el artículo 4° de la Ley 399 de 1997, tendrán las siguientes tarifas, de acuerdo a las Resoluciones 2015035016 del 04 de Septiembre de 2015 y 2015038549 del 25 de**

2062	Alimentos y bebidas de imitación o fantasía.	85	1.953.456
2063	Alimentos y bebidas preparados: platos listos para el consumo, arepas, pizzas, pastas con o sin relleno, burritos mexicanos, tacos mexicanos, empanadas, tamales, pasabocas, cereales, granos, tubérculos, hortalizas, ensaladas de frutas, salpicón.	55	1.264.000
2064	Alimentos diversos: huevo en conserva, liofilizados, pasteurizados, levadura, aditivos de uso directo para el consumidor.	60	1.378.910
2065	Materias primas: Alcohol extraneutro o rectificado, alcohol vínico, alcohol de malta, alcohol de cereales, tafias.	53	1.218.037



La **TarifaBase(i,u,c)** es la tarifa anual a pagar por el negocio *i*, en la ubicación *u* y pertenece a la categoría *c*.

$$\text{TarifaBase}(i,u,c) = \text{SMMLV} * \text{ValorBaseLiquidación}(u,c) * (0,79 + (0,21 * K(i) / K(t))) * \text{Estrato}$$

Donde,

- **SMMLV**: Salario mínimo mensual legal vigente.
- **ValorBaseLiquidación(u,c)**: Es el valor resultante de aplicar la categoría **c** en la ubicación **u** del negocio (ver anexo 6).
- **K(i)**: Es la Capacidad del negocio.
- **K(t)**: Capacidad media de los establecimientos con la misma actividad del negocio **i**. (ver anexo 5)
- **Estrato**: Porcentaje según nivel socioeconómico (ver anexo 4).

Ejemplo:

Un negocio en estrato "3" con actividad "Discotecas" de categoría "1", ubicado en la localidad de "Chapinero" en la ciudad de Bogotá, con capacidad para "100" personas, calculando su tarifa base anual con el SMMLV para el año 2011, quedaría así:

- **SMMLV**: 535.600 pesos
- **Ubicación (u)**: Chapinero
- **Categoría(c)**: 1
- **ValorBaseLiquidación("Chapinero","1")**: 6,02 smmlv, según anexo 6
- **Capacidad Negocio - K(i)**: 100 personas
- **Capacidad Actividad - K(t)**: 80 personas, según anexo 5
- **Estrato**: 70%, según anexo 4.

inicio **CURSO DE MANIPULACIÓN** de alimentos **CONFERENCIAS** **ASESORÍAS, PLANES** de saneamiento y exámenes **CONTÁCTENOS**



**PRECIO DEL CURSO \$10.000**  
**CONTACTO: (57) 300 2 13 35 14**  
**320 393 9641 - 320 351 9579**

La calidad no está en las cosas que hacen las personas...  
La calidad está en las personas que hacen las cosas. (Crosby)



**ALCALDÍA MAYOR**  
**DE BOGOTÁ D.C.**  
**SALUD**  
Secretaría de Salud

**Sede Norte A**  
Lunes a Viernes  
7:00 a.m. y 1:00 p.m.  
Sábados 7:00 a.m.  
**Sede Norte B**  
Lunes a Viernes 10:00 a.m.  
**Sede Sur**

El valor del curso de **MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS** con entrega inmediata del carnet (laminado) con vigencia de un (1) año es de \$10.000.

A cada persona se le entrega copia de la resolución de la **SECRETARÍA DE SALUD** que nos autoriza como capacitadores en Manipulación Higiénica de Alimentos