

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE
CREPES Y HELADOS CON TÉCNICA TAILANDESA Y JAPONESA EN PAIPA
(BOYACÁ)**

LAURA SOFÍA MATEUS MATEUS

**FUNDACIÓN UNIVERSIDAD DE AMÉRICA
FACULTAD DE INGENIERIAS
PROGRAMA DE INGENIERIA INDUSTRIAL
BOGOTA
2018**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE
CREPES Y HELADOS CON TÉCNICA TAILANDESA Y JAPONESA EN PAIPA
(BOYACÁ)**

LAURA SOFÍA MATEUS MATEUS

**Proyecto integral de grado para optar al título de:
INGENIERO INDUSTRIAL**

**Orientador
FLORENTINO MORENO SALCEDO
Administrador de empresas**

**FUNDACIÓN UNIVERSIDAD DE AMÉRICA
FACULTAD DE INGENIERIAS
PROGRAMA DE INGENIERIA INDUSTRIAL
BOGOTA
2018**

Nota de aceptación:

ADM. Florentino Moreno Salcedo

ECN. Oscar González Peña

ING. Jaime Germán Rodríguez

Bogotá., mayo de 2018

DIRECTIVAS DE LA UNIVERSIDAD DE AMÉRICA

Presidente de la Universidad y Rector de claustro

Dr. Jaime Posada Díaz

Vicerrector de Desarrollo y Recursos Humanos

Dr Luis Jaime Posada García Peña

Vicerrectoria Académica y de Posgrados

Dra Ana Josefa Herrera Vargas

Decano General de la Facultad de ingenierías

Ing Julio César Fuentes Arismendi

Director del Programa de Ingeniería Industrial

Ing. Jorge 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 sus autores.

DEDICATORIA

Quiero dedicar este logro tan importante de mi vida, principalmente a Dios y a la virgencita; a quienes me encomendé y me guiaron en cada paso y dificultad. A mi mamita Mariela Mateus Jiménez la cual ha convertido cada una de mis metas en las tuyas, ha dedicado el 100% de su vida, en hacerme totalmente feliz, en regalarme el más puro amor, apoyo incondicional, guía y consejo. Buscando formar en mí una mujer íntegra, llena de Dios, de valores y de exigencia conmigo misma. La que ha estado en cada dificultad y alegría, con el mejor consejo, apoyo y palabra llenita de amor.

AGRADECIMIENTOS

Gracias a Dios por iluminarme y permitirme culminar esta etapa de mi vida, a mi mami por su trabajo, esfuerzo y dedicación, buscando que siempre logre conseguir mis sueños, a mi tío Jesús Vásquez y mis tías Rosalba Mateus y Dora Mateus por su brindarme su apoyo incondicional en toda esta etapa, a mi familia la cual siempre ha estado presente en cada paso, tanto de dificultad como de felicidad, demostrándome siempre que juntos y de la mano de Dios llegamos muy lejos.

A cada uno de mis amigos, tanto de la infancia, el colegio y la universidad los cuales han estado presentes y dispuestos a apoyarme y acompañarme en cada paso.

Quiero agradecer a mi orientador Florentino Moreno Salcedo, quien me guio mi proyecto de grado con comprensión, exigencia y consejo, el cual siempre estuvo dispuesto ayudarme en las dificultades que pase, incentivándome cada día a ser mejor, y a cada uno de mis docentes de la Universidad de América quienes me guiaron y brindaron sus conocimientos a lo largo de toda mi carrera.

GLOSARIO

HELADO ARTESANAL: es una nueva tendencia que se impone a la hora de elegir una heladería que permita disfrutar de un antojo saludable, elaborado con materias primas de alta calidad, sin polvos, esencias, conservantes y químicos.¹

HELADO TÉCNICA TAILANDESA: esta técnica consiste en una plancha caliente de acero inoxidable que se congela a una temperatura de -40 grados, en la que se mezclan los ingredientes y se dejan enfriar para finalmente, retirarlos con la espátula.²

TÉCNICA JAPONESA: en Japón son buenos copiándose e inspirándose en ideas y adaptarlas en sus propios gustos y necesidades, y en este caso de los crepes franceses, los convirtieron en una especie de masa que se comen enrollados.³

¹ DIFERENCIAS ENTRE helados artesanales e industriales [En línea] [s.l.: s.n.], 2009. [Citado el 13 de mayo de 2018]. Disponible en: <http://www.artesblancas.com/diferencias-entre-helados-artesanales-e-industriales/>

² QUE ES el ice roll, la nueva tendencia de helados [En línea]. [s.l.: s.n.], 2017. [Citado el 13 de mayo de 2018]. Disponible en: <https://losandes.com.ar/article/que-es-el-ice-roll-la-nueva-tendencia-en-helados>

³ CREPES A la japonesa [En línea]. [s.l.]: Kiainet.com, 2007. [Citado el 13 de mayo de 2018]. Disponible en: <http://www.kirainet.com/crepes-a-la-japonesa/>

CONTENIDO

	pág.
INTRODUCCIÓN	26
1. DIAGNÓSTICO	27
1.1 DIAGNÓSTICO PESTAL COLOMBIA	27
1.1.1 Factores políticos	27
1.1.1.1 Estado colombiano	27
1.1.1.2 Reforma Tributaria	28
1.1.1.3 Proceso de paz	30
1.1.2 Factores Económicos	30
1.1.2.1 Índice de precios al consumidor (IPC)	30
1.1.2.2 Producto interno bruto	36
1.1.2.3 Tasa de empleo y desempleo	38
1.1.3 Factores Sociales	42
1.1.4 Factores Tecnológicos	45
1.1.4.1 Subsector TIC	45
1.1.4.2 Investigación y desarrollo	46
1.1.4.3 Emprendimiento	47
1.1.5 Factores Ambientales	47
1.1.6 Factores Legales	48
1.2 DIAGNÓSTICO PESTAL BOYACÁ	49
1.2.1 Factores Políticos	49
1.2.1.1 Plan de desarrollo Departamental	49
1.2.1.2 Modelo de desarrollo	49
1.2.2 Factores Económicos	50
1.2.2.1 (PIB) Departamental- Nacional	50
1.2.2.2 Valor agregado Departamental	52
1.2.2.3 Tasa de empleo y desempleo	54
1.2.3 Factores sociales	55
1.2.4 Factores tecnológicos	56
1.2.5 Factores ambientales	58
1.2.6 Factores legales	58
1.3 DIAGNÓSTICO PESTAL PAIPA	59
1.3.1 Factores Políticos	59
1.3.1.1 Plan de desarrollo “levanta la mano por Paipa 2016-2020”	59
1.3.1.2 Principios orientadores	59
1.3.2 Factores económicos	61
1.3.3 Factores sociales	61
1.3.3.1 Tendencia demográfica	61
1.3.3.2 Tasa de natalidad, mortalidad y crecimiento natural	63
1.3.4 Factores Tecnológicos	63

1.3.5 Factores ambientales	63
1.3.6 Factores legales	64
1.4 SUBSECTOR RESTAURANTES	64
1.4.1 Descripción Restaurante	64
1.4.2 Sector restaurantes Colombia	65
1.4.3 Sector restaurantes Paipa	65
1.4.4 Restaurantes saludables	67
1.5 ANÁLISIS “DOFA”	67
2. ESTUDIO DE MERCADO	70
2.1 CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR	70
2.1.1 Variables macro económicas	70
2.1.2 Variables micro económicas	72
2.2 BARRERAS DE ENTRADA	72
2.2.1 Barreras políticas	72
2.2.2 Barreras económicas	73
2.2.3 Barreras sociales	73
2.2.4 Barreras ambientales	73
2.2.5 Barreras Legales	73
2.3 SEGMENTACIÓN DE MERCADO	74
2.3.1 Segmentación geográfica	74
2.3.2 Segmentación demográfica	77
2.3.2.1 Edad	78
2.3.2.2 Turismo	79
2.3.3 Segmentación psicográfica	81
2.3.4 Segmentación conductual	81
2.4 INVESTIGACIÓN DE MERCADO	82
2.4.1 Muestreo	82
2.4.2 Tipo de muestreo	83
2.4.3 Tipo de investigación	83
2.4.4 Tamaño de la muestra	84
2.4.5 Diseño de encuesta	84
2.4.6 Análisis de datos	85
2.5 ANÁLISIS DE LA DEMANDA	95
2.5.1 Demanda total	96
2.5.2 Demanda potencial	96
2.5.3 Demanda real	96
2.5.4 Pronóstico de la demanda	96
2.6 ANÁLISIS DE LA OFERTA	100
2.7 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	101
2.8 MARKETING MIX	104
2.8.1 Imagen corporativa	105
2.8.1.1 Logotipo	105
2.8.1.2 Eslogan	105
2.8.2 Estrategia del producto	106

2.8.3 Estrategia de servicio	106
2.8.4 Estrategia plaza	107
2.8.5 Estrategia precio	107
2.8.6 Estrategia promoción	107
2.9 RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS ESTUDIO DE MERCADO	110
3. ESTUDIO TÉCNICO	112
3.1 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO, SERVICIO, DIAGRAMAS DE FLUJO Y FICHA TÉCNICA	112
3.1.1 Producto	112
3.1.2 Servicio	113
3.1.3 Diagramas de flujo	113
3.1.4 Ficha técnica del producto	
3.2 ESTUDIO DE MÉTODOS	122
3.3 ESTUDIO DE TIEMPOS	127
3.3.1 Diagrama de proceso	128
3.3.2 Suplementos de trabajo	132
3.4 CÁLCULO DE CAPACIDADES	134
3.4.1 Información	134
3.4.2 Capacidad del restaurante 2018	135
3.4.3 Tamaño de producción diaria por producto	136
3.4.4 Mano de obra necesaria	136
3.5 UBICACIÓN GEOGRÁFICA	138
3.5.1 Macro localización	138
3.5.2 Micro localización	139
3.6 DISTRIBUCIÓN DE PLANTA	143
3.7 MAQUINARIA Y EQUIPO	145
3.8 MUEBLES Y ENSERES	147
3.9 UTENSILIOS DE COCINA	149
3.10 SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO	150
3.10.1 Elementos de seguridad	150
3.10.2 Señalización	150
3.11 ERGONOMÍA	154
3.12 ANTROPOMETRÍA	158
3.13 COSTOS Y GASTOS ESTUDIO TÉCNICO	159
4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO	160
4.1 PLANEACIÓN ESTRATÉGICA	160
4.1.1 Misión	160
4.1.2 Visión	160
4.1.3 Valores corporativos	160
4.1.4 Objetivos corporativos	161
4.1.5 Metas	161
4.1.5.1 Metas ventas proyectadas	161
4.1.5.2 Metas proceso productivo	162

4.1.5.3 Metas satisfacción de cliente	162
4.1.5.4 Metas con el RRHH.	163
4.1.6 Estrategias	163
4.1.7 Política empresarial	163
4.1.7.1 Políticas de servicio	163
4.1.7.2 Políticas de calidad	164
4.1.7.3 Políticas de producción	164
4.1.7.4 Políticas recurso humano	164
4.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	166
4.2.1 Organigrama	166
4.2.2 Funciones generales	166
4.2.3 Manual de funciones	167
4.3 CONTRATACIÓN DE PERSONAL	169
4.3.1 Reclutamiento de personal	169
4.3.2 Proceso de selección	169
4.3.3 Proceso de inducción	171
4.3.4 Plan de capacitación	171
4.3.4.1 Objetivo general	171
4.3.4.2 Objetivos específicos	172
4.3.4.3 Meta	172
4.3.5 Tipo de capacitación	172
4.3.5.1 Capacitación inductiva	172
4.3.5.2 Capacitación preventiva	172
4.3.6 Presupuesto	173
4.4 ESTRUCTURA SALARIAL	174
4.4.1 Método de asignación salarial	174
4.4.1.1 Definición de factores	174
4.4.1.2 Ponderación para cada factor	174
4.4.1.3 Nivel de grados por factor	174
4.4.1.4 Ponderación de puntos por grados	175
4.4.1.5 Asignación de puntos por cargo	176
4.4.1.6 Equivalencia salarial	177
4.5 NÓMINA	178
4.5.1 Recargo dominical y festivo	178
4.5.2 Salario básico por trabajador	179
4.5.3 Pagos de prestaciones sociales	179
4.5.4 Vacaciones	180
4.5.5 Seguridad social por parte del empleador -2018	180
4.5.6 Pagos de parafiscales	181
4.6 COSTOS ADMINISTRATIVOS	181
5. ESTUDIO LEGAL - AMBIENTAL	183
5.1 CLASIFICACIÓN LEGAL	183
5.1.1 Tipo de empresa	183
5.1.2 Tipo de empresa según actividad económica	183

5.1.3 Tipo de empresa por número de operarios	184
5.2 CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA	184
5.2.1 Tipo de empresa para el restaurante	184
5.2.2 Razón social	184
5.2.3 Nombre de la empresa consulta RUES	185
5.2.4 Consulta Código Internacional Industrial Uniforme (CIIU)	186
5.3 PROCESO DE FORMALIZACIÓN DE LA EMPRESA	186
5.3.1 Documento de identidad original	186
5.3.2 Formulario Registro Único Tributario (RUT)	186
5.3.3 Formulario de Registro Único Empresarial y Social RUES	187
5.3.4 Registro de Matricula Mercantil	187
5.4 ACTA DE CONSTITUCIÓN	187
5.5 OBLIGACIONES DE LA ORGANIZACIÓN	188
5.6 ESTATUTO TRIBUTARIO	188
5.6.1 Impuesto de renta y complementarios	188
5.6.2 Impuesto sobre las ventas o impuesto sobre el valor agregado (IVA)	188
5.6.3 Retención en la fuente	189
5.7 REQUISITOS LEGALES DE FUNCIONAMIENTO	189
5.7.1 Sayco y Acinpro (OSA)	189
5.7.2 Manipulación de alimentos	189
5.7.3 Registro sanitario (INVIMA)	190
5.7.4 Uso del suelo	190
5.7.5 Normatividad ambiental de alimentos	190
5.8 IDENTIFICACIÓN DE IMPACTO AMBIENTAL	191
5.8.1 Impacto ambiental de los elementos de entrada	191
5.8.2 Impacto ambiental de los elementos de salida	191
5.9 PLAN DE MANEJO AMBIENTAL	192
5.9.1 Estrategias preventivas por medio de buenas prácticas de manufactura (BPM)	193
5.9.1.1 Uso eficiente de materias primas y manejo de residuos	193
5.9.1.2 Uso eficiente de agua	194
5.9.1.3 Uso eficiente de la energía	194
5.9.2 Resumen Plan de Manejo Ambiental (PMA)	194
5.10 COSTOS ESTUDIO LEGAL - AMBIENTAL	196
6. ESTUDIO FINANCIERO	197
6.1 INDICADOR ECONÓMICO	197
6.2 INVERSIÓN INICIAL	197
6.2.1 Activos fijos	197
6.2.2 Capital de trabajo	198
6.2.3 Cargos diferidos	198
6.3 FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO	199
6.4 DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS	199
6.5 COSTOS DE PRODUCCIÓN	200
6.6 PRECIO DE VENTAS	200

6.7 GASTOS	201
6.8 ESTADO DE RESULTADOS	201
6.9 FLUJO DE CAJA	202
6.10 INDICADORES DE EVALUACIÓN FINANCIERA	204
6.10.1 Tasa interna de oportunidad (TIO)	204
6.10.2 Valor presente neto (VPN)	205
6.10.3 Tasa Interna de Retorno (TIR)	206
6.10.4 Relación beneficio costo (RB/C)	206
6.10.5 Periodo de recuperación de la inversión (PRI)	207
7. CONCLUSIONES	209
8. RECOMENDACIONES	210
BIBLIOGRAFÍA	211
ANEXOS	218

LISTA DE TABLAS

	pág.
Tabla 1. Pago impuesto categoría contribuyente	30
Tabla 2. Variaciones anuales del índice de precios al consumidor	31
Tabla 3. Variación anual, según grupos de gasto 2016-2017	32
Tabla 4. Variación y contribución anual por principales gastos	33
Tabla 5. Variación anual (porcentual), según ciudades 2016-2017	35
Tabla 6. Comportamiento del PIB por ramas de actividad económica	37
Tabla 7. Variación de los componentes de la oferta y la demanda final	38
Tabla 8. Tasa global de participación de desempleo	38
Tabla 9. Tasa Global de participación, ocupación y desempleo. Septiembre a noviembre 2017	40
Tabla 10. Tasa de desempleo por regiones 2017	41
Tabla 11. Población por departamentos 2016-2017	43
Tabla 12. Suscriptores a internet fijo y móvil	45
Tabla 13. PIB Departamental-Nacional	50
Tabla 14. PIB Nacional y Departamental 2008-2015	51
Tabla 15. Distribución de recursos por sector 2016	53
Tabla 16. Tasa de empleo 2016	54
Tabla 17. Crecimiento Poblacional Boyacá	55
Tabla 18. Población activa, inactiva 2016	56
Tabla 19. Cantidad total de grupos de investigación, desarrollo tecnológico e innovación	57
Tabla 20. Población por área de residencia	62
Tabla 21. Variación doce meses febrero (2017-2018), según grupos de gasto	71
Tabla 22. Porcentaje por división geopolítica del Municipio de Paipa	77
Tabla 23. Composición de la población por edad, sexo y zona geográfica Paipa	78
Tabla 24. Ocupación habitaciones año 2017	80
Tabla 25. Visitantes parque termal de Paipa	80
Tabla 26. Resumen total segmentación (demanda)	82
Tabla 27. Personas que suelen acudir a restaurantes	85
Tabla 28. Preferencia tipo de comida	86
Tabla 29. Frecuencia de visitas a un restaurante al mes	87
Tabla 30. Razones por las que prefieren comer en restaurante	88
Tabla 31. Mayor valor de un restaurante	89
Tabla 32. Preferencia de restaurantes	90
Tabla 33. Importancia de la comida saludable	91
Tabla 34. Gusto por visitar un restaurante de crepes y helados con nuevas técnicas	92
Tabla 35. Visitantes de restaurante que permita escoger ingredientes a su gusto	93
Tabla 36. Disposición a pagar por crepes y helados	94
Tabla 37. Proyección estimada del crecimiento poblacional	97
Tabla 38. Proyección de la demanda	97

Tabla 39. Proyección poblacional Paipa (2018-2023)	98
Tabla 40. Crecimiento anual con demanda ajustada	99
Tabla 41. Demanda de unidades a producir	100
Tabla 42. Participación en el mercado restaurantes tipo postre Paipa	101
Tabla 43. Clasificación Factores de éxito	103
Tabla 44. Valor factores críticos de éxito	103
Tabla 45. Matriz perfil competitivo (MPC)	104
Tabla 46. Resumen de costos y gastos estudio de mercado	111
Tabla 47. Suplemento de trabajo según OIT para la producción de helado, crepe dulce y salado	132
Tabla 48. Resultado toma de tiempos para helados	133
Tabla 49. Resultado toma de tiempos crepes dulcecitos	133
Tabla 50. Resultado toma de tiempos crepes Saladitos	133
Tabla 51. Resumen Tiempos estándar	134
Tabla 52. Días laborales año	134
Tabla 53. Jornada laboral	135
Tabla 54. Tiempo duración clientes Rolls	135
Tabla 55. Capacidad diaria del restaurante "Capresa"	136
Tabla 56. Cantidad de productos a producir diariamente	136
Tabla 57. Operarios necesarios 9 horas labor (helados)	137
Tabla 58. Operarios necesarios 9 horas laboradas (Crepes)	137
Tabla 59. Peso para cada Factor	142
Tabla 60. Clasificación de factores	142
Tabla 61. Matriz de evaluación de ubicación	142
Tabla 62. Valor de la construcción	143
Tabla 63. Resumen costos compra lote y construcción	143
Tabla 64. Maquinaria y equipo necesario	146
Tabla 65. Equipo de tecnología "Capresa"	147
Tabla 66. Muebles y enseres para restaurante "Capresa"	148
Tabla 67 Comestibles	148
Tabla 68 Utensilios cocina restaurante "Capresa"	149
Tabla 69. Elementos de seguridad	150
Tabla 70. Costos de señalización	153
Tabla 71. Costos y gastos del estudio Técnico	159
Tabla 72. Valor de las capacitaciones para 2018 (COP)	173
Tabla 73. Costo anual de capacitaciones por puesto de trabajo	173
Tabla 74. Ponderación para cada factor	174
Tabla 75. Ponderación de puntos por grados	175
Tabla 76. Asignación por puntos	176
Tabla 77. Asignación de puntos por cargo	177
Tabla 78. Equivalencia salarial 2018 (COP)	177
Tabla 79. Salarios evaluados.	178
Tabla 80. Recargo dominicales y festivos. (COP)	179
Tabla 81. Salario básico por trabajador. (COP)	179
Tabla 82. Prestaciones sociales anuales- 2019 (COP)	180

Tabla 83. Liquidación vacaciones 2019 (COP)	180
Tabla 84. Liquidación anual seguridad social pago empleador 2019 (COP)	181
Tabla 85. Pagos parafiscales por cargo-2019. (COP)	181
Tabla 86. Resumen Nómina -2019 (COP)	182
Tabla 87. Costos totales estudio administrativo. (COP)	182
Tabla 88. Tabla Código CIIU restaurante “Capresa”	186
Tabla 89. Costos estudio ambiental	196
Tabla 90. Costos estudio legal.	196
Tabla 91. Costos totales estudio legal y ambiental.	196
Tabla 92. Proyección índice de Precios al Consumidor (IPC)	197
Tabla 93. Activos fijos restaurante “Capresa”	198
Tabla 94. Capital de trabajo restaurante “Capresa”	198
Tabla 95. Cargos diferidos, restaurante “Capresa”	198
Tabla 96. Amortización de diferidos (COP).	199
Tabla 97. Inversión inicial. (COP)	199
Tabla 98. Financiamiento del proyecto (COP).	199
Tabla 99. Depreciación activos fijos por área 2019-2023. (COP)	200
Tabla 100. Costos de producción anual (COP).	200
Tabla 101. Ingresos anuales restaurante “Capresa” (COP)	200
Tabla 102. Gastos Totales (COP)	201
Tabla 103 Estado de resultados (COP)	201
Tabla 104. Flujo de caja (COP)	203
Tabla 105. DTF	205
Tabla 106. Tasa Interna de Oportunidad (TIO)	205
Tabla 107. Periodo de recuperación de la inversión	208

LISTA DE GRÁFICOS

	pág.
Gráfico 1. Variaciones anuales de índice de precios al consumidor. Enero 2016-enero 2017	31
Gráfico 2. Variación anual, según tipo de gasto año 2017	32
Gráfico 3. Variación y contribución de gastos anual 2017	34
Gráfico 4. Variación anual, según ciudades 2016-2017	36
Gráfico 5. Tasa global de participación y desempleo Noviembre. 2008-2017	39
Gráfico 6. Tasa global de participación, ocupación y desempleo Septiembre-noviembre 2017	41
Gráfico 7. Tasa de desempleo por regiones	42
Gráfico 8. Población año 2016-2017	44
Gráfico 9. Nacimientos y defunciones en Colombia 2008-2017	44
Gráfico 10. Suscriptores a internet fijo y móvil	46
Gráfico 11. PIB Nacional y Departamental 2001-2017	52
Gráfico 12. Distribución de recursos por sector 2016	53
Gráfico 13. Tasa de empleo 2016	54
Gráfico 14. Población activa, inactiva	56
Gráfico 15. Población por rango de edad	79
Gráfico 16. Personas que suelen acudir a restaurantes acompañadas	86
Gráfico 17. Preferencia tipo de comida	87
Gráfico 18. Frecuencia de visitas a un restaurante al mes	88
Gráfico 19. ¿Por qué razón prefiere comer en un restaurante?	89
Gráfico 20. Mayor valor de un restaurante	90
Gráfico 21. Preferencia de restaurantes	91
Gráfico 22. Importancia de la comida saludable	92
Gráfico 23. ¿Visitaría un restaurante de crepes y helados con técnicas tailandesa y japonesa?	93
Gráfico 24. Visitantes de restaurante que permita escoger ingredientes a su gusto	94
Gráfico 25. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una crepe o un helado basado en estas técnicas?	95
Gráfico 26. Proyección de la población segmentada (2018-2023)	99
Gráfico 27. Salarios con regresión lineal	178
Gráfico 28. Flujo de caja	204

LISTA DE CUADROS

	pág.
Cuadro 1. Monotributo personas naturales	29
Cuadro 2. Desempleo por regiones	42
Cuadro 3. Entidades de apoyo al emprendimiento en Colombia	47
Cuadro 4. Leyes ambientales	48
Cuadro 5. Leyes 2017	48
Cuadro 6. Leyes ambientales	58
Cuadro 7. Leyes sector alimentos	58
Cuadro 8. Principios Orientadores Paipa- Boyacá	60
Cuadro 9. Matriz DOFA	69
Cuadro 10. Tipos de muestreo no probabilístico	83
Cuadro 11. Formato ficha técnica encuesta	85
Cuadro 12. Características de la competencia	102
Cuadro 13. Factores críticos de éxito	103
Cuadro 14. Helados	112
Cuadro 15. Crepe	113
Cuadro 16. Método de trabajo proceso productivo del helado rojito y chapeadito	122
Cuadro 17. Método de trabajo proceso productivo de crepe criollito (Crepe saladito)	124
Cuadro 18. Método de trabajo proceso productivo de Silvestre (Crepe dulcecito)	126
Cuadro 19. Características principales lote calle 25 cerca de la plaza principal	139
Cuadro 20. Local calle 25, vía a el lago	140
Cuadro 21. Lote sobre carrera 18 con 25 Centro	140
Cuadro 22. Evaluación de los establecimientos	141
Cuadro 23. Factores para elección del lugar de ubicación	141
Cuadro 24. Tipo de señalización	151
Cuadro 25. Ergonomía de puesto de trabajo chef y aux de cocina	155
Cuadro 26. Ergonomía de puesto de trabajo mesero	156
Cuadro 27. Ergonomía de puesto de trabajo gerente	157
Cuadro 28. Ergonomía de puesto de trabajo cajero	158
Cuadro 29. Antropometría puestos de trabajo restaurante “Capresa”	159
Cuadro 30. Planeación estratégica restaurante “Capresa”	165
Cuadro 31. Definición de factores	174
Cuadro 32. Grados por factor	175
Cuadro 33. División de empresa por número de trabajadores	184
Cuadro 34. Normatividad ambiental de alimentos	191
Cuadro 35. Ponderación clasificación impacto ambiental	192
Cuadro 36. Matriz de impacto ambiental	192
Cuadro 37. Plan de manejo ambiental	195

LISTA DE DIAGRAMAS

	pág.
Diagrama 1. Flujo de proceso de servicio	114
Diagrama 2. Flujo de elaboración del producto	116
Diagrama 3. Flujo de proceso de abastecimiento	117
Diagrama 4. Método de trabajo proceso productivo del helado rojito y chapeadito	123
Diagrama 5. Diagrama de proceso productivo de crepe criollito (Crepe saladito)	125
Diagrama 6. Método de trabajo proceso productivo de Silvestre (Crepe dulcecito)	127
Diagrama 7. Diagrama de proceso para preparación del helado rojito y chapeadito	129
Diagrama 8. Diagrama de proceso de preparación de Crepe silvestre (dulcecito)	130
Diagrama 9. Diagrama de proceso de preparación de Crepe Criollito (saladito)	131
Diagrama 10. Proceso de selección	170

LISTA DE ECUACIONES

	pág.
Ecuación 1. Tamaño de la muestra	84
Ecuación 2. Proyección Poblacional	98
Ecuación 3. Distribución de puntos por progresión aritmética	176
Ecuación 4. Valor Presente Neto	205
Ecuación 5. Relación beneficio/costo	207
Ecuación 6. Depreciaciones	326

LISTA DE IMÁGENES

	pág.
Imagen 1. Organización del Estado Colombiano	27
Imagen 2. Modelo de desarrollo.	50
Imagen 3. Ubicación y grupos de investigación por departamento años 2015	57
Imagen 4. Principios Orientadores	60
Imagen 5. Pirámide poblacional	62
Imagen 6. División Política del departamento de Boyacá	75
Imagen 7. Ubicación y división política	76
Imagen 8. División Zona urbana Paipa.	77
Imagen 9. Logotipo Capresa	105
Imagen 10. Página Web oficial	109
Imagen 11. Página Web oficial	109
Imagen 12. Página de Facebook oficial	110
Imagen 13. Página Instagram Oficial	110
Imagen 14. Señales prohibición para restaurante “Capresa”	151
Imagen 15. Señales de prevención para restaurante “Capresa”	152
Imagen 16. Señales de obligación para el restaurante “Capresa”	152
Imagen 17. Señales informativas para el restaurante "Capresa"	152
Imagen 18. Señales contra incendios para el restaurante “Capresa”	153
Imagen 19. Consulta nombre del restaurante.	185
Imagen 20. Canecas de separación de residuos.	193

LISTA DE PLANOS

	pág.
Plano 1. Lote para localizar restaurante "Capresa"	144
Plano 2. Distribución y diseño de planta restaurante "Capresa"	145
Plano 3. Layout "Capresa" distribución señales	154

LISTA DE ANEXOS

	pág.
Anexo A. Encuesta	218
Anexo B. Menú	225
Anexo C. Ficha técnica de cada producto	227
Anexo D. Métodos y diagramas de trabajo	233
Anexo E. Diagramas de procesos	242
Anexo F. Formato de tiempos	248
Anexo G. Cotización construcción	262
Anexo H. Cotizaciones maquinaria y equipo, muebles y enseres, y utensilios de cocina	265
Anexo I. Elementos de seguridad y señales	278
Anexo J. Cotizaciones outsourcing	281
Anexo K. Manual de funciones	283
Anexo L. Cotizaciones capacitaciones	288
Anexo M. Proyección nómina 2019-2023	291
Anexo N. Acta de constitución	295
Anexo O. Formatos de constitución	316
Anexo P. Cotizaciones estudio legal/ambiental	321
Anexo Q. Depreciación activos fijos	325
Anexo R. Costos de producción	327
Anexo S. Precio de venta	331
Anexo T. Gastos	334

RESUMEN

Este proyecto se realizó con el fin de efectuar un estudio de factibilidad para la creación de un restaurante de crepes y helados con técnica tailandesa y japonesa en Paipa (Boyacá), el cual nace por la necesidad de los Paipanos de encontrar en el municipio un postre saludable.

Por medio de un estudio permite establecer un mercado objetivo, el cual permite identificar la demanda real, la oferta y la competencia, y así diseñar las instalaciones del restaurante, las cuales cubran la demanda real y proyectada, y las necesidades de clientes internos y externos, en donde también se estipula las capacidades de maquinaria y mano de obra necesaria para cubrir la demanda esperada, y así tener en cuenta todas las normas y leyes legales y ambientales vigentes en Colombia que se requieren para poner en marcha el restaurante, en donde se evalúan cada uno de los costos de cada estudio para así realizar el estudio financiero permitiendo conocer la rentabilidad, factibilidad y viabilidad del proyecto.

El estudio financiero permitió estipular valores financieros rentables en un periodo de 5 años, con una tasa interna de oportunidad (TIO) de 16% un valor presente neto de \$60.258.503, una tasa interna de retorno (TIR) de 27,7% y una relación beneficio costo de los cuales permiten un periodo de recuperación en el cuarto año, haciendo que el proyecto sea rentable, factible y viable.

Palabras clave: factibilidad, viabilidad, rentabilidad, proyectar, administrar.

SUMMARY

This project was made in order to effect in order to carry out a feasibility study for the creation of a crepes and ice cream restaurant with Thai and Japanese techniques in Paipa (Boyacá), which was born out of the need of the Paipanos to find a healthy dessert.

Through this study it was possible to establish an objective market, which allowed to identify the real demand, supply and competition. Designing the restaurant space, covering the real and projected demands. The needs of the clients are covered. It stipulates the capacities of machinery and personnel covering the demand. The regulations, legal and environmental laws in force in Colombia that are required for this development are taken into account. Taking into account each cost of each financial study. Knowing the feasibility, feasibility and feasibility of this project.

A financial study allowed profitable financial values in a period of 5 years with an internal rate of opportunity (TIO) of 16% and net present value of \$60.258.503, an internal rate of return (TIR) of 27.7% and a cost benefit relation that allows a recovery period in the fourth year, making the project feasible, profitable and viable.

INTRODUCCIÓN

Paipa es un municipio de Boyacá caracterizado por su biodiversidad, turismo y tradición cultural y gastronómica, el cual se ha visto en gran auge la demanda de comida en el municipio y sus alrededores.

La ubicación geográfica del restaurante está ubicado en el municipio de Paipa Boyacá el cual limita con: Duitama, Nobsa, Tibasosa, Toca, Tunja; los cuales cuentan con la misma limitante del municipio en restaurantes de tipo postres o helados saludables, ya que en su mayoría ofrecen los clásicos productos enfocados en químicos y conservantes; el restaurante se ubica en un lugar central y de fácil accesibilidad tanto para los residentes, como los visitantes.

Actualmente la sociedad ha tomado cultura y conciencia de la salud y bienestar, y por esto su principal función es evaluar la factibilidad de crear un restaurante de crepes y helados con técnica tailandesa y japonesa, en donde cada uno de sus insumos no contiene ni químicos ni conservantes, y para el desarrollo de este es necesario elaborar un diagnóstico a nivel Colombia, Boyacá y Paipa el cual permite conocer el mercado, un estudio de mercado el cual establece la demanda real y la oferta del restaurante; un estudio técnico donde se estipula el proceso productivo de cada uno de los productos que se ofrecen en el restaurante aplicando cada una de las herramientas de ingeniería industrial; un estudio administrativo donde se establecen los cargos necesarios para cubrir la demanda del restaurante; un estudio legal y ambiental el cual establece las leyes necesarias para la conformación adecuada del restaurante; y por último se realiza el estudio financiero del restaurante el cual determina la viabilidad, rentabilidad y factibilidad del proyecto, permitiendo tener así un completo “Estudio de factibilidad para la creación de un restaurante de crepes y helados en la ciudad de Paipa, Boyacá”.

1. DIAGNÓSTICO

En el presente capítulo se elaborará un diagnóstico completo de Colombia, Boyacá y Paipa donde se analizarán los factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambientales y legales. Estos permiten la identificación de las características actuales del entorno del País. Finalizado con un análisis “DOFA” del sector.

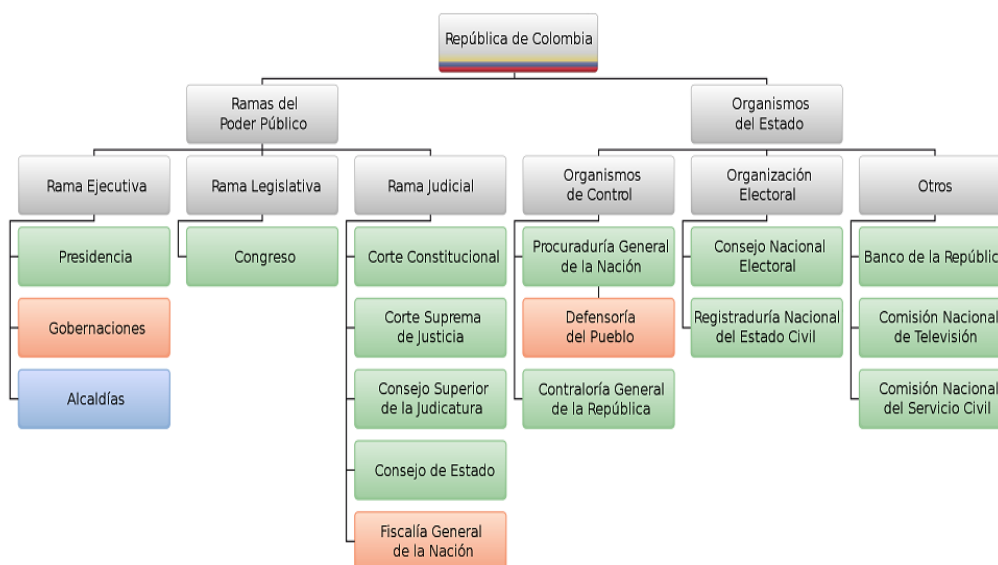
1.1 DIAGNÓSTICO PESTAL COLOMBIA

Se elaborará un diagnóstico general en Colombia, analizando los factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambientales y legales que afectan el proyecto.

1.1.1 Factores políticos. Se tendrán en cuenta los factores políticos que rigen en Colombia actualmente, y entender adecuadamente su funcionamiento.

1.1.1.1 Estado colombiano. Está conformado por ramas del poder público y los organismos del estado. Dentro de las ramas esta la ejecutiva, legislativa y judicial, mientras que los organismos del estado hacen parte la organización electoral, el Banco de la República, la comisión nacional del servicio civil y la comisión nacional de televisión. Ver Imagen 1.

Imagen 1. Organización del Estado Colombiano



Fuente: BANREPCULTURAL. Organización del Estado colombiano [En línea].Bogotá: La Entidad, 2017. [Citado el 11 de diciembre de 2017]. Disponible en:http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/politica/organizacion_del_estado_colombiano

- **Poder ejecutivo.** este se representa por el presidente de la república, que cumple el papel de jefe de estado y de gobierno, también hacen parte los ministros, los directores administrativos superintendentes, que buscan asegurar los derechos y deberes de los colombianos, representado en gobernadores y alcaldes⁴.”
- **Poder legislativo.** en este poder hace parte el Senado y la Cámara de Representantes, que tienen como función interpretar, reformar y derogar las leyes, ejercer control y juzgar sobre las acciones del gobierno y de funcionarios del estado que cuentan con responsabilidad política⁵”.
- **Poder Judicial.** este poder se encarga del cumplimiento y administración de la justicia y de las leyes, igualmente castiga a los infractores hacen parte de este poder la fiscalía general, el conjunto de las cortes, constitucional, suprema de justicia, consejo de estado y consejo superior de judicatura, estas altas cortes deben trabajar en conjunto con el fin de ofrecer un funcionamiento regular y adecuado del funcionamiento del estado⁶”.

En los factores políticos se hace necesario nombrar cada uno de los poderes para hacer énfasis y tener en cuenta los agentes gubernamentales que regulan al sector, y desde ahí enfocarnos en las leyes expuestas actualmente.

Es importante mencionar la Ley 590 del 2000, la cual genera desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas, y tiene como objetivo generar empleo y buscando así el desarrollo del país este impuesto según el ministro de hacienda de Colombia, se hace absolutamente necesario, ya que existen un gran número de empresas pequeñas que no están a la vista de la DIAN, por medio de este no solo permite la formalización de todas las empresas pequeñas, con una tarifa pequeña y de fácil cumplimiento, simplificando el pago de los impuestos.

1.1.1.2 Reforma Tributaria. Para el 2018 los cambios que trae la reforma tributaria afectarán directamente a empresas grandes, medianas y pequeñas, comerciantes, accionistas y entidades sin ánimo de lucro. Este cambio ira enfocado en la estructura cambiando aspectos del régimen tributario actual.

Las empresas actualmente pagan renta, cree, sobretasa y riqueza con esta reforma se buscará que solo se pague un impuesto, haciendo así que las compañías que tienen ingresos mayores de 800 millones de pesos pagarían una tarifa del 39 por

⁴ CONGRESO VISIBLE. Ramas del poder público [En línea] Bogotá: Universidad de Los Andes, 2010. [Citado el 11 de diciembre de 2017]. Disponible en: <https://www.congresovisible.org/democracia/ramaspoderpublico/>

⁵ Ibíd.

⁶ Ibíd.

ciento, mientras tanto sin reforma la tarifa seria del 42 por ciento reduciendo 6 puntos para el 2018⁷”.

“Y para las empresas con ingresos menores a 800 millones el gobierno propone 34 por ciento que es la misma que se maneja actualmente y llegar a un 32 por ciento para el 2019. Mientras tanto para los ciudadanos la reforma contribuye a el aumento del IVA tocando estratos medios y altos, en proporción a su ingreso haciendo así que la clase media sea la más afectada.⁸”.

Es importante nombrar el Monotributo, este impuesto según el Ministro de Hacienda de Colombia, se hace absolutamente necesario, ya que existen un gran número de empresas pequeñas que no están a la vista de la DIAN, por medio de este no solo permite la formalización de todas las empresas pequeñas, con una tarifa pequeña y de fácil cumplimiento, simplificando el pago de los impuestos.

Los medianos y pequeños productores y comerciantes podrían tomar la opción de seguir pagando los impuestos tal y como están fijados actualmente (renta, IVA, y seguridad social) o pagar Monotributo que según el decreto 238 del 2017, este consiste en un tributo opcional de determinación integral, de pago anual.

En el Cuadro 1. Podrán ser sujetos pasivos del monotributo personas naturales:

Cuadro 1. Monotributo personas naturales

En el año gravable obtuvieran ingresos brutos ordinarios o extraordinarios, iguales o superiores a 1.400 UVT e inferiores 3.500 UVT.
Que desarrollen su actividad económica en un establecimiento con un área inferior o igual a 50 metro cuadrados.
Que sean elegibles para pertenecer al servicio social complementario de beneficios económicos.
Que tengan como actividad económica una o más de las incluidas en la división 47 comercio al por menor y la actividad 9602.

Fuente: NOVEDADES EN la reglamentación del monotributo. [En línea]. Bogotá: Legis, 2017. [11 de diciembre de 2017]. Disponible en: <http://www.comunidadcontable.com/BancoConocimiento/Otros/que-es-el-monotributo.asp>

No pueden tomar como opción este impuesto los siguientes:

- Personas jurídicas

⁷LOS BENEFICIOS y costos que deja el acuerdo de paz. En: Revista Dinero [En línea]. 2016, Julio [Citado el 11 de diciembre de 2017]. Disponible en: <http://www.dinero.com/edicion-impresa/pais/articulo/las-beneficios-y-costos-de-la-firma-del-acuerdo-de-paz/225437>

⁸ ESTOS SON los cambios que trae la reforma tributaria. En: Semana.com [En línea]. 2016, Octubre [Citado el 28 de enero de 2018]. Disponible en: <http://www.semana.com/nacion/articulo/los-cambios-que-trae-la-reforma-tributaria/499829>

- Personas naturales que obtengan rentas de trabajo
- Personas naturales que obtengan de la suma de las rentas de capital y dividendos más del 5% de sus ingresos totales

El pago de este impuesto depende de la categoría a la que pertenezca el contribuyente. Ver Tabla 1.

Tabla 1. Pago impuesto categoría contribuyente.

Categoría	Ingresos brutos anuales		Valor anual a pagar	Componente del impuesto	Componente del aporte BEPS
	Desde	Hasta			
A	1.400 UVT	2.100 UT	16 UVT	12 UVT	4 UVT
B	> 2.100 UVT	2.800 UVT	24 UVT	19 UVT	5 UVT
Categoría	> 2.800 UVT	3.500 UVT	32 UVT	26 UVT	6 UVT

Fuente: NOVEDADES EN la reglamentación del monotributo. [En línea]. Bogotá: Legis, 2017. [11 de diciembre de 2017]. Disponible en: <http://www.comunidadcontable.com/BancoConocimiento/Otros/que-es-el-monotributo.asp>

1.1.1.3 Proceso de paz. a pesar de la derrota del plebiscito, Colombia logro firmar la paz con las Farc después de infinidad de muertos y más de 50 años de confrontación armada, pensando así que esta iba a ser la solución total de los problemas en Colombia, apretando la reforma tributaria, el mal desempeño económico, buscando “la mejora y estabilidad macroeconómica y financiera, la eficiencia de bienes y la oferta de capital humano” por medio de una mejora magnifica en educación, una justicia eficiente, y un gobierno sin corrupción, mejorando el orden público, haciendo así que crezca el interés de mercados internacionales, por el auge de las materias primas generando un incremento notorio en la tasa de inversión y el ahorro externo, estimulando la inversión y crecimiento de los sectores.

1.1.2 Factores Económicos. Dentro de estos factores se tendrán en cuenta, el índice de precios al consumidor IPC, el producto interno bruto PIB, y la tasa de inflación.

1.1.2.1 Índice de precios al consumidor (IPC). El DANE lo define como un instrumento que permite medir el proceso a través del tiempo, de los precios en un

conjunto de servicios y bienes representado en el consumo final de los hogares del país, comparándolo dos periodos diferentes⁹.

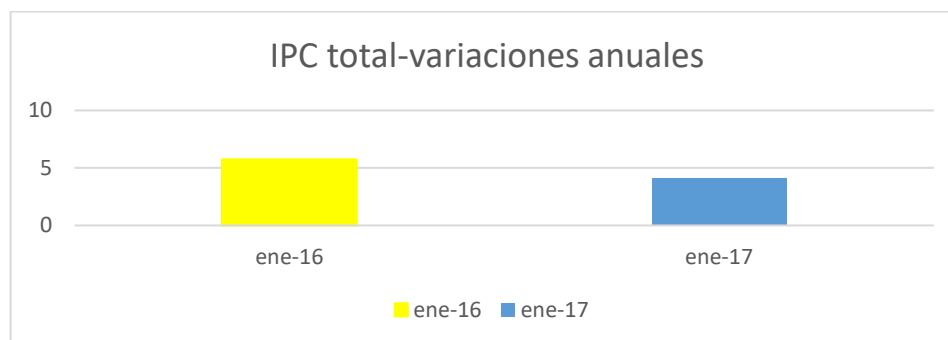
Este índice permite ajustar los precios, dependiendo directamente de la inflación. Para el año 2017 la variación del índice de precios al consumidor fue de 4.09% haciendo un comportamiento favorable del grupo de alimentos, teniendo un crecimiento mensual de precios de (1,92%) mientras que para el 2016 fue de 5,75% como se muestra en la Tabla 2. Ver Gráfico 1¹⁰.

Tabla 2. Variaciones anuales del índice de precios al consumidor.

Año	% de variación
Enero -2016	5,75
Diciembre-2017	4,09

Fuente: COLOMBIA. DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADISTICAS. Índice de precios al consumidor. En: Boletín Técnico [En línea] Bogotá: DANE, 2018. [Citado el 28 de enero de 2018]. Disponible en: <http://www.dane.gov.co/index.php/estadisticapor/indice-de-precios-al-consumidor-ipc>

Gráfico 1. Variaciones anuales de índice de precios al consumidor. Enero 2016- enero 2017



Fuente: COLOMBIA DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADISTICAS. Índice de precios al consumidor. [En línea] Bogotá: DANE, 2018. [Citado el 28 de enero de 2018]. Disponible en: <http://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/precios-y-costos/indice-de-preciosalconsumidoripc>

⁹ COLOMBIA. DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADISTICAS. Índice de precios al consumidor. En: Boletín Técnico [En línea] Bogotá: DANE, 2018. [Citado el 28 de enero de 2018]. Disponible en: https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ipc/ipc_autocapacita.pdf

¹⁰ Ibíd.

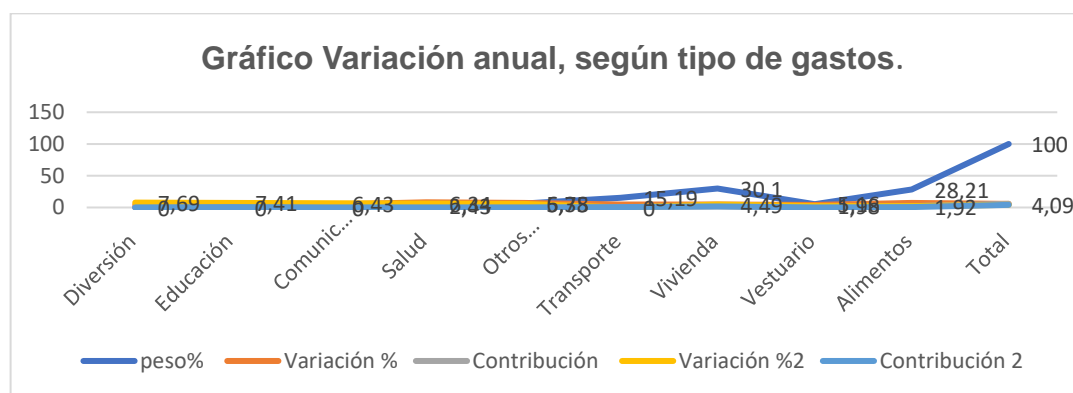
“Para el 2017, se ubican 7 grupos del promedio anual nacional (4,09%): diversión (7,69%); educación (7,41%); comunicaciones (6,43%); salud (6,34%); otros gastos (5,78%); transporte (4,52%) y vivienda (4,49%). El resto de los grupos se ubicaron por debajo del promedio: vestuario (1,98%) y alimentos (1,92%).¹¹”. Ver Tabla 3.

Tabla 3. Variación anual, según grupos de gasto 2016-2017

Grupo de gasto	Peso%	Variación %	Contribución puntos porcentuales	Variación %	Contribución puntos porcentuales
Diversión	3,10	4,01	0,11	7,69	0,21
Educación	5,73	6,34	0,40	7,41	0,47
Comunicaciones	3,72	4,72	0,16	6,43	0,22
Salud	2,43	8,14	0,21	6,34	0,17
Otros gastos	6,35	7,25	0,45	5,78	0,36
Transporte	15,19	4,47	0,64	4,52	0,64
Vivienda	30,10	4,83	1,50	4,49	1,38
Total	100,0	5,75	5,75	4,09	4,09
Vestuario	5,16	3,98	0,17	1,98	0,08
Alimentos	28,21	7,22	2,12	1,92	0,57

Fuente: Colombia departamento administrativo nacional de estadísticas. Índice de precios al consumidor. En: Boletín Técnico [En línea] Bogotá: DANE, 2018. [Citado el 28 de enero de 2018]. Disponible en: www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ipc/bol_ipc_dic17

Gráfico 2. Variación anual, según tipo de gasto año 2017



Fuente: Colombia. departamento administrativo nacional de estadísticas. Índice de precios al consumidor. En: Boletín Técnico [En línea] Bogotá: DANE, 2018. [Citado el 28 de enero de 2018]. Disponible en: <http://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/precios-y-costos/indice-de-precios-al-consumidor-ipc>

¹¹ COLOMBIA. DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADISTICAS. Índice de precios al consumidor. En: Boletín Técnico [En línea] Bogotá: DANE, 2018. [Citado el 28 de enero de 2018]. Disponible en: https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ipc/ipc_autocapacita.pdf.

En cuanto a gastos básicos los que más aportaron: arrendamiento imputado (4,30%); almuerzo (5,14%); arrendamiento efectivo (4,24%); combustible para vehículos (9,94%); papa (53,50%); servicios de telefonía (7,44%); acueducto, alcantarillado y aseo (8,07%); pensiones (8,77%); bus (7,15%) y matrículas de educación superior y no formal (7,37%). Las mayores contribuciones negativas se presentan en: arroz (-16,45%); otras hortalizas y legumbres secas (-14,98%); arveja (-23,44%); plátano (-14,66%) y huevos (-5,26%). Ver Tabla 4. ¹²

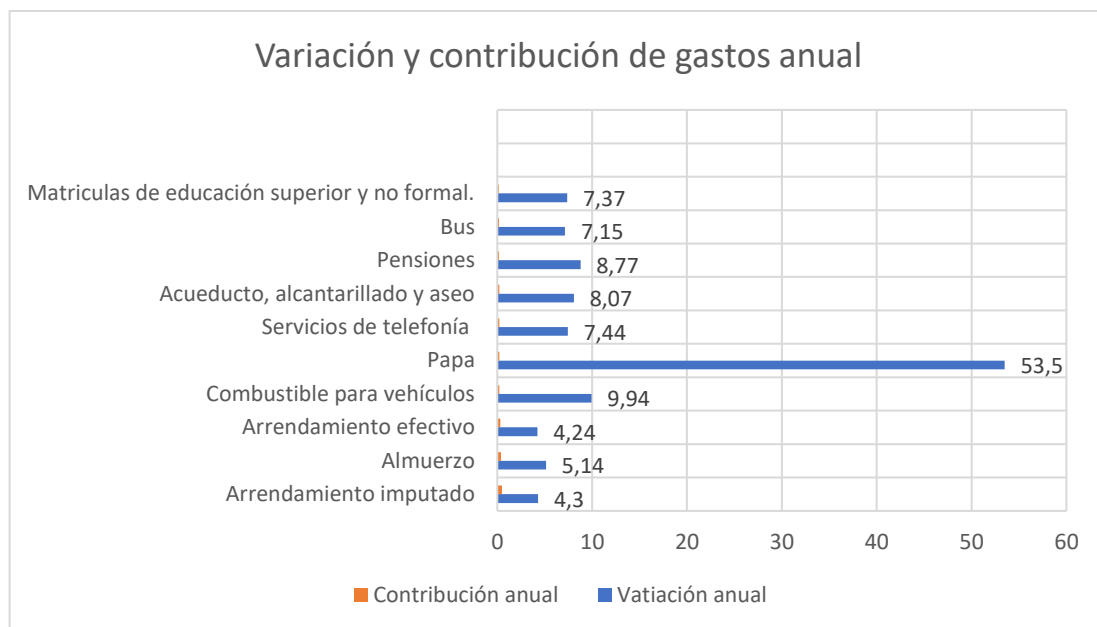
Tabla 4. Variación y contribución anual por principales gastos

Artículo	Variación anual	Contribución anual
Arrendamiento imputado	4,30	0,48
Almuerzo	5,14	0,37
Arrendamiento efectivo	4,24	0,31
Combustible para vehículos	9,94	0,22
Papa	53,50	0,22
Servicios de telefonía	7,44	0,22
Acueducto, alcantarillado y aseo	8,07	0,20
Pensiones	8,77	0,18
Bus	7,15	0,17
Matriculas de educación superior y no formal.	7,37	0,16

Fuente: Colombia departamento administrativo nacional de estadísticas. Índice de precios al consumidor. En: Boletín Técnico [En línea] Bogotá: DANE, 2018. [Citado el 28 de enero de 2018]. Disponible en: www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ipc/bol_ipc_dic17.pdf

¹² COLOMBIA. DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADISTICAS. Índice de precios al consumidor [En línea] [28 de enero de 2018]. Disponible en: https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ipc/ipc_autocapacita.pdf.

Gráfico 3. Variación y contribución de gastos anual 2017



Fuente: COLOMBIA DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADISTICAS. Índice de precios al consumidor. [En línea] Bogotá: DANE, 2018. [Citado el 28 de enero de 2018]. Disponible en: <http://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/precios-y-costos/indice-de-precios-al-consumidor-ipc>

Las ciudades que registraron crecimientos por encima del promedio (4,09%) fueron: Bogotá D.C. (4,63%); Manizales (4,29%); Cali (4,28%); San Andrés (4,19%); Medellín (4,16%) y Pereira (4, 11%). Ver Tabla 5 ¹³.

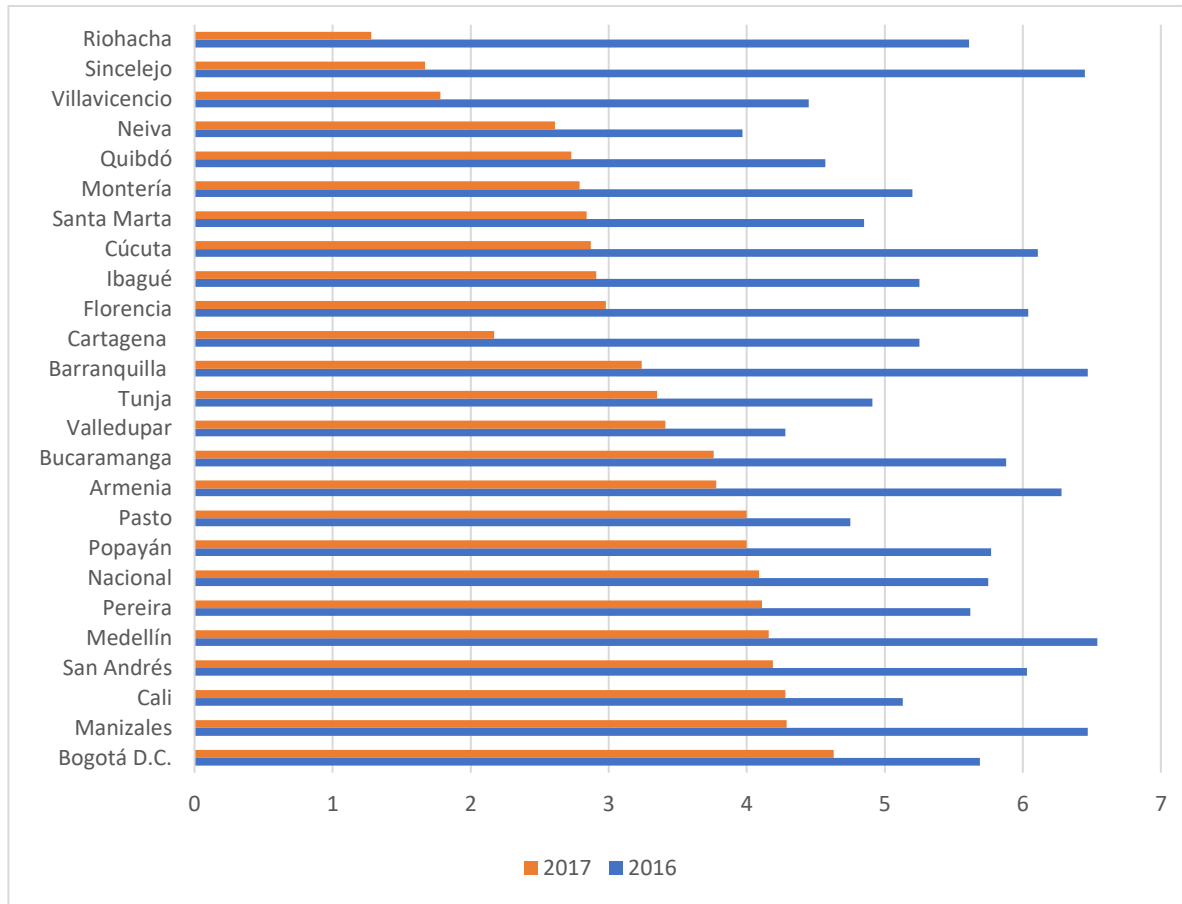
¹³ COLOMBIA. DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADISTICAS. Variaciones anuales [En línea]. Bogotá: DANE, 2018 [Citado el 1 de enero de 2018]. Disponible en: https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ipc/ipc_autocapacita.pdf.

Tabla 5. Variación anual (porcentual), según ciudades 2016-2017

Ciudades	2016	2017	Diferencia puntos%
Bogotá D.C.	5,69	4,63	-1,06
Manizales	6,47	4,29	-2,18
Cali	5,13	4,28	-0,85
San Andrés	6,03	4,19	-1,84
Medellín	6,54	4,16	-2,38
Pereira	5,62	4,11	-1,51
Nacional	5,75	4,09	-1,66
Popayán	5,77	4,00	-1,77
Pasto	4,75	4,00	-0,75
Armenia	6,28	3,78	-2,50
Bucaramanga	5,88	3,76	-2,12
Valledupar	4,28	3,41	-0,87
Tunja	4,91	3,35	-1,56
Barranquilla	6,47	3,24	-3,23
Cartagena	5,25	2,17	-2,08
Florencia	6,04	2,98	-3,06
Ibagué	5,25	2,91	-2,34
Cúcuta	6,11	2,87	-3,24
Santa Marta	4,85	2,84	-2,01
Montería	5,20	2,79	-2,41
Quibdó	4,57	2,73	-1,84
Neiva	3,97	2,61	-1,36
Villavicencio	4,45	1,78	-2,67
Sincelejo	6,45	1,67	-4,78
Riohacha	5,61	1,28	-4,33

Fuente: COLOMBIA. DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS. Índice de precios al consumidor. En: Boletín Técnico [En línea] Bogotá: DANE, 2018. [Citado el 28 de enero de 2018]. Disponible en: www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ipc/bol_ipc_dic17.pdf

Gráfico 4. Variación anual, según ciudades 2016-2017



Fuente: COLOMBIA. DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS. Índice de precios al consumidor. En: Boletín Técnico [En línea] Bogotá: DANE, 2018. [Citado el 28 de enero de 2018]. Disponible en: <http://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/precios-y-costos/indice-de-precios-al-consumidor-ipc>

1.1.2.2 Producto interno bruto. Es la totalidad de bienes y servicios producidos, en un tiempo determinado, teniendo en cuenta la producción generada de residentes y extranjeros, que residen el país¹⁴.

Mientras tanto en el 2017 el PIB de (enero -septiembre) creció el 1,5% basados en los sectores de mayor crecimiento que fueron:

La agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca; establecimientos financieros, seguros, actividades inmobiliarias y servicios a las empresas; actividades de

¹⁴ COLOMBIA. BANCO DE LA REPÚBLICA. ¿Qué es producto interno bruto? [En línea]. Bogotá: La Entidad, 2013. [Citado el 28 de enero de 2018]. Disponible en: <http://www.banrep.gov.co/es/contenidos/page/qu-producto-interno-bruto-pib>

servicios sociales, comunales y personales, mientras que la caída más grande se encontró en la minería. Ver Tabla 6.¹⁵

Tabla 6. Comportamiento del PIB por ramas de actividad económica

Ramas de actividad	Anual	Trimestral	Año Corrido
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	7,1	3,7	6,3
Explotación de minas y canteras	-2,1	1,4	-5,7
Industria manufacturera	-0,6	0,9	-1,2
Suministro de electricidad gas y agua	1,9	1,3	0,9
Construcción	-2,1	0,9	-0,9
Comercio, reparación, restaurantes y hoteles	1,4	0,8	0,7
Transporte, almacenamiento y hoteles	0,2	0,3	0,0
Establecimientos financieros, seguros, actividades inmobiliarias y servicios de las empresas.	3,2	0,7	3,9
Actividades de servicios sociales, comunales y personales.	3,2	0,2	3,0
Subtotal valor agregado	1,6	0,8	1,3
Impuestos menos subvencionales sobre la producción e importaciones.	5,0	-0,5	3,6
PRODUCTO INTERNO BRUTO	2,0	0,8	1,5

Fuente: COLOMBIA. DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADISTICAS. Cuentas Trimestrales – Colombia. En: Boletín Técnico [En línea]. 2017, noviembre. [Citado el 28 de enero de 2018]. Disponible en: http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/bol_PIB_IIItrim17_oferta_demanda.pdf

En cuanto a los componentes de demanda, el comportamiento del PIB para el primer trimestre de 2017 con respecto al 2016, aumentaron: en un 4,5% las exportaciones, 2,1% el gasto de consumo final, 0,2% formación de capital bruto, y 2,5% de importaciones. Mientras que para el recorrido de (enero a septiembre) de 2017 el consumo final obtuvo un aumento de 2,0%, la formación de capital bruto un 0,5%, y 1,7% de importaciones y una disminución en las exportaciones del 0,6%¹⁶.”

¹⁵ COLOMBIA. DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADISTICAS. Cuentas Trimestrales – Colombia. En: Boletín Técnico [En línea]. 2017, noviembre. [Citado el 28 de enero de 2018] Disponible en: http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/bol_PIB_IIItrim17_oferta_demanda.pdf

¹⁶ *Ibíd.*

Tabla 7. Variación de los componentes de la oferta y la demanda final

Variación porcentual %	Anual	Trimestral	Año corrido
Importaciones	2,5	0,6	1,7
Gasto de consumo final	2,1	0,4	2,0
Formación Bruta de capital	0,2	-1,0	0,5
Exportaciones	4,5	1,3	-0,6
PIB	2,0	0,8	1,5

Fuente: COLOMBIA. DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS. Cuentas Trimestrales – Colombia. en: Boletín Técnico [En línea]. 2017, noviembre. [Citado el 28 de enero de 2018]. Disponible en: http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/bol_PIB_IIItr_in17_oferta_demanda.pdf

1.1.2.3 Tasa de empleo y desempleo. Mide la población activa que está en condiciones de hacer parte o hace del mercado laboral.

Para el mes de noviembre de 2017 (Ver Tabla 8) la tasa de desempleo fue de 8,4% mostrando aumentos de 0,9 porcentuales respecto a noviembre de 2016, la tasa de participación se ubicó en 64,8% mientras que la de ocupación en el 59,3%¹⁷.

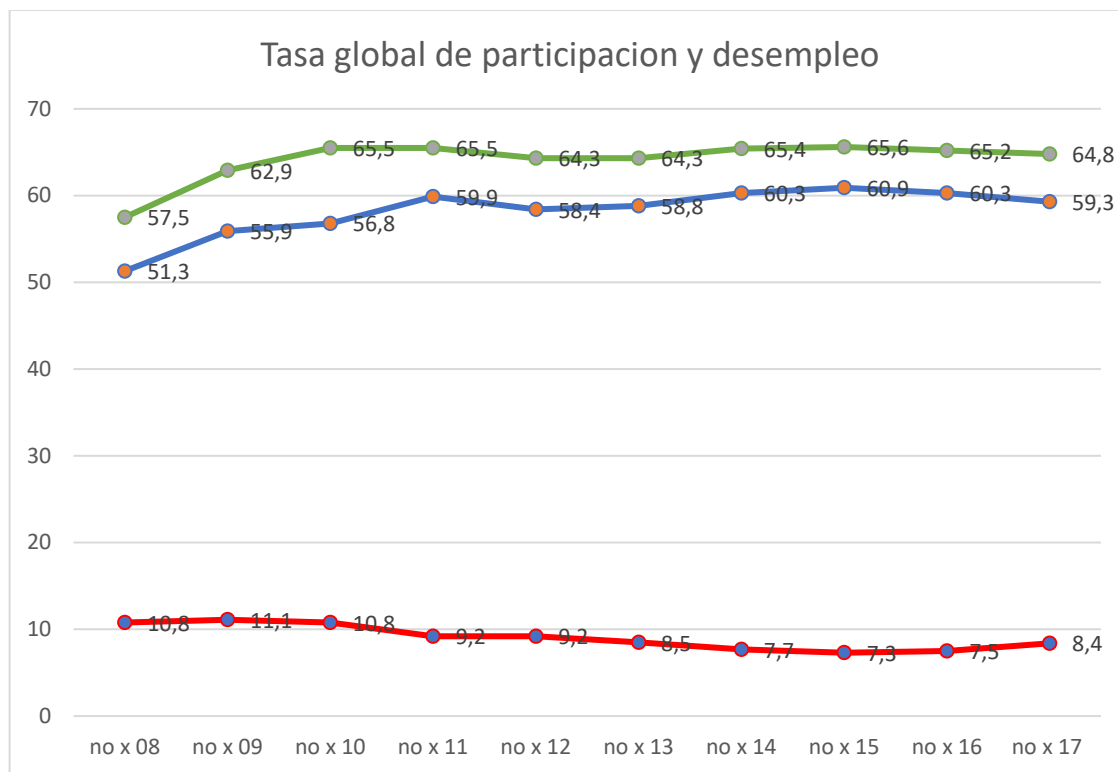
Tabla 8. Tasa global de participación de desempleo

Año	Tasa de desempleo		
Nov. 14	7,7	60,3	65,4
Nov. 15	7,3	60,9	65,6
Nov. 16	7,5	60,3	65,2
Nov. 17	8,4	59,3	64,8

Fuente: COLOMBIA. DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Principales indicadores del mercado laboral En: Boletín Técnico [En línea]. 2017, noviembre. [Citado el 28 de enero de 2018]. Disponible en: http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech/bol_empleo_nov_17.pdf

¹⁷ COLOMBIA. DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Principales indicadores del mercado laboral En: Boletín Técnico [En línea]. 2017, noviembre. [Citado el 28 de enero de 2018]. Disponible en: http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech/bol_empleo_nov_17.pdf

Gráfico 5. Tasa global de participación y desempleo Noviembre. 2008-2017



Fuente: COLOMBIA. DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADISTICAS Principales indicadores del mercado laboral En: Boletín Técnico [En línea]. 2017, noviembre. [Citado el 28 de enero de 2018] Disponible en: http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech/bol_empleo_nov_17.pdf

Para el trimestre móvil de septiembre a noviembre 2017 es del 8,7% dando así un aumento de 0,6 puntos con respecto al trimestre de septiembre y noviembre de 2016 que fue de (8,1%). Y la tasa de ocupación se ubicó en 59,2% presentando disminución de 0,7 puntos. Ver Tabla 9¹⁸.

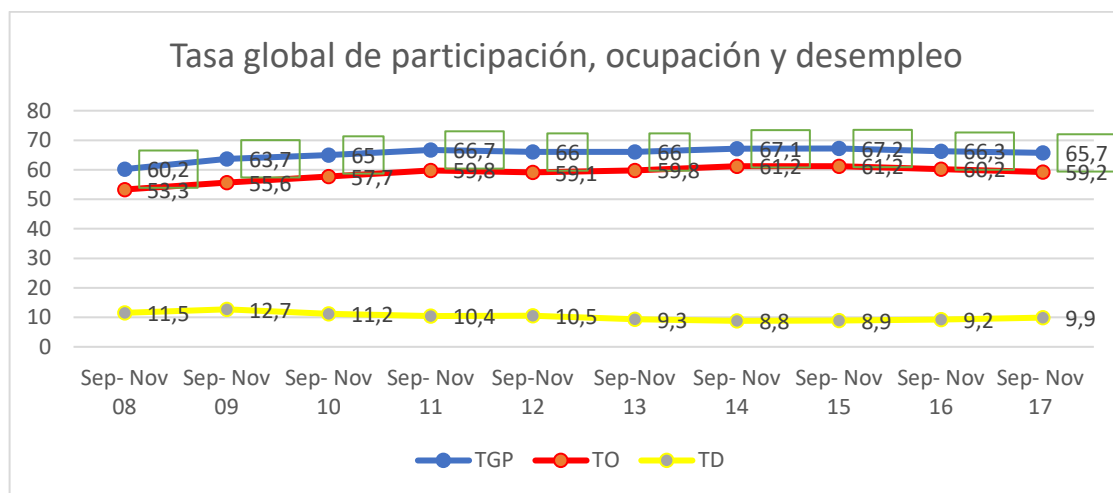
¹⁸ COLOMBIA. DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADISTICAS Principales indicadores del mercado laboral En: Boletín Técnico [En línea]. 2017, noviembre. [Citado el 28 de enero de 2018]. Disponible en: http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech/bol_empleo_nov_17.pdf

Tabla 9. Tasa Global de participación, ocupación y desempleo. Septiembre a noviembre 2017

	TGP	TO	TD<a3w34
Sep- Nov 08	60,2	53,3	11,5
Sep- Nov 09	63,7	55,6	12,7
Sep- Nov 10	65	57,7	11,2
Sep- Nov 11	66,7	59,8	10,4
Sep-Nov 12	66	59,1	10,5
Sep-Nov 13	66	59,8	9,3
Sep- Nov 14	67,1	61,2	8,8
Sep- Nov 15	67,2	61,2	8,9
Sep- Nov 16	66,3	60,2	9,2
Sep- Nov 17	65,7	59,2	9,9

Fuente: COLOMBIA. DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADISTICAS Principales indicadores del mercado laboral En: Boletín Técnico [En línea]. 2017, noviembre. [Citado el 28 de enero de 2018]. Disponible en: http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech/bol_empleo_nov_17.pdf

Gráfico 6. Tasa global de participación, ocupación y desempleo Septiembre-noviembre 2017



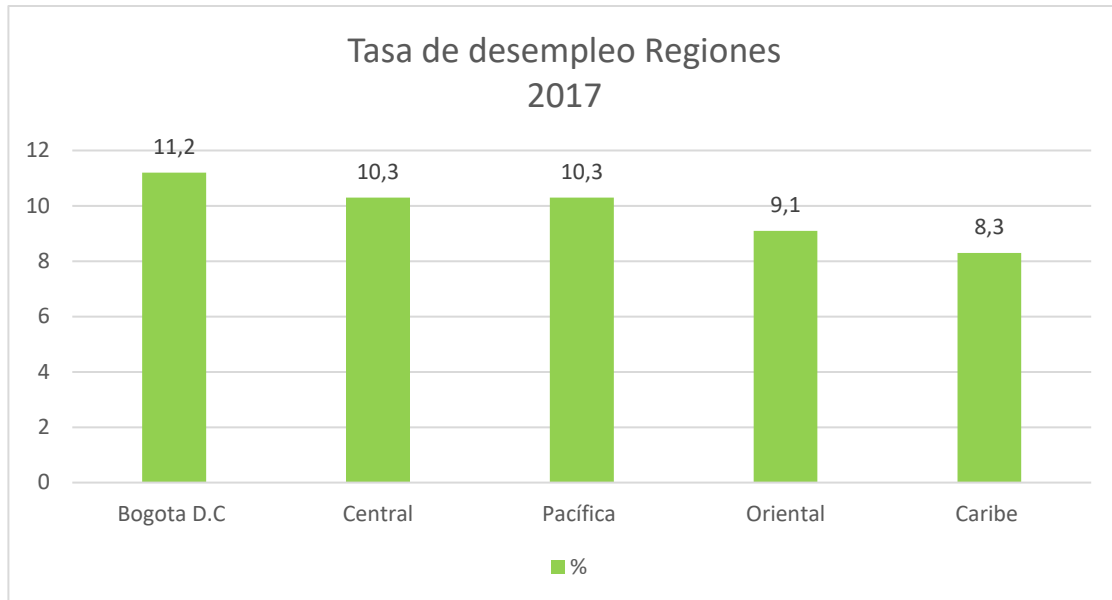
Fuente: COLOMBIA. DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADISTICAS. Principales indicadores del mercado laboral. En: Boletín Técnico [En línea]. 2017, noviembre. [Citado el 28 de enero de 2018]. Disponible en: http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech/bol_empleo_nov_17.pdf

Tabla 10. Tasa de desempleo por regiones 2017

Regiones	%
Bogotá D.C	11,2
Central	10,3
Pacífica	10,3
Oriental	9,1
Caribe	8,3

Fuente: COLOMBIA. DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADISTICAS. Mercado laboral por regiones. En: Boletín Técnico [En línea]. 2017, noviembre. [Citado el 28 de enero de 2018]. Disponible en: http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech_regiones/bol_regiones_ls_17.pdf

Gráfico 7. Tasa de desempleo por regiones



Fuente: COLOMBIA. DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS. Mercado laboral por regiones. En: Boletín Técnico [En línea]. 2017, noviembre. [Citado el 28 de enero de 2018]. Disponible en: http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech_regiones/bol_regiones_ls_17.pdf

Cuadro 2. Desempleo por regiones.

Región	Descripción
Bogotá D.C	Para el 2017 la tasa global de participación fue de 69,7%, la tasa de ocupación el 61,9% dando así una disminución de 2,1 puntos con respecto al 2016.
Pacífica	Para el 2017 la tasa global de participación fue de 65,5%, la tasa de desempleo 10,1% y la tasa de ocupación fue 58,9%.
Caribe	Para el 2017 presentó una tasa global de participación de 60,3 % y esta se ubicó en
Andina	55,3%, mientras tanto la tasa de desempleo fue del 8,3% dando una disminución de 0,6 puntos respecto al 2016.

Fuente: COLOMBIA. DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS. Mercado laboral por regiones. En: Boletín Técnico [En línea]. 2017, noviembre. [Citado el 29 de enero de 2018]. Disponible en: http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech_regiones/bol_regiones_ls_17.pdf

1.1.3 Factores Sociales. En este factor son todas las variables que se tiene en cuenta, como género, gustos, tendencias demográficas, entre otros, que determinan el entorno que se encuentra la empresa.

En cuanto a tendencias demográficas, Colombia es un país que tiene un número de habitantes significativo, Colombia cerró en el año 2014 con una población de 47.662.000, hombres de 23.535.505 y mujeres 24.255.888, en el año 2015 cerró con una población 48.202.617, en el año 2016 cerró con una población 48.747.632, en el año 2017 cerró con una población 49.291.925, y hasta el 28 de enero de 2018 cerró con una población de 49.834.240, hombres 24.605.796 y mujeres 25.228.444, según el DANE¹⁹.

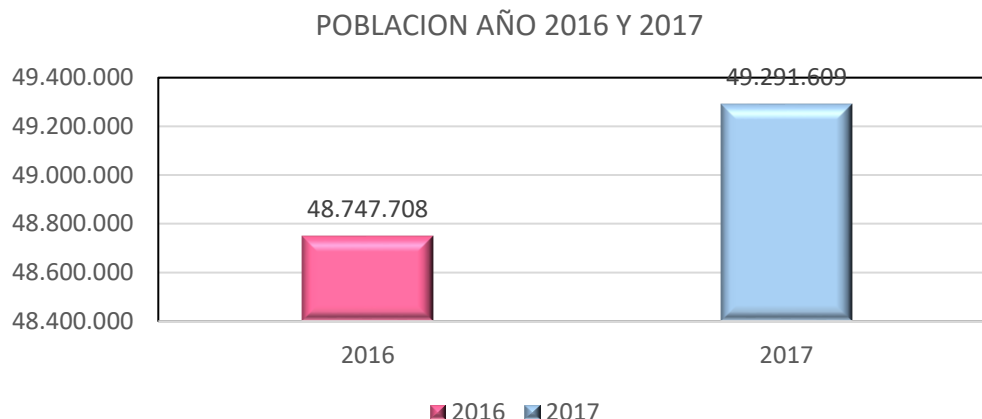
Tabla 11. Población por departamentos 2016-2017

Departamento	2016	2017
Antioquia	6.534.857	6.613.118
Atlántico	2.489.514	2.517.897
Bogotá D.C	7.980.001	8.080.734
Bolívar	2.121.956	2.146.696
Boyacá	1.278.107	1.279.955
Caldas	989.934	991.860
Caquetá	483.846	490.056
Cauca	1.391.836	1.404.205
Cesar	1.041.204	1.053.475
Córdoba	1.736.170	1.762.530
Cundinamarca	2.721.368	2.762.784
Chocó	505.016	510.047
Huila	1.168.869	1.182.944
La Guajira	985.452	1.012.926
Magdalena	1.272.442	1.285.384
Meta	979.710	998.162
Nariño	1.765.906	1.787.545
Norte de Santander	1.367.708	1.379.533
Quindío	566.506	571.733
Risaralda	957.254	962.529
Santander	2.071.016	2.080.938
Sucre	859.913	868.438
Tolima	1.412.220	1.416.124
Valle del Cauca	4.660.741	4.708.262

Fuente: COLOMBIA. DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADISTICAS. Proyecciones de Población [En línea]. Bogotá: DANE, 2017. [Citado el 29 de enero de 2018]. Disponible en: <http://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/proyecciones-de-poblacion>

¹⁹ COLOMBIA. DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADISTICAS. Proyecciones de Población. [En línea]. [Consultado el 29 de enero de 2018]. Disponible en: <http://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/proyecciones-de-poblacion>

Gráfico 8. Población año 2016-2017



Fuente: COLOMBIA. DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADISTICAS. Proyecciones de Población [En línea]. Bogotá: DANE, 2017. [Citado el 29 de enero de 2018]. Disponible en: <http://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/proyecciones-de-poblacion>

En el Gráfico 9., es notorio el aumento sustancial proyectado del 2016 al 2017, haciendo ver que aumenta también la necesidad de bienes y servicios en los diferentes sectores.

Gráfico 9. Nacimientos y defunciones en Colombia 2008-2017



Fuente: COLOMBIA. departamento administrativo nacional de estadísticas. [En línea]. Bogotá: DANE, 2017. [Citado el 29 de enero de 2018]. Disponible en: http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/poblacion/bt_estadisticasvitalas_2016def-2017pre.pdf

Para el 2016 se presentaron 647.521 nacimientos en el total de nacimientos en el total nacional y en el 2017 se reportaron 420.047 con distribución similar de sexos, mientras tanto para el 2016 se reportaron 223.078 defunciones, con un 55,5% de hombres y 44,5% de mujeres, y en el 2017 se acumularon en 132.504 defunciones, según el DANE²⁰.

1.1.4 Factores Tecnológicos. En este factor se tendrán en cuenta el subsector TIC, investigación, desarrollo e innovación, y los entes que lo apoyan.

1.1.4.1 Subsector TIC. En estas hacen parte las tecnologías tradicionales de la comunicación como son la radio, la televisión, telefonía convencional, y todas las tecnologías actuales de la información digitalizada.

las TIC, son las tecnologías de información y la comunicación y lo que busca es la gestión de transformación en la información con ayuda de programas y ordenadores, que ayudan y permiten crear y modificar la información.

El boletín trimestral de las TIC del 2017 arrojó para el tercer trimestre un panorama que se presentó así: los suscriptores a internet fijo y móvil alcanzo una cifra de suscriptores de 16.149.933 dando un aumento de 0,3 puntos con respecto al cuarto trimestre de 2016²¹.

Según la comisión de regulación de comunicaciones anuncio que realizó un estudio del estado y evolución de las TIC mostrando que el sector recibe los mayores ingresos en la telefonía fija y móvil, para el 2017.

Tabla 12. Suscriptores a internet fijo y móvil.

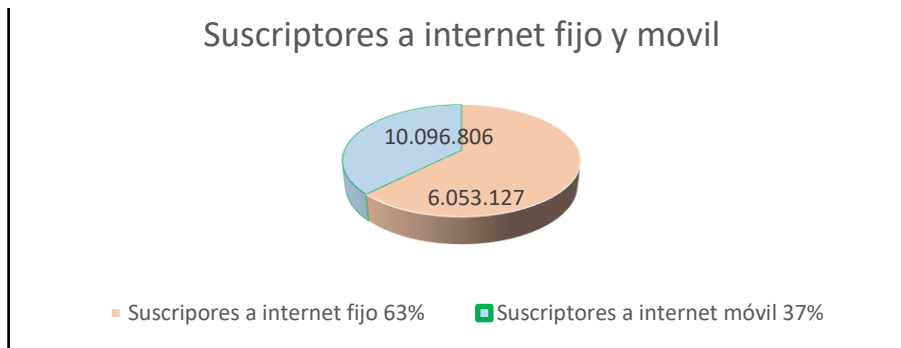
Suscriptores	Suscriptores a internet fijo y móvil
Suscriptores a internet fijo 63%	10.096.806
Suscriptores a internet móvil 37%	6.053.127

Fuente: COLOMBIATIC. Suscriptores a internet fijo y móvil [En línea]. Bogotá: La Entidad, 2018. [Citado el 29 de enero de 2018]. Disponible en: http://colombiatic.mintic.gov.co/602/articles55212_archivo_pdf.pdf

²⁰ COLOMBIA. DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADISTICAS. Estadísticas vitales – EEVV. En: Boletín Técnico [En línea]. Bogotá: DANE, 2017. [Citado el 29 de enero de 2018]. Disponible en: http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/poblacion/bt_estadisticasvital_2016def-2017pre.pdf

²¹ COLOMBIA. DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADISTICAS. Estadísticas vitales – EEVV. En: Boletín Técnico [En línea]. Bogotá: DANE, 2017. [Citado el 28 de enero de 2018]. Disponible en: http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/poblacion/bt_estadisticasvital_2016def-2017pre.pdf

Gráfico 10. Suscriptores a internet fijo y móvil



Fuente: COLOMBIATIC. Suscriptores a internet fijo y móvil [En línea]. Bogotá: La Entidad, 2018. [Citado el 29 de enero de 2018]. Disponible en: http://colombiatic.mintic.gov.co/602/articles55212_archivo_pdf.pdf

1.1.4.2 Investigación y desarrollo. Actualmente en la mayoría de países del mundo se hace totalmente esencial la inversión en ciencia y tecnología convirtiéndolo en un factor clave para el desarrollo y crecimiento del país.

“Los países más desarrollados del mundo realizan las inversiones más grandes en investigación y desarrollo utilizando un promedio del 2.38% del producto interno bruto del país haciendo parte de los países de la OECD, países como Corea del Sur e Israel con inversiones que superan el 4% del PIB, haciendo así que se fortalezca las habilidades de explorar y crear competencia, riqueza y bienestar²²”.

En Colombia se evidenció una inversión para investigación y desarrollo es muy baja con respecto a los países nombrados anteriormente, haciendo una inversión del 0,27% del PIB para el 2016 según el Observatorio Colombiano de Ciencia y Tecnología.

“El Gobierno Nacional también desarrolló un documento Conpes que permite guiar a el país en ciencia, tecnología e innovación, el resultado de este documento tiene como fin ingresar a el país hacer parte de la OCDE, pero lo imposibilita si Colombia sigue realizando sus inversiones en (I+D+i) por el 0,2% del PIB mientras que los países que hacen parte del OCDE realizan inversiones del 2,4 % del PIB²³”.

²²LAS REGALÍAS y la inversión en ciencia y tecnología en Colombia y tecnología en Colombia. En: Portafolio.com [En línea] [Citado el 29 de enero de 2018]. Disponible en: <http://www.portafolio.co/economia/las-regalias-y-la-inversion-en-ciencia-y-tecnologia-en-colombia-506>

²³ BARRIENTOS MARIN, Jorge. El subdesarrollo y la inversión en ciencia, tecnología e Innovación. [En línea]. 2016. [Citado el 29 de enero de 2018]. Disponible en: <http://blogs.portafolio.co/el-irracional-accidental/subdesarrollo-la-inversion-ciencia-tecnologia-e-innovac>

1.1.4.3 Emprendimiento. La integración de apoyo al emprendimiento en Colombia ofrece beneficios socio-económicos tanto para agentes públicos como privados, generando nuevas formas de expresión e innovación social creando nuevos modelos de negocios e integración.

En el país ha sido bastante notorio el crecimiento de nuevas iniciativas de emprendimiento, ya que, en la mayoría de colombianos cada vez es más grande el deseo de ser independientes, esto genera beneficios no solo sociales sino económicos, brindando tasas más bajas de desempleo, y beneficio en cada uno de los sectores.

Cuadro 3. Entidades de apoyo al emprendimiento en Colombia.

Entidades	Características
Fondo Emprender	Este es un fondo de capital semilla creado por el gobierno, que hace parte del Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) que tiene como fin financiar iniciativas empresariales.
Colciencias	Es una entidad del estado que promueve las políticas públicas para fomentar la ciencia, la tecnología y la innovación en Colombia, ofrece convocatorias anuales
Endeavor	Es una red global que apoya y conecta emprendedores para lograr que sus proyectos tengan un nivel máximo de impacto, ofrecen red de mentores y aliados hasta eventos de educación y networking.
Cámaras de comercio	Las cámaras de comercio de cada ciudad tienen programas de apoyo, concursos y convocatorias destinadas al emprendimiento, el comercio y la creación de empresas.

Fuente: BBVA. 25 entidades que te ayudarán en tu carrera de emprendedor en Colombia [En línea], 2015. [Citado el 29 de enero de 2018]. Disponible en: <https://www.bbva.com/es/25-entidades-te-ayudaran-carrera-emprendedor-colombia/>

1.1.5 Factores Ambientales. Este factor permite conocer y establecer las normas, resoluciones, acuerdos y leyes vigentes establecidas por el estado para el cuidado del medio ambiente según Ley 1466 de 2011. Esta ley establece un comparendo ambiental, con el fin de concientizar y generar cultura ciudadana mediante sanciones económicas, el cual consiste en el manejo adecuado de residuos sólidos y escombros²⁴.

²⁴ DIAZGRANA. Sonia. Comparendo ambiental para infractores de aseo, limpieza y recolección de escombros [En línea], 2011. [citado el 29 de enero de 2018]. Disponible en: <http://laud.udistrital.edu.co/noticias/comparendo-ambiental-para-infractores-de-aseo-limpieza-y-recoleccion-de-escombros>

Cuadro 4. Leyes ambientales

NORMA	DESCRIPCIÓN
Ley de 1997	Uso eficiente y ahorro de agua.
Ley 1466 de 2011	Esta ley establece un comparendo ambiental, con el fin de concientizar y generar cultura ciudadana mediante sanciones económicas, el cual consiste en el manejo adecuado de residuos sólidos y escombros
Ley 23 de 1973.	Esta ley consiste en la prevención y control de la contaminación del aire, agua y suelo.
Decreto 2811 de 1974	Uso racional de energía eléctrica
Decreto 976 de 2006	Este decreto es el reglamento de protección y control de la calidad del medio ambiental.

Fuente: NORMATIVIDAD AMBIENTAL y sanitaria [En línea]. [s.p.i.]. [Citado el 29 de enero de 2018]. Disponible en: http://www.upme.gov.co/guia_ambiental/carbon/gestion/politica/normativ/normativ.ht

1.1.6 Factores Legales. Este factor tiene en cuenta los reglamentos y normas que debe seguir en el sector gastronómico para la constitución y funcionamiento adecuado de la organización.

Cuadro 5. Leyes 2017

Decreto	Descripción
Decreto 1879 de 2008	En esta se decreta los requisitos documentales exigibles a los establecimientos de comercio para su apertura y operación.
Ley 232 de 1995	Por medio de esta ley se dictan las normas para el funcionamiento de los establecimientos comerciales.
Ley 962 de 2005	Dictan las normas para el funcionamiento de los establecimientos comerciales.
Decreto 80 de 1963	Decreta en el artículo 1 reglamentando para los restaurantes establecimiento donde se consume comestibles u bebidas alcohólicas, pero no en forma aislada, no se permite baile y solo puede funcionar desde las 7 am hasta las 2 am
ISO 9001	Aplica para los sistemas de producción y de servicios, donde se establecen los requisitos que se deben cumplir para el sistema de gestión de la calidad.
Normas OHSAS 18000	Es el sistema de seguridad y salud de en el trabajo, aplicable con obligatoriedad para cualquier organización.
ISO 22000	Toda organización involucrada en la cadena de suministro de alimentos identifique y gestione de manera eficiente los riesgos pertinentes, y los posibles fracasos a prevenir.

Fuente: LEGISLACION [En línea]. Bogotá: Alcaldía Mayor de Bogotá, 2018. [Citado el 29 de enero de 2018]. Disponible en: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=17004#27>

1.2 DIAGNÓSTICO PESTAL BOYACÁ

Con ayuda del PESTAL se tendrán en cuenta todos los aspectos en el departamento de Boyacá para el análisis adecuado de los aspectos políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambientales y legales, donde se ubicará el proyecto.

1.2.1 Factores Políticos. Se identificarán todos los factores políticos que determinan la industria alimentaria del departamento.

1.2.1.1 Plan de desarrollo Departamental (2016-2019). Esta es una herramienta que promueve el desarrollo y la planeación del territorio, por medio del conjunto de entre administraciones de sectores culturales, económicos, sociales entre otros, con el fin de mejorar la calidad de vida de los habitantes del departamento.

Este plan de desarrollo está enfocado en la reconstrucción y consolidación de talentos, oportunidades y bienestar, Boyacá estará de ahora en adelante en la senda del desarrollo, que piensa en el ser humano, en un desarrollo que entiende sus culturas, que piensa en la necesidad de respetarlas y promoverlas, un desarrollo que vaya de la mano del respeto y el cuidado al medio ambiente y a la naturaleza, es el momento de amar, de creer y volver a sentir el orgullo de lo que significa vivir en tierra de libertad. Unidos por un interés en común, una Boyacá de que lucha por una libertad duradera, una tierra de paz de perdón y de reconciliación, luchando siempre por el derecho a trabajar, estudiar y ser felices²⁵.

1.2.1.2 Modelo de desarrollo. este modelo tiene como característica el enfoque en el talento, bienestar y oportunidades, con respeto por la diversidad y biodiversidad del departamento, con una democracia participativa, resaltando y enfocándose en la innovación, creatividad, tecnología y en la historia para garantizar un futuro en un lugar donde sea satisfactorio vivir y la gente quiera quedarse o regresar²⁶.

²⁵ BOYACA. GOBERNACION. Plan de desarrollo 2016-2019 creemos en Boyacá, tierra de paz y libertad [En línea]. Tunja: La Gobernación, 2016. [Citado el 29 de enero de 2018]. Disponible en: <http://www.boyaca.gov.co/gobernacion/politicas-planes-y-programas/9498-pdd-boyaca-2016-2019>

²⁶ BOYACA. GOBERNACION. Plan de desarrollo 2016-2019 creemos en Boyacá, tierra de paz y libertad: Preliminares [En línea]. Tunja: La Gobernación, 2016. [Citado el 29 de enero de 2018] <http://www.boyaca.gov.co/images/planes/plan-de-desarrollo/pdd2016-0-Preliminares.pdf>

Imagen 2. Modelo de desarrollo.



Fuente: BOYACA. GOBERNACION. Plan de desarrollo [En línea]. Tunja: La Gobernación, 2016. [Citado el 30 de enero de 2018]. Disponible en: <http://www.boyaca.gov.co/images/planes/plan-de-desarrollo/pdd2016-Preliminares.pdf>

1.2.2 Factores Económicos. Boyacá es uno de los departamentos más ricos en diversidad de flora y fauna, sobresale también por su explotación minera y sus atractivos turísticos.

1.2.2.1 (PIB) Departamental- Nacional. En la Tabla 13., muestra el PIB Departamental- Nacional, desde el año 2008.

Tabla 13. PIB Departamental-Nacional

Año	Nacional	Departamental	%
2008	401.744	11.059	2,8
2009	408.379	11.161	2,7
2010	424.599	11.575	2,7
2011	452.578	12.658	2,8
2012	470.880	13.050	2,8
2013	493.831	13.431	2,7
2014	515.489	13.974	2,7
2015	531.233	14.339	2,7

Fuente: CÁMARA DE COMERCIO DE TUNJA. Boyacá en cifras 2015-2016 [En línea]. Tunja: La Entidad, 2017. [Citado el 30 de enero de 2018]. Disponible en: <http://ccomerciotunja.org.co/ccomercio/boyacaencifras/BoyacaEnCifras2015-2016.pdf>

La Tabla 14., refleja los datos de la contribución del departamento de Boyacá en participación del Producto Interno Bruto sobre el agregado nacional, haciendo una participación del (2,7%), en la tabla anterior se puede observar el crecimiento de participación que tuvo el departamento. Teniendo una tasa de crecimiento constante, según las tasas de variación, como se observa en el siguiente Gráfico 11”²⁷.

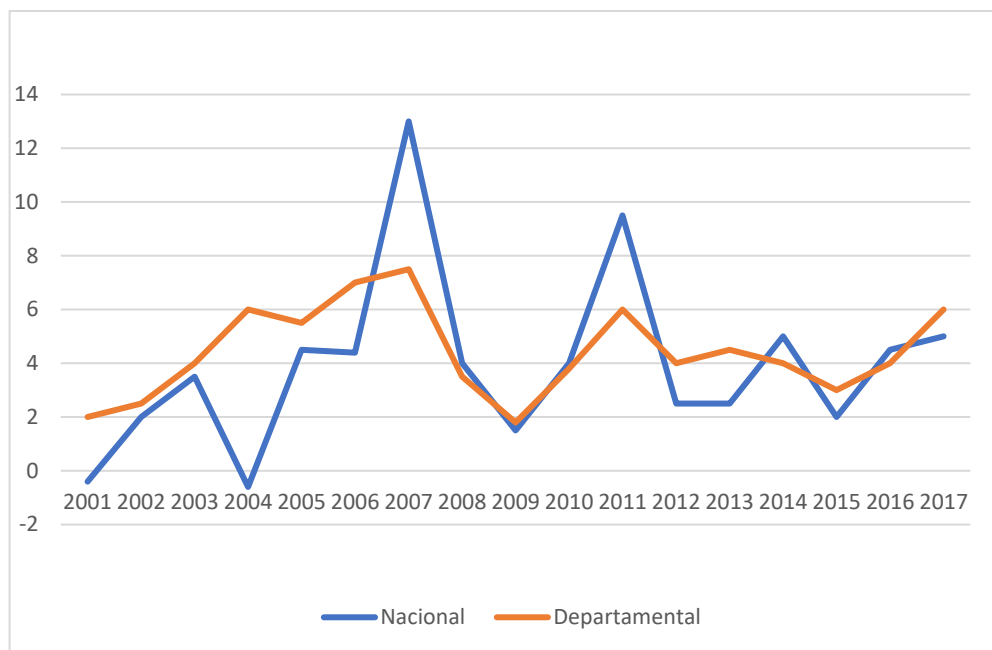
Tabla 14 .PIB Nacional y Departamental 2008-2015.

Año	Nacional	Departamental
2001	-0,4	2
2002	2	2,5
2003	3,5	4
2004	-0,6	6
2005	4,5	5,5
2006	4,4	7
2007	13	7,5
2008	4	3,5
2009	1,5	1,8
2010	4	3,8
2011	9,5	6
2012	2,5	4
2013	2,5	4,5
2014	5	4
2015	2	3
2016	4,5	4
2017	5	6

Fuente: CÁMARA DE COMERCIO DE TUNJA. Boyacá en cifras 2015-2016 [En línea]. Tunja: La Entidad, 2017. [Citado el 30 de enero de 2018]. Disponible en: <http://ccomerciotunja.org.co/ccomercio/boyacaencifras/BoyacaEnCifras2015-2016.pdf>

²⁷ CÁMARA DE COMERCIO DE TUNJA. Boyacá en cifras 2015-2016 [En línea]. Tunja: La Entidad, 2017. [Citado el 30 de enero de 2018]. Disponible en: <http://ccomerciotunja.org.co/ccomercio/boyacaencifras/BoyacaEnCifras2015-2016.pdf>

Gráfico 11. PIB Nacional y Departamental 2001-2017



Fuente: CÁMARA DE COMERCIO DE TUNJA. Boyacá en cifras 2015-2016 [En línea]. Tunja: La Entidad, 2017. [Citado el 30 de enero de 2018]. Disponible en: <http://ccomerciotunja.org.co/ccomercio/boyacaencifras/BoyacaEnCifras2015-2016.pdf>

1.2.2.2 Valor agregado Departamental. Para las principales ciudades del Departamento para el 2014 por cada 100 pesos generados en PIB en Boyacá 13,2 pertenece a la producción generado por el municipio de Puerto Boyacá, 11,3 a Tunja, 10,3 a Sogamoso, 8,1 a Duitama y 2,3 al municipio de Paipa²⁸.

Por otra parte, el presupuesto para proyectos de inversión, el departamento conto con recursos de \$1.397.202 millones, destacando sectores de transporte con un 30%, salud y protección con un 14% e inclusión social un 14%. Mientras tanto para el 2016 el presupuesto de inversión fue de \$1.113.882 millones, haciendo una disminución significativa en el presupuesto²⁹.

²⁸ CÁMARA DE COMERCIO DE TUNJA. Boyacá en cifras 2015-2016 [En línea]. Tunja: La Entidad, 2017. [Citado el 30 de enero de 2018]. Disponible en: <http://ccomerciotunja.org.co/ccomercio/boyacaencifras/BoyacaEnCifras20152016.pdf>

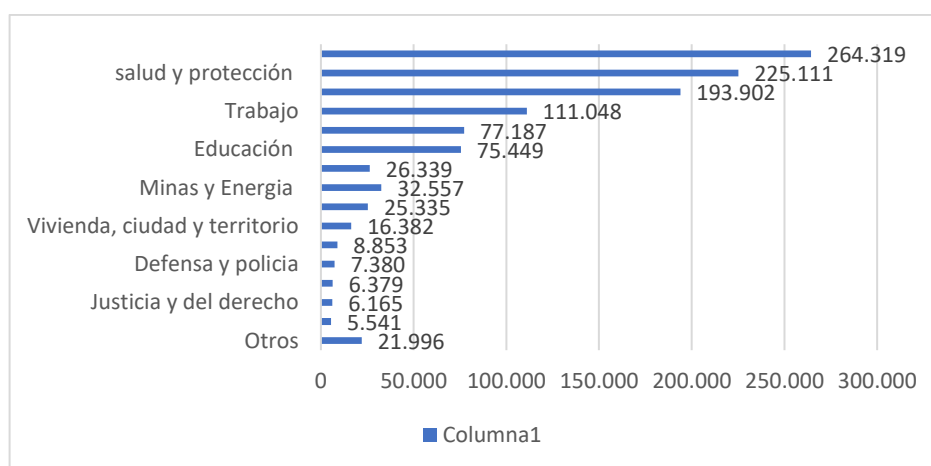
²⁹ Ibíd.

Tabla 15. Distribución de recursos por sector 2016

Recurso	Distribución
Otros	21.996
Deporte y recreación	5.541
Justicia y del derecho	6.165
Ambiente y Desarrollo Sostenible	6.379
Defensa y policía	7.380
Empleo público	8.853
Vivienda, ciudad y territorio	16.382
Comunicaciones	25.335
Minas y Energía	32.557
Hacienda	26.339
Educación	75.449
Agropecuario	77.187
Trabajo	111.048
Inclusión y reconciliación	193.902
salud y protección	225.111
Transporte	264.319

Fuente: CÁMARA DE COMERCIO DE TUNJA. Boyacá en cifras 2015-2016 [En línea]. Tunja: La Entidad, 2017. [Citado el 30 de enero de 2018]. Disponible en: <http://ccomerciotunja.org.co/ccomercio/boyacaencifras/BoyacaEnCifras2015-2016.pdf>

Gráfico 12. Distribución de recursos por sector 2016



Fuente: CÁMARA DE COMERCIO DE TUNJA. Boyacá en cifras 2015-2016 [En línea]. Tunja: La Entidad, 2017. [Citado el 30 de enero de 2018].

Disponible en: <http://ccomerciotunja.org.co/ccomercio/boyacaencifras/BoyacaEnCifras2015-2016.pdf>

Es importante resaltar la distribución en los recursos que tiene Boyacá, permitiendo identificar los sectores que recibe mayor inversión, como lo es transporte, salud y protección, e inclusión y reconciliación, dando así cabida al proyecto, ya que esta enfocado en la salud y el bienestar.

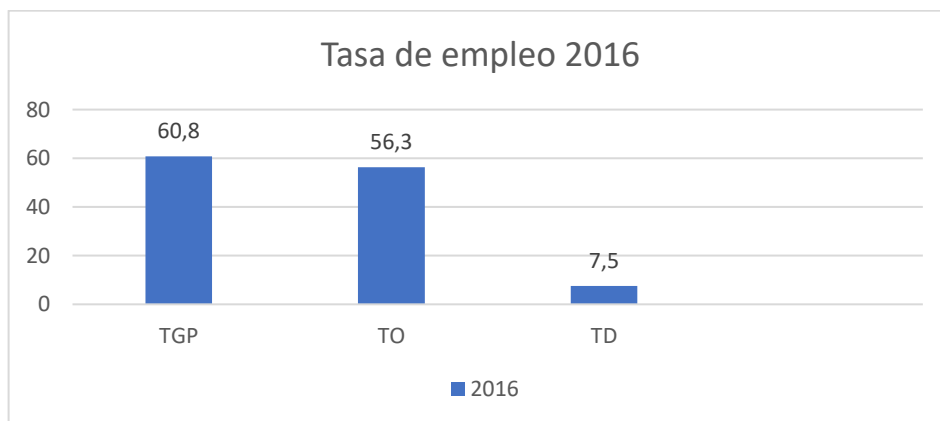
1.2.2.3 Tasa de empleo y desempleo. Según el DANE para el 2015 Boyacá, presento una participación de 63% y una tasa de ocupación de 59,7 y una tasa de desempleo de 6,2% en el 2015³⁰.”

Tabla 16. Tasa de empleo 2016

TE Y D	2016
TGP	60,8
TO	56,3
TD	7,5

Fuente: CÁMARA DE COMERCIO DE TUNJA. Boyacá en cifras 2015-2016 [En línea]. Tunja: La Entidad, 2017. [Citado el 30 de enero de 2018]. Disponible en: <http://ccomerciotunja.org.co/ccomercio/boyacaencifras/BoyacaEnCifras2015-2016.pdf>

Gráfico 13. Tasa de empleo 2016



Fuente: CÁMARA DE COMERCIO DE TUNJA. Boyacá en cifras 2015-2016 [En línea]. Tunja: La Entidad, 2017. [Citado el 30 de enero de 2018]. Disponible en: <http://ccomerciotunja.org.co/ccomercio/boyacaencifras/BoyacaEnCifras2015-2016.pdf>

³⁰ CÁMARA DE COMERCIO DE TUNJA. Boyacá en cifras 2015-2016 [En línea]. Tunja: La Entidad, 2017. [Citado el 30 de enero de 2018]. Disponible en: <http://ccomerciotunja.org.co/ccomercio/boyacaencifras/BoyacaEnCifras2015-2016.pdf>

El decrecimiento hace que sea totalmente atractivo el emprendimiento de nuevos proyectos, para la generación de empleo.

1.2.3 Factores sociales. Este factor permite la observación de los comportamientos, opiniones, intereses de una sociedad permitiendo así la toma de decisiones.

Para el 2016 el crecimiento poblacional del departamento es de 1.278.107 personas de los cuales 637.397 son mujeres y 640.710 hombres, a continuación, en la tabla se muestra por porcentajes las relaciones de 2005 con respecto al 2016 distribuyéndolos en grupos por edades manteniendo los porcentajes en las mismas proporciones³¹.

Tabla 17. Crecimiento Poblacional Boyacá

Grupos poblacionales	2005			2016		
	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total
Primera infancia	51%	49%	100%	51%	49%	100%
Infancia 6-1	51%	49%	100%	51%	49%	100%
Adolescencia 12-17	52%	48%	100%	52%	48%	100%
Juventud 14-28	51%	49%	100%	53%	47%	100%
P.E.A 15-65	50%	50%	100%	50%	50%	100%
Adulto mayor 66+	46%	54%	100%	45%	55%	100%
Total, poblacional.	50%	50%	100%	50%	50%	100%

Fuente: BOYACA. GOBERNACION. Plan de desarrollo 2016-2019 creemos en Boyacá, tierra de paz y libertad: Preliminares [En línea]. Tunja: La Gobernación, 2016. [Citado el 30 de enero de 2018]. Disponible en: <http://www.boyaca.gov.co/images/planes/plan-de-desarrollo/pdd2016-0-Preliminares.pdf>

La distribución es fundamental ya que permite formular políticas de seguridad y asistencia social, así podemos observar que en edades entre 15 y 59 años existe más presencia de población potencialmente activa y entre menores de 15 años y mayores de 59 años es una población potencialmente inactiva, siendo así el 59% para población potencialmente activa, y 41% para población inactiva.

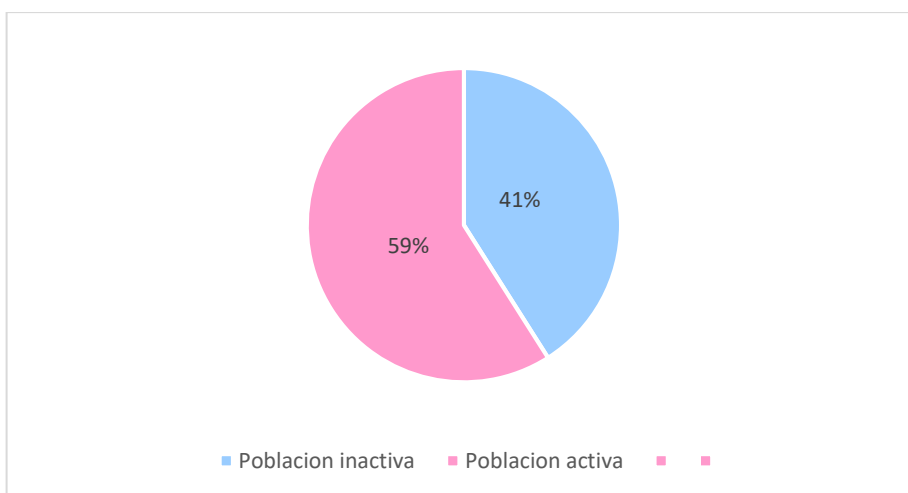
³¹BOYACA. GOBERNACION. Plan de desarrollo 2016-2019 creemos en Boyacá, tierra de paz y libertad: Preliminares [En línea]. Tunja: La Gobernación, 2016. [Citado el 30 de enero de 2018]. Disponible en: <http://www.boyaca.gov.co/images/planes/plan-de-desarrollo/pdd2016-0-Preliminares.pdf>

Tabla 18. Población activa, inactiva 2016

Población	%
Población inactiva	41%
Población activa	59%

Fuente: BOYACA. GOBERNACION. Plan de desarrollo 2016-2019 creemos en Boyacá, tierra de paz y libertad: Preliminares [En línea]. Tunja: La Gobernación, 2016. [Citado el 30 de enero de 2018]. Disponible en: <http://www.boyaca.gov.co/images/planes/plan-de-desarrollo/pdd2016-0-Preliminares.pdf>

Gráfico 14. Población activa, inactiva.



Fuente: BOYACA. GOBERNACION. Plan de desarrollo 2016-2019 creemos en Boyacá, tierra de paz y libertad: Preliminares [En línea]. Tunja: La Gobernación, 2016. [Citado el 30 de enero de 2018] Disponible en: <http://www.boyaca.gov.co/images/planes/pl-an-de-desarrollo/pdd2016-0-Preliminares.pdf>

A pesar que para el 2016 el mayor porcentaje de personas es activa, permite la generación de crecimiento constante y el ingreso de más personas activas.

1.2.4 Factores tecnológicos. Este factor permite el análisis de tecnología, desarrollo e innovación del departamento.

Los grupos de investigación, desarrollo tecnológico e innovación, fueron reconocidos por Colciencias en el año 2015 según el resultado de la convocatoria

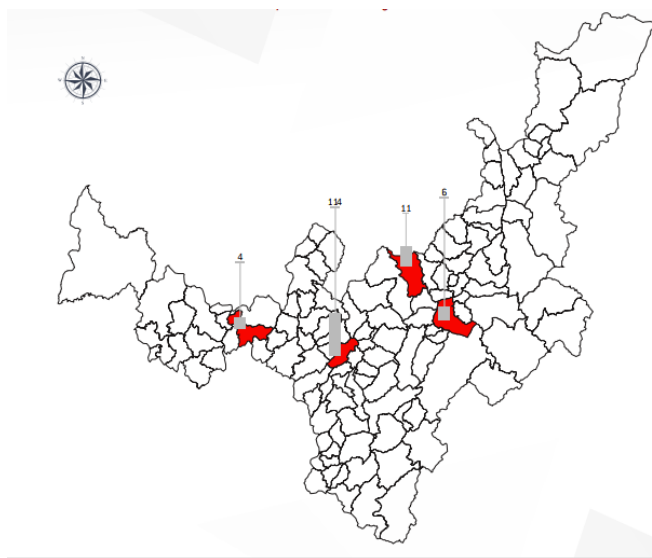
Boyacá participo en 135 grupos reconocidos con 2,91% 132 grupos categorizados pertenecientes al 2,96% de grupo reconocidos a nivel nacional. ^{32.}”

Tabla 19. Cantidad total de grupos de investigación, desarrollo tecnológico e innovación.

Año	Cantidad
2012	164
2013	131
2014	109
2015	135

Fuente: BOYACA. GOBERNACION. Plan de desarrollo 2016-2019 creemos en Boyacá, tierra de paz y libertad: Preliminares [En línea]. Tunja: La Gobernación, 2016. [Citado el 30 de enero de 2018]. Disponible en: <http://www.boyaca.gov.co/images/planes/plan-de-desarrollo/pdd2016-0-Preliminares.pdf>

Imagen 3. Ubicación y grupos de investigación por departamento años 2015



Fuente: BOYACA. GOBERNACION. Plan de desarrollo 2016-2019 creemos en Boyacá, tierra de paz y libertad: Preliminares [En línea]. Tunja: La Gobernación, 2016. [Citado el 30 de enero de 2018]. Disponible En: <http://www.boyaca.gov.co/images/planes/plan-de-desarrollo/pdd2016-0-Preliminares.pdf>

³² BOYACA. GOBERNACION. Plan de desarrollo 2016-2019 creemos en Boyacá, tierra de paz y libertad: Preliminares [En línea]. Tunja: La Gobernación, 2016. [Citado el 30 de enero de 2018]. Disponible en: <http://www.boyaca.gov.co/images/planes/plan-de-desarrollo/pdd2016-0-Preliminares.pdf>

Con estas cifras se siente la ausencia de investigación y la necesidad de dinamizar y ampliar fondos para investigación desarrollo e innovación, actualmente Boyacá está en búsqueda para implementación de procesos que generen impacto en investigación y tecnología.

1.2.5 Factores ambientales. Se hará el respectivo análisis y normatividad ambiental vigente que exige el departamento.

Cuadro 6. Leyes ambientales

Norma	Descripción
Ley 09 de 1979	Código sanitario, tiene como objeto principal la salud y bienestar del ser humano, con la conservación de aguas residuales, residuos sólidos, emisiones atmosféricas, entre otros.
Ley 1010 de 2006	Se adoptan medidas para prevenir, corregir y sancionar el acoso laboral.
Ley 373 de 1997	Establece el programa para el uso eficiente y ahorro del agua.
Ley 99 de 1993	Conservación del medio ambiente y los recursos naturales.

Fuente: LEYES AMBIENTALES [En línea]. Tunja: La Corpoboyaca, 2018. [Citado el 30 de enero de 2018]. Disponible en: <http://www.corpoboyaca.gov.co/normatividad/leyes/Consultado30/01/2018>

1.2.6 Factores legales. A continuación, se nombrarán leyes y normas organizadas por el departamento de Boyacá enfocada en el sector de alimentos.

Cuadro 7. Leyes sector alimentos

Norma	Descripción
Decreto 639 de 2017,	Pago y renovación de la matrícula mercantil
Ley 1780 de 2016	Ley de emprendimiento juvenil
Ley de transparencia	Consiste en el cumplimiento y regulación de todas las leyes que debe cumplir una persona natural.

Fuente: LEYES SECTOR alimentos. [En línea]. Tunja: Cámara de Comercio de Tunja, 2018. [Citado el 30 de enero de 2018]. Disponible en: <http://ccomerciotunja.org.co/new/ley-de-transparencia/>

1.3 DIAGNÓSTICO PESTAL PAIPA

Por medio de este análisis estratégico se permitirá ver todos los factores del entorno de la ciudad de Paipa.

1.3.1 Factores Políticos. Este factor permite evidenciar las políticas vigentes que comprende el entorno en el que se desarrolla el proyecto.

1.3.1.1 Plan de desarrollo “levanta la mano por Paipa 2016-2020”. Este plan está enfocado en el “bienestar para todos” enfocada en pro del desarrollo humano, buscando una orientación clara y precisa hacia la consolidación de entornos saludables para las familias y cada uno de los miembros de esta, atención en generación infancia y adolescencia, ya que representan la esperanza y garantía de dinámicas sociales, que activen el desarrollo integral de las familias y el ser humano.³³

Va en busca de una toma de conciencia ecológica que mitigue el impacto ambiental, tomando responsabilidad en términos de recuperación de las riquezas de recursos naturales con las que cuenta el municipio. Por medio y en busca de un desarrollo integral y sostenible, se enfocará en la búsqueda de convertir el capital humano, natural y la infraestructura con el fin de generar escenarios productivos para lograr hacer parte de la competitividad e integración regional, por otra parte, se hará el respectivo reconocimiento de falencias en la capacidad institucional, teniendo como fin una gestión pública transparente, con la destinación responsable de recursos públicos.³⁴

1.3.1.2 Principios orientadores. Con ayuda de estos principios de buscará que la comunidad paipana se encamine a una “construcción colectiva de bienestar para todos”.

³³ “Preliminares”. [En línea] [30 de enero de 2018]. Disponible en: <http://www.boyaca.gov.co/images/planes/plan-de-desarrollo/pdd2016-0-Preliminares.pdf>

³⁴ Ibíd.

Cuadro 8. Principios Orientadores Paipa- Boyacá

Principios	Descripción
Ciudades saludables	Este es un modelo de la organización mundial de salud, hace referentes las políticas de salud pública, enfocado en esfuerzos sociales en busca siempre el mejoramiento de la misma.
Turismo de bienestar	Se enfoca en el turismo de la mano de la salud y el bienestar, esto permitirá el desarrollo económico y el impulso del sector.
Medio ambiente y desarrollo sustentable	Con el deterioro del medio ambiente, pone en riesgo la viabilidad del desarrollo en largo plazo y la vida del planeta.
Gestión orientada a resultados	La administración actual reconoce la necesidad de consolidar una credibilidad frente a la gestión pública, garantiza la asignación de recurso del presupuesto de inversión en pro del cumplimiento de objetivos.
Atención en el hogar y en el ciudadano	Consiste en la mejora de condiciones, calidad de vida y oportunidades para las familias y su entorno.
Integración, competitividad regional y turismo	Dado que Paipa cuenta con atributos de riqueza histórica turística y biodiversidad.
Cierre de brechas	Se enfoca en los esfuerzos y reducción de la pobreza, generando oportunidades de inclusión que contribuya el cierre de brechas poblacionales y sociales.
Capacidad para el postconflicto	Se reconoce la necesidad de aportar a la consolidación del proceso de paz con la formulación de implementación de estrategias de desarrollo que garanticen los derechos de la población víctima.

Fuente: PAIPA. ALCALDIA MUNICIPAL. Principios orientadores [En línea]. Paipa: La Alcaldía, 2018. [Citado el 10 de enero de 2018]. Disponible en: <http://www.paipaboyaca.gov.co/NuestraAlcaldia/Dependencias/Paginas/Departamento-Administrativo-Planeacion.aspx>.

Imagen 4. Principios Orientadores



Fuente: PAIPA. ALCALDIA MUNICIPAL. Principios orientadores [En línea]. Paipa: La Alcaldía, 2018. [Citado el 10 de enero de 2018]. Disponible en: <http://www.paipaboyaca.gov.co/NuestraAlcaldia/Dependencias/Paginas/Departamento-Administrativo-Planeacion.aspx>. Consultado 10/01/2018.

1.3.2 Factores económicos. Este análisis permite la evaluación de agentes económicos que afectan el municipio y el proyecto.

En la tabla de distribución del valor agregado departamental y grado de importancia económica municipal, refleja la distribución del PIB departamental por municipio y el peso relativo municipal dándole así el grado de importancia económica que genera cada municipio. En esta distribución Paipa en el 2015 en peso relativo municipal en el PIB departamental aportando el 2,3 dejándolo en el grado de importancia económica de 3, dejándolo relativamente en un nivel bajo con respecto a las principales ciudades del departamento³⁵.

En cuanto a la estructura regional, en el sector primario participa en la agricultura, ganadería y minería, sobresale en la agricultura por el cultivo de avena, cebada, maíz, trigo, papa y legumbres. En la ganadería la leche y la carne, por otra parte, sobresale la minería artesanal de carbón, arena y mineral de piedra, en el sector secundario participa el turismo, siendo la actividad principal económica que tiene el municipio, destacado por ser de las mayores fuentes de empleo; sin ser menos importante, el transporte hace una participación, ya que es el medio de conexión entre el turista y los atractivos. El desarrollo comercial se basa en los bienes de primera necesidad, y su comercio se mueve por parte de las artesanías y productos derivados de la leche, y masijos. ³⁶.

1.3.3 Factores sociales. Con este factor se buscará analizar las variables del entorno en que se mueve el proyecto.

1.3.3.1 Tendencia demográfica. Paipa en el año 2015 Paipa presentó un total de 27.274 habitantes, las cuales el 50% viven en la zona rural y el otro 50% en zona urbana, el 35,72% de la población son menores de 14 años, el 43,01% son personas entre los 15 y los 44 años, el 11,53% son adultos entre los 45 y 59 años y el 9% restante son adultos mayores de 60 años³⁷.

Para el año 2016 la población del municipio según área de residencia se distribuye en un 37,9 % (11.749 habitantes) en el área rural 62,1% y (19.272 habitantes) en el área urbana. Lo la información anterior podemos evidenciar el porcentaje mayor se encuentra en la zona urbana.³⁸.

³⁵ CÁMARA DE COMERCIO DE TUNJA. Boyacá en cifras [En línea] [Citado el 10 de enero de 2018]. Disponible en: <http://ccomerciotunja.org.co/ccomercio/boyacaencifras/BoyacaEnCifras2015-2016.pdf> (Consultado 30/01/2018)

³⁶ PAIPA. ALCALDIA MUNICIPAL. Alcaldía de Paipa: presentación [En línea]. Paipa: La Alcaldía, 2018. [Citado el 30 de enero de 2018]. Disponible en: <http://www.paipa-boyaca.gov.co/MiMunicipio/Paginas/Presentacion.aspx>

³⁷ Ibíd.

³⁸PAIPA. ALCALDIA MUNICIPAL. Alcaldía de Paipa: presentación [En línea]. Paipa: La Alcaldía, 2018. [Citado el 30 de enero de 2018]. Disponible en: <http://www.paipa-boyaca.gov.co/MiMunicipio/Paginas/Presentacion.aspx>

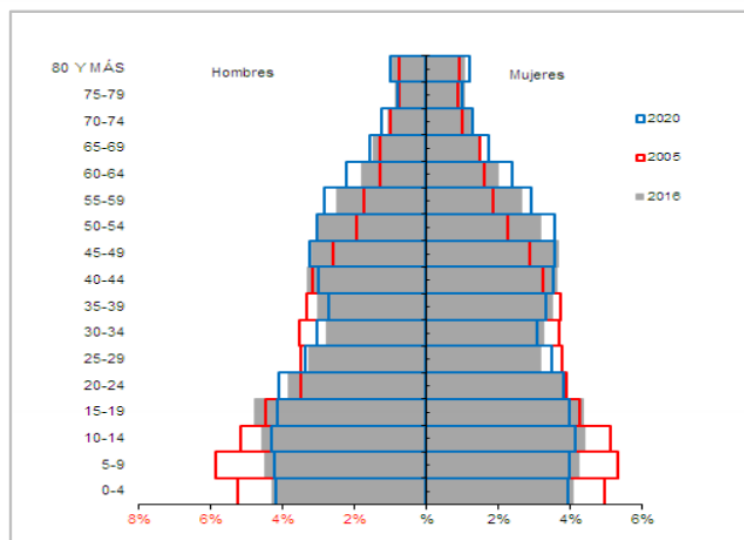
Tabla 20. Población por área de residencia

Municipio	Población	Porcentaje	Población	Porcentaje	Población total	Grado de urbanización.
Paipa	19272	62,1%	111749	27,9%	31021	62,1%

Fuente: BOYACÁ. GOBERNACION. Análisis de situación de salud con el modelo de los determinantes sociales de Salud, Paipa, Boyacá 2016 [En línea]. Paipa: La Entidad, 2016. [Citado el 31 de enero de 2018]. Disponible en: <https://www.boyaca.gov.co/SecSalud/images/Documentos/asis2016/asis-municipal-2016-paipa.pdf>

Paipa en la pirámide poblacional estacionaria moderna, la cual se caracteriza por el descenso de natalidad y aumento de grupos intermedios, se construye teniendo en cuenta variables de edad y sexo en la población en los periodos 2005, 2016 y proyección del 2020. En el año 2016 Paipa presentó la población por sexo del 49% correspondiente a 15.209 a hombres, y el 50,9% a mujeres.³⁹

Imagen 5. Pirámide poblacional



Fuente: BOYACÁ. GOBERNACION. Análisis de situación de salud con el modelo de los determinantes sociales de Salud, Paipa, [En línea], 2016. [Citado el 31 de enero de 2018]. Disponible en: <https://www.boyaca.gov.co/SecSalud/images/Documentos/asis2016/asis-municipal-2016-paipa.pdf>

³⁹ PAIPA. ALCALDIA MUNICIPAL. Alcaldía de Paipa: presentación [En línea]. Paipa: La Alcaldía, 2018. [Citado el 30 de enero de 2018]. Disponible en: <http://www.paipa-boyaca.gov.co/MiMunicipio/Paginas/Presentacion.aspx>

1.3.3.2 Tasa de natalidad, mortalidad y crecimiento natural. La tasa de natalidad para el año 2014 presento 15,27 nacimientos por cada 1000 habitantes la tendencia de este indicador durante los años estudiados ha mostrado aumento en los últimos años, mientras tanto la tasa de mortalidad para este mismo año fue de 4,96 muertes por cada 1000 habitantes presentando una estabilidad en el comportamiento para los siguientes años, por último la tasa de crecimiento natural diferencia los nacimientos y las defunciones mostrando un porcentaje de población que crece y decrece presentando así 10,31 para el 2014 presentando aumento para los últimos años. Al ver los datos de las tasas de natalidad y mortalidad podemos observar el crecimiento positivo en la población y el comportamiento estable para los próximos años.

1.3.4 Factores Tecnológicos. Hoy en día las tecnologías de la información y la comunicación son la clave principal para el desarrollo de una población.

Paipa actualmente cuenta con un importante avance tecnológico de sostenimiento eléctrico como lo es la termopaipa, siendo una de las primeras plantas, que garantiza el suministro propio de energía con capacidad de 22WW, la cual funciona a partir de liberación de energía por medio de calor, siendo su combustible el carbón, el cual Paipa cuenta con una zona de alta generación de este mineral, potencializando aún más y convirtiéndolo en un municipio autosostenible eléctricamente.

Actualmente la alcaldía está enfocado en convertir a Paipa en un municipio altamente competitivo, teniendo en cuenta que para el desarrollo de este y el mejoramiento del sector productivo y económico, existen varios proyectos en los cuales se enfocan en el uso y aplicación de las TIC, como lo son iniciativas empresariales que reciban acompañamiento, asesoría y capacitación con apoyo en la transformación de los bienes y servicios, generando valor agregado, acceso a mercados y sostenibilidad en las líneas de fortalecimiento empresarial.⁴⁰

1.3.5 Factores ambientales. Enfocar las normas y licencias vigentes de la ciudad de Paipa, para establecer la regulación del cuidado con el medio ambiente teniendo en cuenta el consumo de energía, el reciclaje de residuos, entre otros.

Paipa “levanta la mano por un medio ambiente sano y sostenible” tiene como objetivo mitigar los riesgos e impactos socio económicos a la variabilidad y los fenómenos atmosféricos por medio de planes de contingencia para enfrentarse a los distintos fenómenos, buscar concientizar y capacitar a la población Paipana en todos los temas que incluyen la responsabilidad ambiental, desde el ahorro y buen manejo del agua hasta buenas prácticas ambientales. Implementación de energía alternativa, ejercer un fortalecimiento y producción sostenible y uso de suelo con

⁴⁰ PAIPA. ALCALDIA MUNICIPAL. Alcaldía de Paipa: presentación, [Citado el 31 de enero de 2018]., disponible en: <http://www.paipa-boyaca.gov.co/MiMunicipio/Paginas/Presentacion.aspx>

vocación agrícola, ofreciéndole así al municipio y sus habitantes los recursos para una consciencia integral y llevando a Paipa a ser un municipio competitivo⁴¹.

1.3.6 Factores legales. Este análisis permite tener en cuenta las normas y licencias dispuestas por la administración del municipio.

El acuerdo No. 004 de 2017 “Por medio del cual se expide el estatuto de rentas y tributario para el municipio de Paipa Boyacá” todas las actividades de servicios, dedicado a satisfacer necesidades de la comunidad, ejecutado por una persona natural o jurídica, por sociedad de hecho o cualquier otro sujeto pasivo, que genere una contraprestación de dinero o en especie y que se concrete en la obligación de hacer de hacer mediante la realización de una o varias actividades, expendio de bebidas y comidas, servicio de restaurantes, cafés, hoteles, entre otros deben cumplir con todas las normas vigentes y expedidas por las cortes, de pagos de impuestos y deben tener en cuenta los siguientes artículos: Artículo 47 “Bases gravables especiales para algunos contribuyentes”, artículo 53 Definición del régimen simplificado⁴²”.

Teniendo en cuenta el acuerdo anterior permitirá tener el análisis adecuado para la proyección que tome el proyecto.

1.4 SUBSECTOR RESTAURANTES

Se desarrollará un análisis del subsector restaurantes, empezando con una descripción de “restaurante”, realizando un seguimiento al crecimiento y desarrollo en el sector, teniendo en cuenta clasificaciones existentes, en el mundo y la cantidad de establecimientos que hay actualmente en Colombia y Paipa, evidenciando la comida que predomina y se finalizara con los restaurantes que tengan inclusión en técnicas tailandesa y japonesa que se enfocan en el bienestar y la salud.

1.4.1 Descripción Restaurante. Es un espacio público ya que cualquier persona puede acceder a él, sin embargo, no es una entidad de bien público ya que el servicio de alimentación se otorga a cambio de un pago⁴³”.

También se trata del comercio que define diversas comidas y bebidas para el consumo en un establecimiento, el cual debe ser pagado, en la actualidad existe una gran cantidad de restaurantes diferentes, que ofrecen distintos servicios y especialidades, hoy en día la lista de tipo de restaurantes es muy amplia, destacado

⁴¹ PAIPA. ALCALDIA MUNICIPAL. Alcaldía de Paipa: presentación, [Citado el 31 de enero de 2018]., disponible en: <http://www.paipa-boyaca.gov.co/MiMunicipio/Paginas/Presentacion.aspx>

⁴²PAIPA. CONCEJO MUNICIPAL. Acuerdo N° 004 [En línea].Paipa: El Concejo, 2017. [Citado el 30 de enero de 2018]. Disponible en: <http://www.paipa-boyaca.gov.co/Transparencia/Normatividad/Acuerdo%20N%C2%B0%20004.pdf>

⁴³ DEFINICIÓN ABC. Definición de restaurante [En línea], 2018. [Citado el 5 de febrero de 2018]. Disponible en: <https://www.definicionabc.com/social/restaurante.php>

por tipos y clasificaciones, según la comida que se sirve, como carnes, aves pescados, los vegetarianos y macrobióticos. Y en cuanto a servicios se encuentran los restaurantes a la carta, restaurantes de menú y autoservicio, haciendo parte las comidas elaboradas⁴⁴.

Por otra parte, siendo las comidas elaboradas parte de la gastronomía, se habla de gastronomía como aplicación de diferentes técnicas, ingredientes o recetas para poder elaborar una amplia y diferente clase de platos, teniendo en cuenta la selección de ingredientes, desde la influencia de una cultura y tradición hasta la innovación y la prohibición de algunos productos.⁴⁵

1.4.2 Sector restaurantes Colombia. El primer restaurante en Colombia nace hace 200 años, en la ciudad de Bogotá llamado La puerta falsa el cual recibió una acogida muy grande, teniendo un gran éxito hasta la actualidad, siendo uno de los restaurantes más tradicionales Bogotanos, acogidos a las recetas de sus tamales, changua chocolate santafereño⁴⁶.

Llegan a Colombia franquicias como Mc Donal`s que abren y aportan el crecimiento del mercado, enfocado hacia el mercado infantil, haciendo así que el crecimiento de ventas por consumo fuera del hogar aumentara hasta un 151,89%. Mientras tanto para el año 2014 la gastronomía de Colombia, contó con 90.000 establecimientos legales con diferentes clases de comidas, conformados por franquicias y microempresas que registraron las ventas por alrededor de 30,7 billones de pesos.

En los inicios de año del 2017 no se presentaron las mejores cifras, pero en el recorrido del año se presentó un incremento del 1,8 por ciento, con respecto al 2016, según el presidente de la junta directiva de la Asociación Colombiana de la Industria Gastronómica (Asodrés) ya que en los primeros meses no creció y muchos establecimientos tuvieron que cerrar, según el informe más reciente del DANE sobre el comportamiento del sector, rebeló la caída del 0,5 por ciento en el primer trimestre del sector del comercio⁴⁷.

1.4.3 Sector restaurantes Paipa. Cuenta con varios establecimientos los cuales están en su mayoría en categoría de restaurantes de segunda clase hacia abajo, donde se enfoca en el tradicionalismo, platos típicos de la región y asaderos, y a

⁴⁴ DEFINICION DE. Definición de restaurante [En línea]. [s.l.: s.n.], 2018. [Citado el 5 de febrero de 2018]. Disponible en: <https://definicion.de/restaurante/>

⁴⁵ *Ibíd.*

⁴⁶ GÓMEZ CARVAJAL, Natalia. Restaurante la Puerta falsa Cumplirá dos siglos este año. En: El Tiempo.com [En línea]. 2016, Enero [Citado el 5 de febrero de 2018]. Disponible en: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-16483940>

⁴⁷ LOS RESTAURANTES esperan crecer 1,8 por ciento este año. En: El Tiempo.com [En línea]. 2017, Julio [Citado el 05 de febrero de 2018]. Disponible en: <http://www.eltiempo.com/economia/sectores/restaurantes-esperan-crecer-en-ventas-en-2017-112098>

pesar de que es un municipio que, por su rotación alta de personas gracias a su turismo, tiene muy apartado los tipos de restaurantes temáticos, étnicos y de lujo precisamente por su tipo de demanda a la está expuesto.

Actualmente la población paipana se ha abierto a más posibilidades, permitiendo la entrada de restaurantes con nuevas clases de comida, como italiana, peruana, china, ya que han se han logrado mantener y sobresalir como un buen lugar a visitar, a pesar de esto ninguno está enfocado en el bienestar y la salud. Siendo el enfoque principal de en plan de desarrollo de la alcaldía actual, el turismo saludable al que hace parte el municipio⁴⁸.

La mayoría de los restaurantes más antiguos de Paipa, son restaurantes tradicionales, los cuales están enfocados en brindar una gastronomía típica de la región, Entre estos se encuentra el pobre Antonio con más de 10 años de experiencia, por otra parte dentro del tradicionalismo cabe resaltar los asaderos de carne a la brasa, donde se resaltan los restaurantes, los tizones, Trancas de mi corral, Leña verde tropical y el establo, los cuales abarcan una gran parte del sector de restaurantes en Paipa.

Según la clasificación de restaurantes de Colombia, en Paipa la cobertura más grande la tienen restaurantes de primera clase, en los que se encuentran restaurante como: Chez santos, Club náutico, La estación, Los Jarillones, La fragata, Las Rokas y los restaurantes de hoteles como Convenciones y Sochagotá, los cuales pertenecen a dos clasificaciones ya que son hoteles cinco estrellas, caracterizados por ser estilo Buffet, pero donde también se encuentran comida a la carta con variedad de preparaciones y estilos de cocina.

El sector de restaurantes en Colombia ha tenido un aumento significativo en los últimos años, sobre todo porque se ha visto impactado por la tendencia de crear empresa de consumo e innovación, y las diferentes especialidades gastronómicas que existen. Para el año 2017 el PIB de la rama de comercio, reparación y hoteles, tuvo un crecimiento de 0,3% con respecto al 2016, explicado por un crecimiento de valor agregado en Hoteles, restaurantes y bares que aumentó un 2,2%⁴⁹.

Por otra parte, el índice de precios al consumidor (IPC) correspondiente al boletín técnico que emitió el Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE) para el mes de febrero de 2018, afirma que, en los últimos 12 meses corridos seis grupos se ubican por encima del promedio nacional: Educación (6,45%), Diversión (5,98%), Salud (5,93%), Transporte (4,92%), Otros gastos (4,11%) y Vivienda (4,04%). De esta manera, estos seis grupos aportaron 2,93 puntos de los 3,37 de la

⁴⁸ PAIPA. ALCALDIA MUNICIPAL. Alcaldía de Paipa: presentación, [Citado el 5 de febrero de 2018]. disponible en: <http://www.paipa-boyaca.gov.co/MiMunicipio/Paginas/Presentacion.aspx>

⁴⁹ DANE, Comunicado de prensa [En línea] [Citado el 19 de febrero de 2018]. Disponible en: http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/bol_PIB_IVtrim17_oferta.pdf

variación total que ha tenido el IPC en los últimos doce meses, haciendo así que el proyecto del restaurante de crepes y helados con técnicas tailandesa y japonesa en la ciudad de Paipa, Boyacá es recomendable desarrollar el proyecto.

Por último, están los restaurantes de comidas rápidas y temáticos, los cuales se encuentran, Rubencho, Chill out, Wings, Rugantino, La postreria, Rancho dulce La cascada del sushi, La dulce nona, es importante tener en cuenta restaurantes pequeños he informales de pizza y comida rápida los cuales abarcan parte de la demanda de estos.

1.4.4 Restaurantes Saludables. Hoy en día las personas están en busca de la salud y el bienestar, siendo una tendencia, donde montar un restaurante más “Green “está siendo una necesidad de buscar, menos cantidad de azúcar refinada, más productos naturales, sin aditivos o pocos procesados, productos frescos y de proximidad, menos proteína animal y más vegetal, preferencia por establecimientos ecológicos⁵⁰”.

A la hora de crear un restaurante todo se mueve alrededor de los intereses de la gente, y hoy en día está cambiando su forma de relacionarse con los alimentos, ya que los medios de comunicación están influyendo notablemente en los hábitos de comidas y bebidas, haciendo que sea una de las principales opciones en restaurantes estén enfocados a la salud y bienestar⁵¹”.

Con la información anterior nos permite identificar el gran potencial que tiene la ciudad de Paipa, para recibir el proyecto de un restaurante de crepes y helados con técnicas tailandesa y japonesa, por su alta población flotante, su alto potencial gastronómico, y la escases de restaurantes enfocados en la salud y el bienestar. Permitiendo impactar al proyecto de manera positiva, por el consumismo con el actualmente se mueve la población en Colombia, Boyacá y Paipa.

1.5 ANÁLISIS “DOFA”

Esta herramienta permite relacionar los factores internos y externos con el propósito de generar estrategias alternativas, existen cuatro tipos de estrategias FO, DO, DA, DA. Las letras (D) representa debilidades, (O) oportunidades, (F) fortalezas y (A) amenazas. Las estrategias FO se basan en las fortalezas internas con el fin de aprovechar las oportunidades externas, por otra parte, DA permite identificar las

⁵⁰ MONTAR UN restaurant saludable: tendencia 2016 [En línea]. [s.l.: s.n.], 2016. [Citado el 5 de febrero de 2018]. Disponible en: <https://www.theforkmanager.com/es/blog/montar-restaurante-saludable/>

⁵¹ Ibíd.

debilidades y amenazas a las que se enfrenta la organización⁵²". En el Cuadro 9, muestra la relación de estos, para la implementación del proyecto.

⁵² CAMPOS, Ana; MARQUEZ, Yolimar y MORENO, Mónica. Matriz DOFA [En línea]. [s.l.]: La autora, [s.f.]. [Citado el 5 de febrero de 2018]. Disponible en: <http://dofamatriz.blogspot.com.co/2009/06/matriz-dofa.html>

Cuadro 9. Matriz DOFA

	Fortalezas	Debilidades
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Producto nuevo e innovador para el departamento. 2. Enfoque en salud y bienestar. 3. Calidad y buenos precios. 4. Ubicación geográfica estratégica, para locales y turistas. 5. Ambiente agradable y acogedor. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ser nuevo en el mercado. 2. Restaurantes que tienen alta rotación en personas. 3. Presupuesto limitado. 4. Dificultad en llegar a personas tradicionalistas.
Oportunidades	ESTRATEGIA FO	ESTRATEGIA DO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Crecimiento poblacional flotante. 2. Creciente consumo de restaurantes innovadores. 3. Ampliar cobertura en el departamento. 4. Acuerdos vigentes en Colombia que atraen nuevas tecnologías, aumentando la posibilidad de adquisición 5. Gran tendencia de comida saludable. 6. Aumento de población flotante 7. Reconocimiento de variedad de gastronomía en Paipa 	<p>(F1-O1) Por medio de calidad en el servicio y en producto, buscar fidelización en los clientes.</p> <p>(F4-O3) Por medio de publicidad, voz a voz y redes sociales, lograr el conocimiento en el entorno del municipio.</p> <p>(F1-O2) Ampliar investigación para ofrecer más opciones saludables y apetitosas a los clientes, y ampliar la demanda.</p>	<p>(D4-O2) por medio de una herramienta de promoción y de enfoque en el bienestar y la salud, llamar la atención de los clientes tradicionalistas, abriendo la mentalidad y teniendo mayor acogimiento.</p> <p>(D1-O3) hacer un estudio constante del acogimiento del restaurante, con el fin de que en un futuro se puedan abrir mas puntos en otras partes del departamento.</p> <p>(D3-O1) con la creación de con una herramienta adecuada financiera, realizar desde la apertura del restaurante una distribución adecuada de las utilidades para el funcionamiento adecuado de este.</p>
Amenazas	ESTRATEGIA FA	ESTRATEGIA DA
<ol style="list-style-type: none"> 1. Baja experiencia en el mercado. 2. Existencia de sustitutos en el mercado. 3. No renueven el contrato de arrendamiento. 4. Existencia amplia de restaurantes en Paipa 5. Incremento de impuestos 6. Rechazo de comida saludable 	<p>(F1-A2) Proporcionar mediante un estudio de tiempos, una rotación más rápida, con el fin de despachar más eficientemente los pedidos, con el fin de ser la primera opción.</p> <p>(F4-A3) Después de un estudio de utilidades, y por medio de algún tipo de financiación lograr la compra de un local propio.</p> <p>(F5-A1) hacer un enfoque en la música y la decoración del lugar buscando un ambiente rustico moderno, de la mano de estrategias en ventas y satisfacción al cliente, con el fin de conocer las preferencias del mercado.</p>	<p>(D1-A2) trabajar en las estrategias de promoción como publicidad, promoción de ventas, relaciones.</p> <p>(D1-A1) por medio de adecuadas estrategias de servicio como calidad en el servicio, empleados productivos y satisfechos, clientes leales y satisfechos, y empleados satisfechos y productivos, ampliar el conocimiento en el mercado.</p>

2. ESTUDIO DE MERCADO

En este Capítulo se realizará el análisis del mercado con el fin de establecer la viabilidad del proyecto, teniendo en cuenta un horizonte sobre los posibles clientes externos e internos del restaurante de crepes y helados, observando el comportamiento de la demanda, permitiendo así las proyecciones de la misma y ver como se comportaría la oferta y la competencia. Por medio de herramientas de investigación de mercado y segmentación de mercado, se identificará el comportamiento de la oferta y la demanda.

2.1 CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR

Se convierte totalmente necesario en este estudio, analizar el estado actual en el que se rodea el proyecto; evaluando las características del sector de restaurantes, todos los factores generales, macro económicos y micro económicos los cuales permiten tener en cuenta cada una de las variables que afectan directamente el proyecto como el IPC, PIB, empleo, materias primas, mano de obra entre otros, enfocado en el municipio de Paipa.

2.1.1 Variables macro económicas. Estas variables permiten evaluar el estado en el que se encuentra la economía de un país o grupo de países⁵³, se tendrán en cuenta en el proyecto para hacer el respectivo análisis de cómo se encuentra el sector de restaurantes como ya se analizó en el capítulo anterior, pero que se generalizarán en este. En la Tabla 21, se muestra la variación de doce meses según el grupo de gasto de 2017 a 2018.

⁵³ LAS VARIABLES macroeconómicas [En línea]. [s.p.i.]. [Citado el 19 de febrero de 2018]. Disponible en: <https://www.economiasimple.net/las-variables-macroeconomicas.html>

Tabla 21. Variación doce meses febrero (2017-2018), según grupos de gasto

Grupos de gasto	Peso %	Variación % 2017	Variación % 2018	Contrib, Puntos % 2018	Diferencia puntos % 2018
Educación	5,73	7,52	6,45	0,43	- 1,07
Diversión	3,10	1,98	5,98	0,16	4,00
Salud	2,43	7,83	5,93	0,16	- 1,90
Transporte	15,19	4,26	4,92	0,69	0,66
Otros Gastos	6,35	7,80	4,11	0,26	- 3,69
Vivienda	30,10	4,55	4,04	1,23	- 0,51
Comunicaciones	3,72	7,80	3,35	0,12	- 4,45
Vestuario	5,16	3,66	1,39	0,06	- 2,27
Alimentos	28,21	5,21	0,94	0,28	- 4,27
Total	100,00	5,18	3,37	3,37	- 1,81

Fuente: COLOMBIA. DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADISTICAS. Índice de Precios al Consumidor En: Boletín Técnico [En línea]. 2018. Febrero [Citado el 20 de febrero de 2018]. Disponible en:
http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ipc/bol_ipc_feb18.pdf

Únicamente tres grupos se ubican por debajo del promedio nacional, es decir que las comunicaciones, el vestuario y los alimentos, en los últimos doce meses han tenido una variación de precios inferior (porcentualmente hablando) que los demás grupos.

De igual manera, se destaca que, de los nueve grupos analizados, únicamente dos de ellos en estos últimos doce meses ha incrementado sus precios al consumidor respecto al periodo anterior: diversión (aumentando 4,00%) y transporte (aumentando 0,66%). Todos los otros grupos han aumentado sus precios a tasas inferiores a las del año pasado. Generando que los niveles de inflación se encuentren cercanas a la meta establecida por el Banco de la república del 3%⁵⁴.

Por otro lado, de acuerdo con el boletín técnico sobre el empleo emitido por el DANE, las actividades que más aporta en la generación de empleo es el comercio, hoteles y restaurantes, los cuales aportan 27,6% de la ocupación de empleos totales, seguidos de servicios comunes, sociales y personales con un 18,4% y en tercera posición la agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca con un 17%. Entre tres actividades económicas concentran el 63% de los empleados en el país, es decir un poco más de 14 millones de ciudadanos⁵⁵.

⁵⁴ COLOMBIA. DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADISTICAS. Cuentas Trimestrales – Colombia. En: Boletín Técnico [En línea]. 2018. Febrero [Citado el 19 de febrero de 2018]. Disponible en:

http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/bol_PIB_IVtrim17_oferta.pdf

⁵⁵ *Ibíd.*

2.1.2 Variables micro económicas. Estas variables permiten conocer concretamente el entorno micro al que se enfrenta cualquier proyecto, persona y estrategias a desarrollar, analizando variables como materia prima, costos fijos, demanda y competencia entre otros.

Para cualquier clase de restaurante, independiente de su clase o tipo se enfoca en que su materia prima sea de alta calidad, y este restaurante se enfocará en que sus productos estén fabricados con insumos de alta calidad, en donde se ofrecerá una gran variedad de productos que en su mayoría son originarios del país y el departamento.

La tecnología hoy en día es uno de los factores más importantes, por el impacto y avance al que está exponiendo a las industrias, haciendo totalmente necesario enfocar el proyecto acogiendo todas las tendencias a las necesidades y circunstancias que presente, teniendo en cuenta que el restaurante se basa en maquinaria actual, la cual permite la realización adecuada y la idea de innovación del proyecto.

Por otra parte, la tecnología blanda, la cual es intangible y pertenece a la parte administrativa y comercial, software y toda la parte organizacional del proyecto, siendo completamente necesaria para la realización adecuada del proyecto; y la tecnología dura totalmente necesaria para el proyecto ya que tiene que ver con todas las tecnologías de máquinas, dispositivos mecánicos, tecnología de alimentos entre otros con el fin de mejorar la satisfacción de los clientes.

2.2 BARRERAS DE ENTRADA

En un mercado siempre se encuentran barreras de entrada, estas barreras son los obstáculos y dificultades que no permiten el ingreso de una organización a un mercado respectivo, por medio de estas barreras se puede desarrollar el análisis en el entorno político, económico, social, ambiental y legal, por medio de estos factores realizar el mejor desempeño en la creación y funcionamiento adecuado de la empresa.

2.2.1 Barreras políticas. En Colombia para la creación de una empresa, el estado nacional exige requerimientos y normativas implantadas por la Cámara de Comercio y la Superintendencia de Industria y Comercio, como lo son los impuestos, el ordenamiento territorial, acogido por la ley 1453 de 2011, para la creación de este proyecto es necesario tener en cuenta la reforma tributaria del 2016, que habla sobre el impuesto de valor agregado (IVA) donde señala el incremento de su tarifa a un 19% el cual se ejecutó desde febrero de 2017 exigiendo a todos los establecimientos comerciales y de servicios a la aplicación de este Por parte del plan de desarrollo de Paipa se debe tener en cuenta el acuerdo No. 004 de 2017 el cual busca hacer cumplir las obligaciones legales a toda persona natural o jurídica, que genere contraprestación de dinero, afectando directamente el restaurante, ya

que aplica a cada una de estas normas e incrementa significativamente los gastos, y teniendo en cuenta que al inicio de cualquier proyecto, se tiene un proceso más lento en cuanto a la utilidad, esta barrera altera altamente el transcurso del proyecto.

2.2.2 Barreras económicas. Para la realización y ejecución de este proyecto se debe realizar una inversión alta en su principio, haciendo que esta barrera tome gran importancia para el proyecto ya que puede ser la más grande, y es la más necesaria para la ejecución del proyecto, igualmente se tendrá en cuenta cada una de las opciones de financiación que lo beneficien, desde los agentes públicos y privados que apoyan el emprendimiento empresarial, hasta créditos para la financiación de este. También es importante nombrar el incremento de los precios de la canasta familiar, el cual no solo afecta a todo el país sino también a el municipio de Paipa haciendo que la barrera sea alta y afecte directamente la economía del restaurante.

2.2.3 Barreras sociales. En los aspectos sociales la ciudad de Paipa tiene una barrera en cuanto al tradicionalismo al que se enfrenta cualquier proyecto nuevo e innovador, ya que el mercado actual, está en su mayoría en los restaurantes tradicionales y típicos Boyacense, a pesar de que el aspecto del restaurante busca es encontrar sabores ya conocidos a platos nuevos, en un ambiente rústico moderno.

2.2.4 Barreras ambientales. Estas barreras por normativa legal en Colombia, todo establecimiento debe cumplir con las normas ambientales y más al referirse a un establecimiento de servicio comestible, como lo es el proyecto, ya que está en juego la salud del cliente y se deben seguir al pie de letra ya que el incumplimiento de estas trae consigo problemas judiciales y hasta el cierre del establecimiento.

Las principales leyes y decretos a tener en cuenta y que aplican para el proyecto, son el Decreto 1299 de 2008 expone la obligación de cada organización para que desarrolle su actividad mediante la implementación y respeto por la norma ambiental, como la empresa se tendrán muchos residuos de frutas, legumbres, hortalizas y de aguas, debemos realizar estas actividades según el Decreto Ley 2811 de 1974 y la Ley 99 de 1993 en relación con la Gestión Integral de Residuos Sólidos⁵⁶

2.2.5 Barreras Legales. Esta barrera puede llegar ser una de las más importantes, ya que la normativa legal de Colombia para restaurantes y establecimientos que brindan servicio de alimentos es muy rigurosa y exigente, ya que se deben aplicar

⁵⁶ COLOMBIA. PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA. Decreto 1713 del 2002, Por el cual se reglamenta la Ley 142 de 1994, la Ley 632 de 2000 y la Ley 689 de 2001, en relación con la prestación del servicio público de aseo, y el Decreto Ley 2811 de 1974 y la Ley 99 de 1993 en relación con la Gestión Integral de Residuos Sólidos. En: Diario Oficial [En línea]. 2002, Agosto 7, no. 44.893 [Citado el 22 de febrero 2018]. Disponible en: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=5542>

varias leyes y registros necesarios para su funcionamiento legalmente constituido, pasando desde su apertura al pasar por realizar el registro del nombre del restaurante, hasta todas las normativas y leyes que exige el estado, hasta por pago de impuestos entre otros.

2.3 SEGMENTACIÓN DE MERCADO

“La segmentación de mercados divide el mercado en grupos con características y necesidades semejantes para poder ofrecer una oferta diferenciada y adaptada a cada uno de los grupos objetivo. Permitiendo optimizar recursos y utilizar eficazmente marketing”⁵⁷

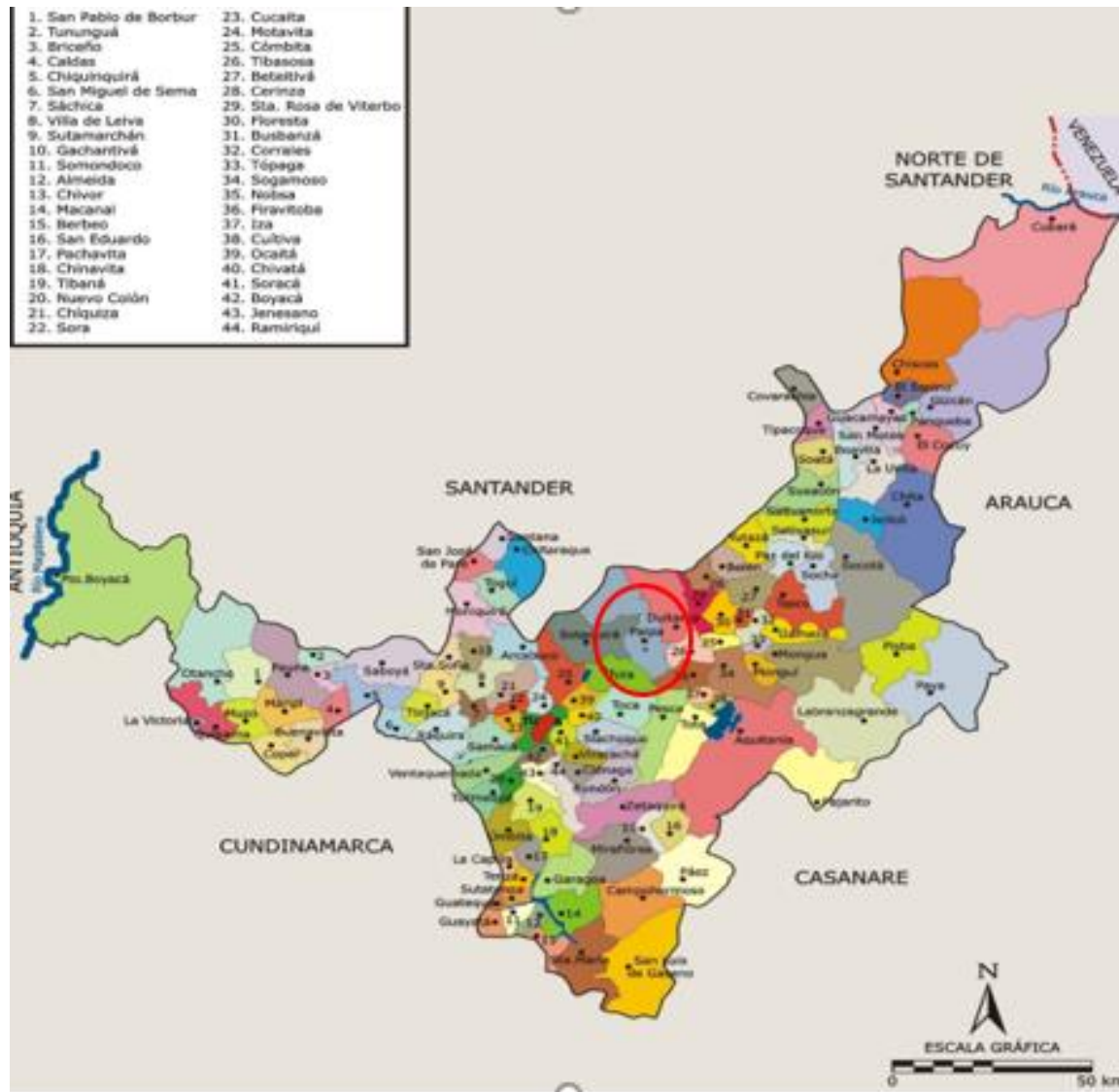
Para la segmentación de mercado que se utilizan 4 variables: geográficas, demográficas, psicográficas y conductuales.

2.3.1 Segmentación geográfica. Esta segmentación hace referencia a la división del mercado por medio de su ubicación física donde se desarrolla el proyecto, en este caso el proyecto está ubicado en el municipio de Paipa Boyacá.

- **Macro segmentación.** El proyecto está pensado para que su ejecución sea en el departamento de Boyacá, en el municipio de Paipa que se encuentra ubicado en la provincia del Tundama, en el noroccidente del departamento como se ve en la Imagen 6.

⁵⁷ ESPINOSA, Roberto. Segmentación de mercado, concepto y enfoque [En línea]. [s.l.: s.n.], 2013. [Citado el 22 de febrero 2018]. Disponible en: <http://robertoepinosa.es/2013/09/17/segmentacion-de-mercado-concepto-y-enfoque/>

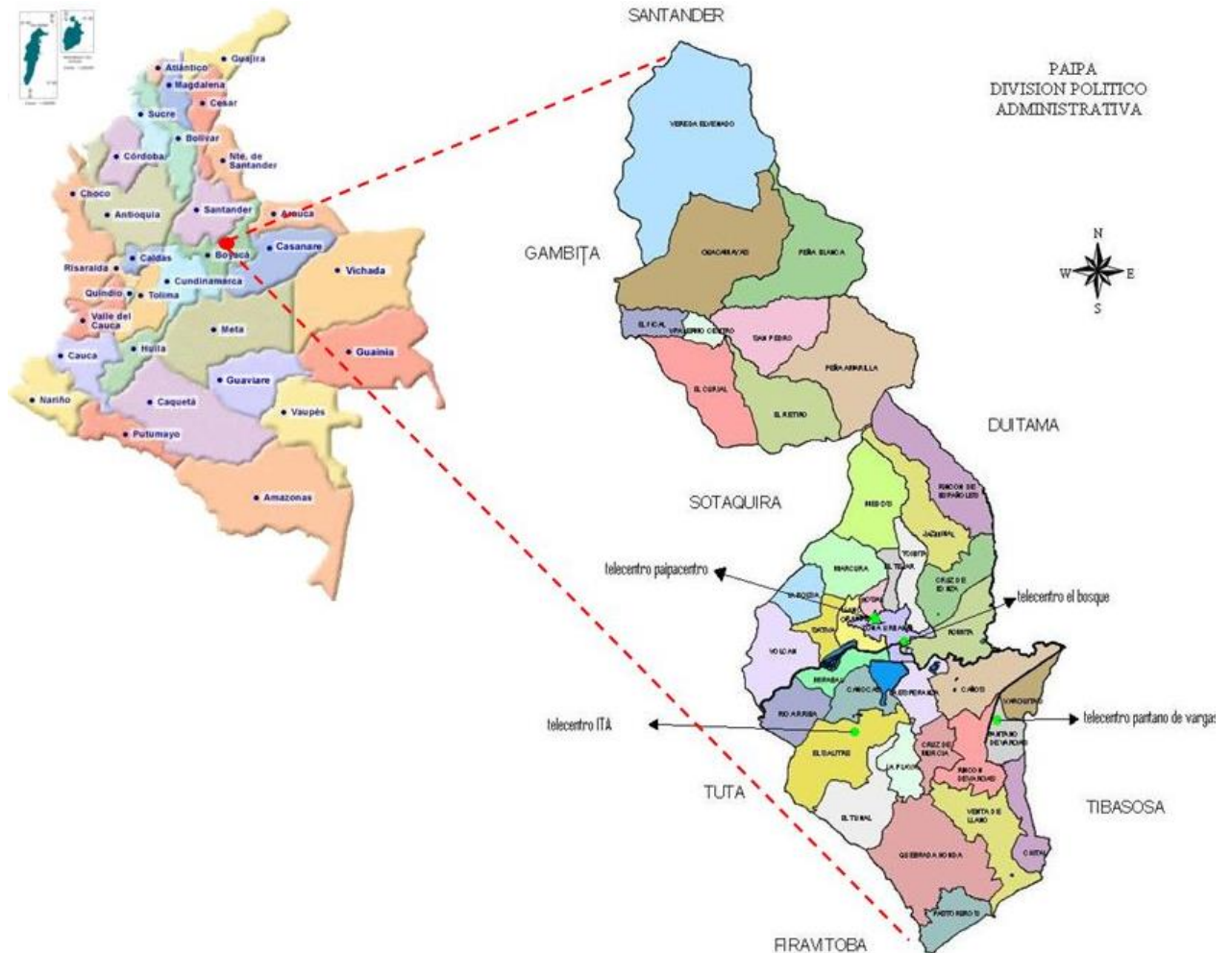
Imagen 6. División Política del departamento de Boyacá



Fuente: BOYACA. [En línea]. [s.p.i.]. [Citado el 22 de febrero 2018]. Disponible en: <https://sogeocol.edu.co/boyaca.htm>

- **Micro segmentación.** Como se mostró en la Imagen 6 el restaurante de crepes y helados con técnicas tailandesa y japonesa en el municipio de Paipa Boyacá

Imagen 7. Ubicación y división política



Fuente: BOYACA. [En línea]. [s.p.i.]. [Citado el 25 de febrero 2018]. Disponible en: https://www.google.com.co/search?q=division+politica+paipa&rlz=1C1NHXL_enCO761CO761&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=0ahUKEwj_ydHQ0sHZAhVknuAKHfvFBO8Q_AUICigB&biw=672&bih=662#imgrc=OyF78-DaC1OqWM

Paipa hace parte de la Provincia del Tundama, limitando con Santander por el norte del municipio, por el oriente con Tibasosa y Duitama, por el sur con Firavitoba y por el occidente con Sotaquirá y Tuta, a una distancia de 40Km de la capital del departamento (Tunja). Paipa está conformado por 38 veredas, 19 barrios más zona interurbana de expansión⁵⁸.

⁵⁸ PLAN DE desarrollo. [En línea]. [s.l.: s.n.], 2008. [Citado el 25 de febrero 2018]. Disponible en: <http://cdim.esap.edu.co/BancoMedios/Documentos%20PDF/paipa%20-%20boyac%C3%A1%20-%20pd%20-%202008%20-%202011.pdf>

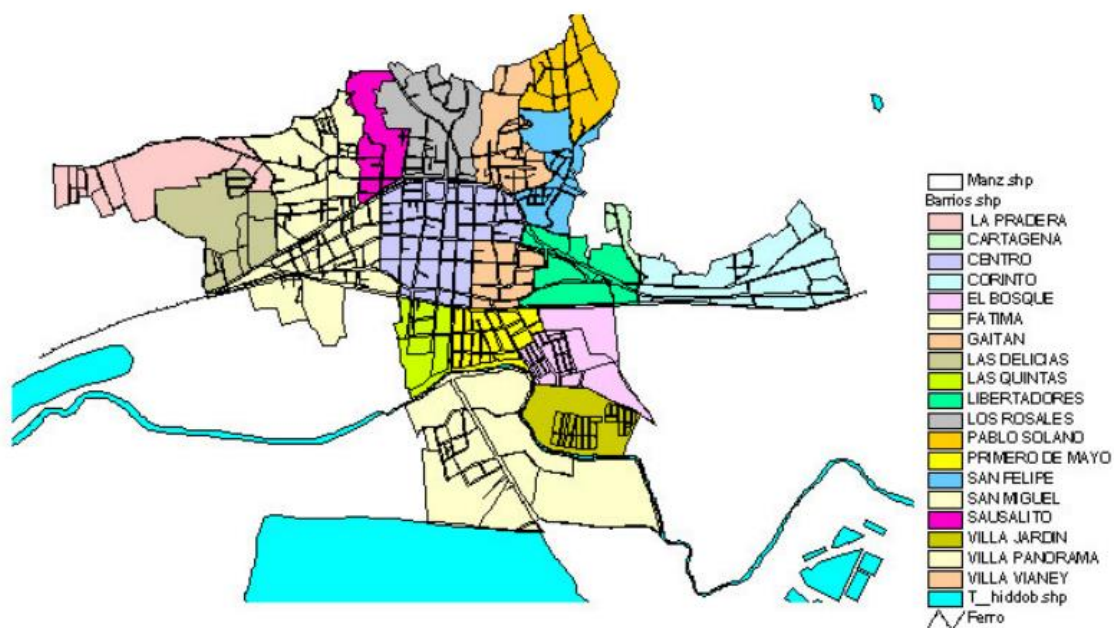
Tabla 22. Porcentaje por división geopolítica del Municipio de Paipa

ZONA	AREA (HA)	% AREA
RURAL	17.258,2	56,4%
URBANA	330,7	1,1%
PALERMO	13.002,9	42,5%
TOTAL, AREA	30.592,4	100%

Fuente: PLAN DE desarrollo. [En línea]. [s.l.: s.n.], 2008. [Citado el 25 de febrero 2018]. Disponible en: <http://cdim.esap.edu.co/BancoMedios/Documentos%20PDF/paipa%20-%20boyac%C3%A1%20-%20pd%20-%202008%20-%202011.pdf>

El mayor porcentaje de área en los barrios corresponde a Villa Panorama y la pradera, sin embargo, no son los barrios con mayor densidad habitacional, en la Imagen 8 se observa por colores cada uno de los barrios del municipio.

Imagen 8. División Zona urbana Paipa.



Fuente: PLAN DE desarrollo. [En línea]. [s.l.: s.n.], 2008. [Citado el 25 de febrero 2018]. Disponible en: <http://cdim.esap.edu.co/BancoMedios/Documentos%20PDF/paipa%20-%20boyac%C3%A1%20-%20pd%20-%202008%20-%202011.pdf>

2.3.2 Segmentación demográfica. Esta segmentación permite evaluar todas las posibles variables que afectan a la hora de consumir o adquirir el producto o el servicio, como lo es el estrato, el género, la edad entre otros, permitiendo reconocer las características del consumidor.

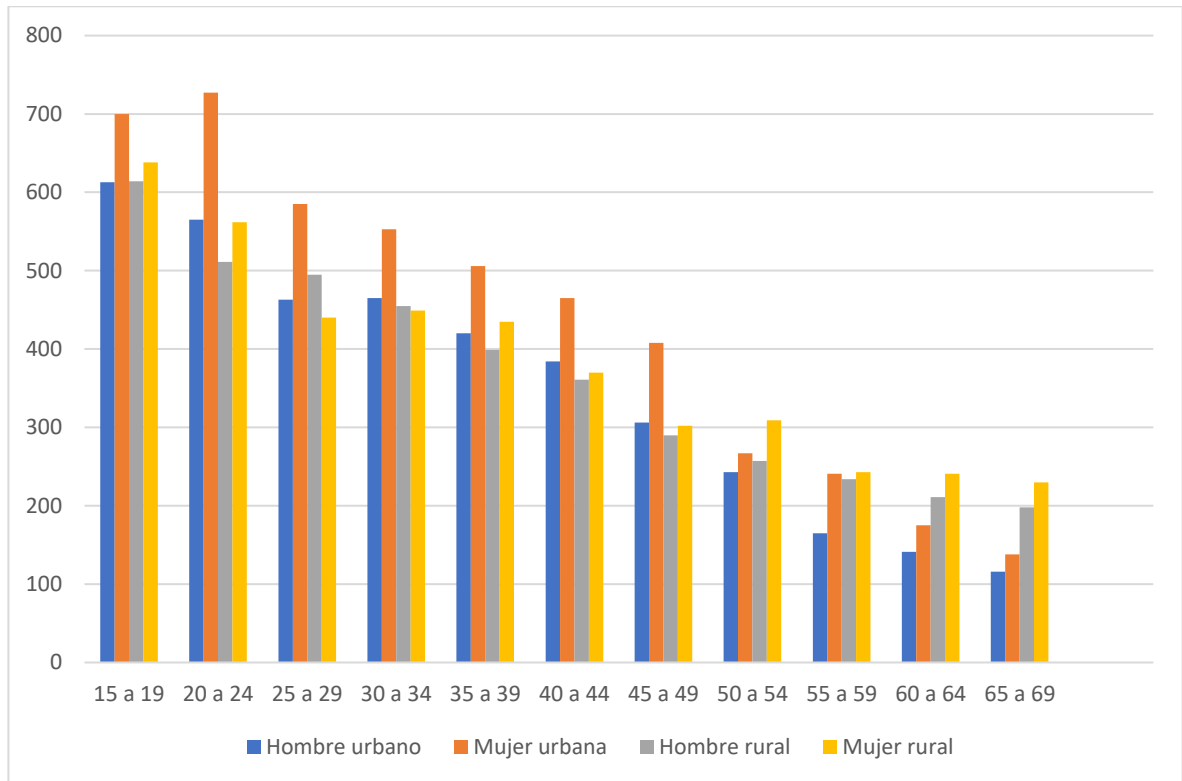
2.3.2.1 Edad. En este proyecto las variables que se utilizarán serán sexo, edades y zona geográfica, ya que existen bases de datos, y por falta de esta en estratos no se evaluarán, siendo así se establecerá por edades el tipo de consumidor al que se va a dirigir y evidenciar su perfil. Con lo especificado anteriormente se hará una evaluación por edades, teniendo en cuenta las personas que tienen ingresos económicos para poder pagar el producto se evaluarán edades de 15 a 69 años, ya que es un mercado potencial para este estudio. Ver Tabla 23

Tabla 23. Composición de la población por edad, sexo y zona geográfica Paipa

Rango de edad	Hombre urbano	Mujer urbana	Hombre rural	Mujer rural	Hombre total	Mujer Total	Total
15 a 19	613	700	614	638	1228	1338	2566
20 a 24	565	727	511	562	1076	1289	2365
25 a 29	463	585	495	440	958	1024	1982
30 a 34	465	553	455	449	920	1002	1922
35 a 39	420	506	399	435	819	941	1760
40 a 44	384	465	361	370	745	835	1580
45 a 49	306	408	290	302	596	709	1305
50 a 54	243	267	257	309	500	575	1075
55 a 59	165	241	234	243	399	484	883
60 a 64	141	175	211	211	352	416	768
65 a 69	116	138	198	230	314	368	682
					7907	8981	16888

Fuente: PLAN DE desarrollo. [En línea]. [s.l.: s.n.], 2008. [Citado el 25 de febrero 2018]. Disponible en: <http://cdim.esap.edu.co/BancoMedios/Documentos%20PDF/paipa%20-%20boyac%C3%A1%20-%20pd%20-%202008%20-%202011.pdf>

Gráfico 15. Población por rango de edad



Fuente: PLAN DE desarrollo. [En línea]. [s.l.: s.n.], 2008. [Citado el 25 de febrero 2018]. Disponible en: <http://cdim.esap.edu.co/BancoMedios/Documentos%20PDF/paipa%20-%20boyac%C3%A1%20-%20pd%20-%202008%20-%202011.pdf>

Permitiendo analizar el total de la población actual del municipio de 21.194 habitantes, y teniendo en cuenta el rango de edad que se tomó para la muestra de este estudio.

2.3.2.2 Turismo. Este proyecto nació gracias al ambiente y ubicación de este, ya que está Ubicado en el municipio de Paipa, Boyacá caracterizado por su alta demanda turística, siendo el segundo municipio del departamento más visitado por sus aguas termales, riqueza de historia y belleza de sus paisajes.

Para realizar la segmentación adecuada de turismo se tiene en cuenta el número de habitaciones que hay en Boyacá, y el porcentaje de ocupación anualmente, y de ahí se tiene en cuenta el porcentaje correspondiente al municipio de Paipa.

Tabla 24. Ocupación habitaciones año 2017

Descripción	Habitaciones y porcentaje ocupación año 2017	
Número de habitaciones Boyacá	11.362	
% de Habitaciones correspondiente a Paipa	24%	
Número de habitaciones Paipa	2.735	
% Ocupación Paipa	39,76%	
Habitaciones ocupadas al año Paipa	1.088	Por habitación en promedio ocupan 2 personas.
Turistas al año Paipa	2.175	

Fuente: ESTADISTICAS DEPARTAMENTALES. [En línea]. [s.p.i.]. [Citado el 10 de marzo 2018]. Disponible en: <http://citur.linktic.com/estadísticas/departamental>

Por otra parte se realizó un análisis ya que la mayoría de sus visitantes son atraídos al municipio por sus piscinas termales, gracias a datos ofrecidos por el Instituto de turismo de Paipa (ITP) la mayoría de los hoteles del municipio ofrecen el servicio de piscina y circuito termal, aun así Paipa cuenta con el parque termal de Paipa, el cual en su mayoría es visitado por personas que no se hospedan en hoteles del municipio, sino en casas campestres o hoteles de tercera clasificación, los cuales no clasifican en el estudio realizado por el departamento, o son visitantes de municipios vecinos.

En la Tabla 25. muestra la totalidad de las entradas vendidas a el parque termal de Paipa, clasificado en dos tarifas, la primera son personas que son de Paipa, las cuales pueden comprar su tiquete mostrando la cedula de ciudadanía, y la segunda son las entradas vendidas a personas que no son del municipio.

Tabla 25. Visitantes parque termal de Paipa

Año 2017	Visitantes
Total	293.683
Entradas vendidas tarifa Paipanos.	50.634
Entradas vendidas tarifa normal.	243.049

Por carencia de datos estadísticos para esta segmentación se tomará un muestreo por conveniencia en el caso de la totalidad de personas que ocupan anualmente los hoteles del municipio se toma un 50% de su totalidad, teniendo en cuenta que los hoteles ofrecen servicio de restaurante. Y, en el caso de los visitantes del parque termal se tendrán en cuenta el 70% de la totalidad de entradas vendidas por tarifa normal, ya que solo cuenta con zonas de cafetería y frutería, las cuales no ofrecen servicio de restaurante, también se toma este porcentaje por el flujo de efectivo, ya que se percibe que se recibe efectivo cada 2 o 3 boletas vendidas. Se toma estos porcentajes teniendo en cuenta que los hoteles tienen capacidad gastronómica solida mientras que el parque termal no cuenta con esta alternativa, lo cual hace

más probable que las personas que visitan el parque termal, busquen otras opciones gastronómicas.

En la Tabla 26 muestra un resumen total de la segmentación demográfica, clave para el análisis de la demanda. En primera instancia se tiene en cuenta la población habitante de Paipa caracterizada por la composición poblacional por rango de edad de 15 a 70 años, también se tendrá en cuenta la ocupación hotelera anual tomando un 50% de esta por muestreo por conveniencia, y de la misma manera con los visitantes al parque termal que pagan la tarifa normal, ya que para los habitantes de Paipa la tarifa es diferente, permitiendo así conocer exactamente la entrada de visitantes que no son del municipio, tomando así un 70% de la totalidad anual de estos.

2.3.3 Segmentación psicográfica. Esta segmentación permite determinar el público al que se va dirigir determinado por medio de sus actitudes, estilos de vida, personalidad entre otros⁵⁹.

Se hace necesario tener información adecuada de cada una de las técnicas con las que se desarrolla el proyecto, y despertar en cada uno de los comensales, interés teniendo como enfoque la salud y bienestar, por esto es importante que los clientes tengan involucrado en su vida, consciencia de la importancia del consumo excesivo de mantecados, químicos, azúcares y conservantes, permitiendo el libre espacio u opción con una alta variedad de productos con sabores a su preferencia dando cabida a la innovación y satisfacción del cliente.

Ya que 6 de cada 10 colombianos buscan modificar sus hábitos alimenticios motivados por la sensibilidad alimentaria, por alergias o deseo de mantenerse saludable, en donde el 60% de los colombianos afirma seguir una dieta especial que los limita o restringe de comida o ingredientes específicos, afirmado en el Pesta realizado el CAPÍTULO DIAGNOSTICO.

2.3.4 Segmentación conductual. Esta segmentación consiste en la división del mercado, basándose en la conducta de los consumidores, la cual es utilizada para la fidelización de los clientes y fomentar la compra.

En cuanto a innovación de valor en este punto se evalúa el hecho del ¿Por qué una persona preferiría un restaurante de crepes y helados con técnicas tailandesa y japonesa? Donde es necesario tener en cuenta la tasa de uso y beneficio.

En cuanto a la tasa de beneficio se le ofrecerá al consumidor una opción un poco más saludable a la hora de “postrear” o escoger una opción de comida, por medio de un restaurante de crepes y helados con técnicas tailandesa y japonesa con el fin

⁵⁹ GUITERAS, Xavier. La segmentación psicográfica [En línea]. [s.l.: s.n.], 2013. [Citado el 25 de febrero 2018]. Disponible en: <http://marketingyconsumo.com/segmentacion-psicografica.html>

de ofrecer una nueva experiencia teniendo en cuenta y ofreciendo un ambiente tradicional en el que se ubica el proyecto.

Tabla 26. Resumen total segmentación (demanda)

Población segmentación	Nº de Personas (Miles)	Porcentaje	Nº de personas (Miles)
Composición poblacional por rango de edad (15-70 años)	16.888	0%	16.888
Turismo, ocupación hotelera	2.175	50%	1.088
Turismo, ventas visitantes tarifa normal	243.049	70%	170.134
TOTAL			188.110

2.4 INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Investigación de mercados permite y ayuda a conocer las intenciones de compra de los consumidores, ofreciendo herramientas para descubrir información valiosa para estimar, precios, tendencias entre otros del producto o servicio encontrando un punto de equilibrio que beneficie al proyecto y al consumidor.⁶⁰

Existen varias clases de investigación de mercados: cuantitativa, cualitativa documental y marketing. Permitiendo obtener datos de características y variables a estudiar del proyecto.

En este estudio tendrá como comienzo una herramienta de plan de muestreo el cual permite establecer el número de encuestas y analizar los datos arrojados en esta, y con estructurar, analizar la demanda, oferta y competencia del proyecto.

2.4.1 Muestreo. Es una herramienta indispensable, ya que se es totalmente necesaria para poder entrevistar todos los miembros de una población, permitiendo minimizar tiempo y recursos, permitiendo estudiar una parte de la población siendo la porción representativa para generalizar con seguridad⁶¹.

El tamaño de la muestra depende de la precisión con la que se desee ejecutar en la investigación, sin embargo, debe buscarse siempre que el tamaño de la muestra sea tan grande como sea posible, dependiendo de los recursos que haya disponibles⁶².

⁶⁰ QUESTIONPRO. Introducción a la investigación de mercados [En línea]. [s.l.]: Question Pro, 2018. [Citado el 28 de febrero 2018]. Disponible en: <https://www.questionpro.com/es/investigacion-de-mercados.html>

⁶¹ WIGODSKI, Jacqueline. Población y muestra [En línea]. [s.l.]: La autora, 2018. [Citado el 03 de marzo 2018]. Disponible en: <http://metodologiaeninvestigacion.blogspot.com.co/2010/07/poblacion-y-muestra.html>

⁶² Ibíd.

En este proyecto se establecerá un plan de muestreo, establecido desde un tipo de muestreo, tipo de investigación, tamaño de la muestra, diseño y análisis de los datos arrojados por la encuesta.

2.4.2 Tipo de muestreo. En este proyecto el muestreo que se aplicará será el no probabilístico ya que este se usa al azar, y depende del criterio del investigador, no se conoce la probabilidad con la que se puede seleccionar a cada individuo, este muestreo es utilizado cuando es complicado conseguir muestras para una técnica probabilística.

Existen varios tipos de muestreo no probabilístico tiene varios tipos como se muestra en el Cuadro 10.

Cuadro 10. Tipos de muestreo no probabilístico

Tipos de muestreo	Descripción
Muestreo por cuotas	Consiste en seleccionar la muestra y dividir la población en estratos o grupos.
Muestreo por conveniencia	Consiste en seleccionar los individuos que convienen al investigador para la muestra, esta conveniencia se produce porque el investigador le resulta más fácil examinar ya sea por proximidad geográfica, entre otros
Muestreo de bola de nieve	Se realiza sobre poblaciones donde no se conoce a sus individuos o es muy difícil acceder a ellos.
Muestreo casual o accidental	Los individuos son elegidos de manera casual, sin ningún juicio previo, las personas que realizan el estudio eligen un lugar o un medio.
Muestreo discrecional	Los sujetos se seleccionan a base del conocimiento y juicio del investigador.
Muestreo intencional	Los elementos son escogidos con base en criterios o juicios preestablecidos por el investigador.

Fuente: MUESTREO NO probabilístico. [En línea]. [s.p.i.]. [Citado el 3 de marzo 2018]. Disponible en: <http://www.universoformulas.com/estadistica/inferencia/muestreonoprobbilistico/>

Para este proyecto y evaluando cada uno se va a trabajar con el muestreo intencional con criterios a evaluar como género, y rango de edad de 15 a 70 años.

2.4.3 Tipo de investigación. Existen varios tipos de investigación, y todo depende del fin al que se quiere llegar, existen tres tipos de investigación divididos en el nivel de conocimiento que se desea alcanzar.

En este proyecto se utilizará el tipo de investigación exploratoria, ya que se desea hacer una aproximación y detectar variables y características del proyecto y este tipo de investigación ofrece un acercamiento al problema que se quiere estudiar variables, y este realiza para conocer el tema al que se aborda, luego de obtener la información inicial para continuar con la investigación rigurosa, dejando planteada y

formulada la hipótesis, permitiendo dar los datos suficientes para una nueva investigación.

2.4.4 Tamaño de la muestra. Para la realización de este se debe tener en cuenta la población en donde está ubicado y dirigido el proyecto y así ver el tamaño de la población la cual es finita aleatoria simple, ya que este proyecto de la creación de un restaurante de crepes y helados con técnicas tailandesa y japonesa va dirigido principalmente a un nicho de personas dispuestas a conocer y vivir una nueva opción innovadora en el departamento y ciudad de Paipa.

Para la toma y tamaño de la muestra se aplicó la Ecuación

Ecuación 1. Tamaño de la muestra

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

Fuente: DETERMINACION DEL tamaño de la muestra. [En línea]. [s.p.i.]. [Citado el 3 de marzo 2018]. Disponible en: <http://www.psyma.com/company/news/message/como-determinareltamanodeunamuestra>

La descripción de las variables de la Ecuación 1 del cálculo de muestra pertenecen a que z es coeficiente de confianza, N universo o población, p probabilidad a favor, q probabilidad en contra, e error de estimación y n tamaño de la muestra.

Para este proyecto se decidió fijar con un 0,5 a las variables (p y q), dándole así mayor seguridad al estudio.

z: 1,96

N: 188.110 segmentación por edad, ocupación turística y visitantes parque termal.

p: 0,5

q: 0,5

e: 0,05

$$n = \frac{(1,96^2 * 188.110 * 0,5 * 0,5)}{0,05^2(188.110 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5} \quad n = 383 \cong 383 \text{ encuestas}$$

2.4.5 Diseño de encuesta. Para que la investigación se lleve de la manera más eficiente se desarrollará un cuestionario el cual permite obtener información actual del estado en el que se desarrollará el proyecto, a continuación (Cuadro 12) se llenará el formato de ficha técnica de la encuesta.

Cuadro 11. Formato ficha técnica encuesta

Nombre del Proyecto	Estudio de factibilidad para la creación de un restaurante de crepes y helados con técnica tailandesa y japonesa en Paipa (Boyacá)"
Tipo de muestra	Aleatoria simple (Cuantitativa)
Título de la encuesta	Está encuesta se realiza para el análisis de factibilidad para la creación de un restaurante de crepes y helados con técnica tailandesa y japonesa en Paipa (Boyacá)"
Tamaño de la muestra	383 encuestas
Ejecución de la encuesta	Realizada por vía virtual
Área de desarrollo	Paipa (Boyacá)
Fecha de realización	Marzo 01 a marzo 04 de 2018

La encuesta se realizó en habitantes de Paipa y en la parte comercial del municipio, donde se permitió encontrar un flujo alto de personas, la encuesta se abrió el jueves 01 de marzo y se cerró el domingo 04 de marzo, por vía virtual permitiendo así facilitar el desarrollo de esta para el encuestador y programándola un fin de semana para facilitar y encontrar el mayor flujo de personas en lugares comerciales y más recorridos del municipio.

2.4.6 Análisis de datos. La encuesta se desarrolló en la ciudad de Paipa del departamento de Boyacá, en donde se tuvieron en cuenta factores como género y rango de edad de 16 a 70 años.

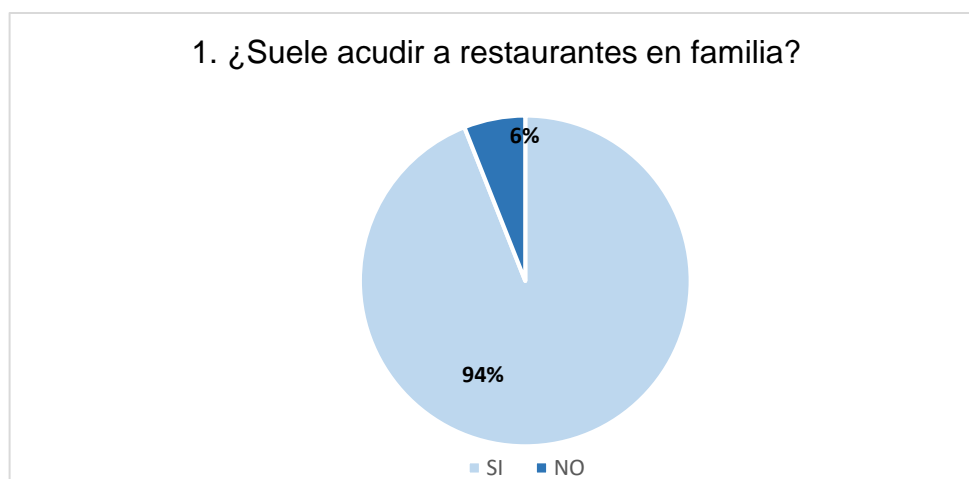
En esta parte del estudio se analizará cada una de las respuestas a las preguntas que se realizaron en la encuesta buscando así conocer las preferencias y tendencias de los posibles consumidores al restaurante de crepes y helados con técnica tailandesa y japonesa, se lograron realizar 383 encuestas permitiendo así conocer y tener mayor certeza para el análisis al que se quiere llegar. La encuesta se encuentra en el Anexo A.

Pregunta 1. ¿Suele acudir a restaurantes?

Tabla 27. Personas que suelen acudir a restaurantes.

Opción	Respuesta	Nº de personas	Porcentaje
A	SI	360	94%
B	NO	23	6%
	TOTAL	383	100%

Gráfico 16. Personas que suelen acudir a restaurantes acompañadas.



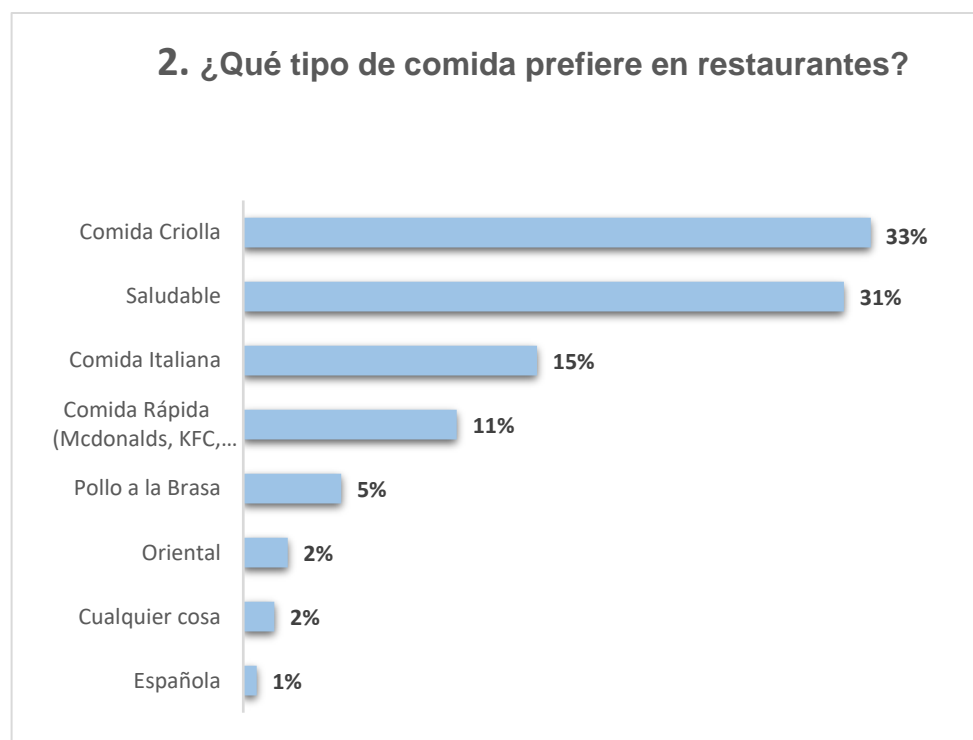
De la totalidad de personas encuestadas, 360 encuestados acuden a restaurantes, equivalente al 94% de la población encuestada; permitiendo así que aumente la demanda del mercado objetivo de este proyecto, por otra parte 23 personas no acuden a restaurantes disminuyendo la posibilidad del aumento de posibles clientes, aun así, no se descarta en su totalidad que este 6% puedan ser posibles clientes.

Pregunta 2. ¿Qué tipo de comida prefiere a la hora de visitar un restaurante?

Tabla 28. Preferencia tipo de comida

Opción	Tipo de comida	Respuesta (personas)	Porcentaje (%)
A	Comida criolla	127	33%
B	Saludable	122	31%
C	Comida Italiana	57	15%
D	Comida Rápida	40	11%
E	Pollo a la brasa	20	5%
Otro	Oriental	8	2%
Otro	Cualquier cosa	7	2%
Otro	Comida Española	2	1%
	Total, general	383	100%

Gráfico 17. Preferencia tipo de comida



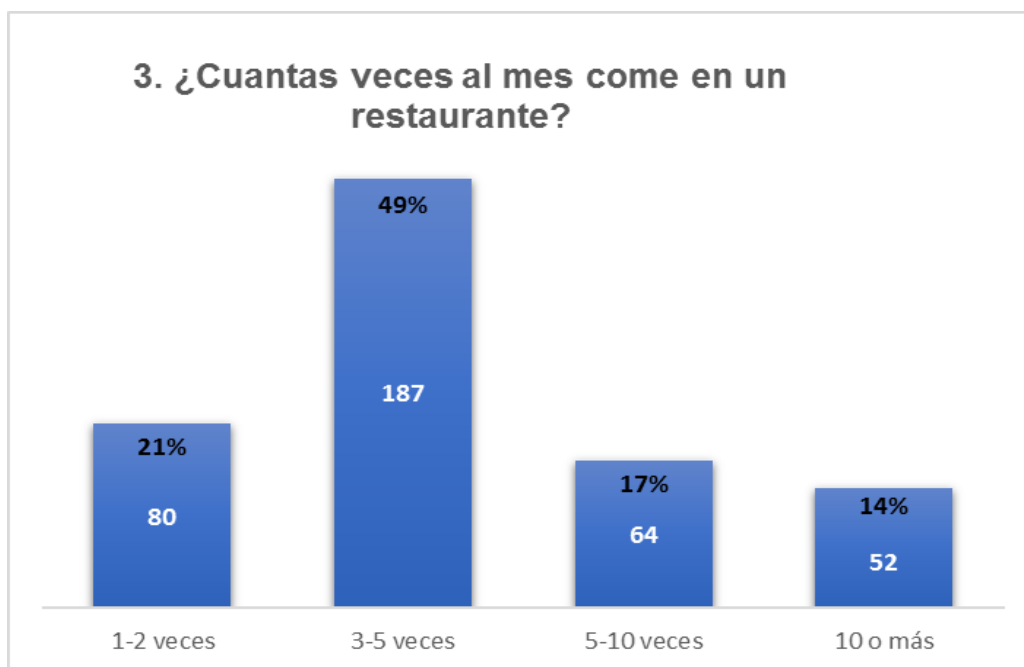
De las 383 personas encuestadas, la mayor tendencia se encuentra en la comida criolla con un 33% pero a pesar de esto 127 personas escogieron la comida saludable llevándose un 31 % con 122 personas con una alta preferencia a la hora de buscar un restaurante que les ofrezca productos saludables ampliando así la posibilidad para la entrada del proyecto. 57 personas corresponden a un 15% de preferencia a comida italiana, 11% comida rápida, 5% a pollo a la brasa, y el 2% a comida española, cualquier cosa, oriental, permitiendo así para el proyecto tener más opciones y fortalecer el menú de crepes para este 36% y así poder generar fidelización y ganancia de más clientes.

Pregunta 3. ¿Cuántas veces come al mes en un restaurante?

Tabla 29. Frecuencia de visitas a un restaurante al mes

Opción	Respuesta	Nº de personas	Porcentaje
A	1-2 veces	80	21%
B	3-5 veces	187	49%
C	5-10 veces	64	17%
D	10 o más	52	14%

Gráfico 18. Frecuencia de visitas a un restaurante al mes



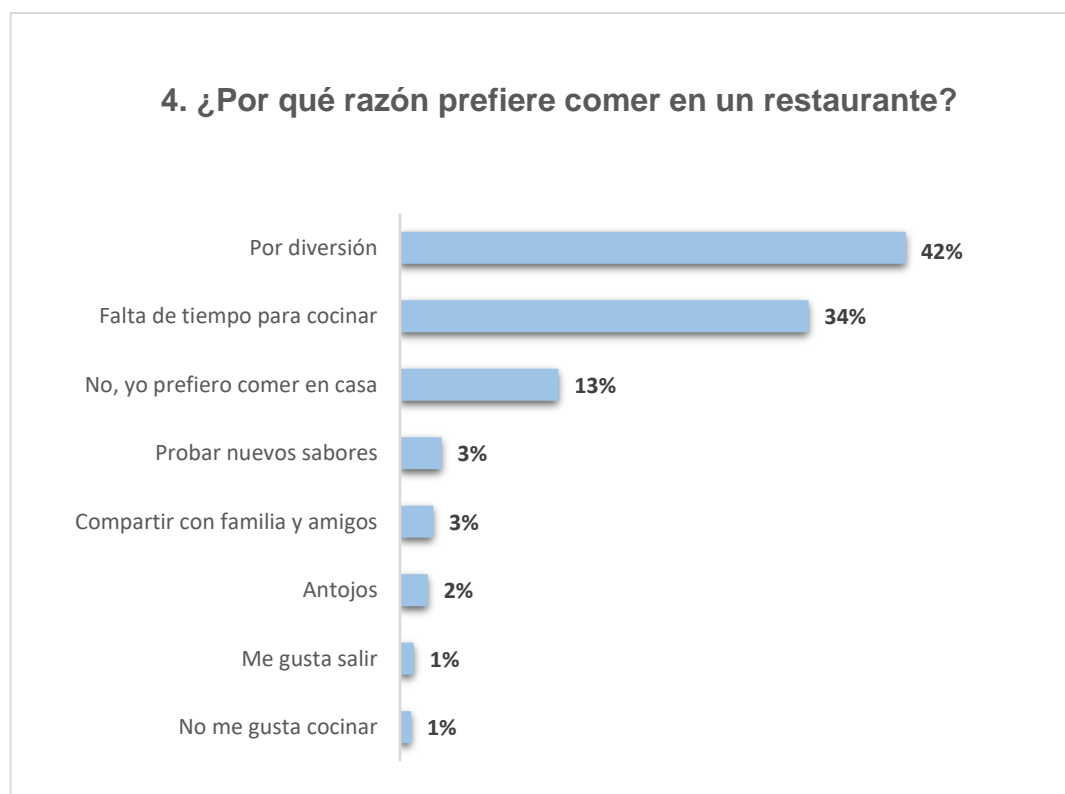
La opción de 3-5 veces fue la de mayor porcentaje en la frecuencia con la que las personas visitan restaurantes al mes, con un 49% correspondiente a 187 personas, mientras tanto de 1 -2 veces por mes el 21% correspondiente a 80 personas, de 5 - 10 veces al mes el 17% correspondiente a 64 personas, y al 14% y 17% a 10 o más veces correspondiente a 52 personas, siendo menos conveniente para el proyecto ya que el porcentaje mayor son las veces con las que menos frecuencia visitan al mes restaurantes, ocasionando posibilidades a un fenómeno generando acciones de abrir solamente los fines de semana por la tendencia con la que frecuentan los restaurantes al mes.

Pregunta 4. ¿Por qué razón prefiere comer en un restaurante?

Tabla 30. Razones por las que prefieren comer en restaurante.

Opción	Respuesta	Nº de personas	Porcentaje
A	Por diversión	162	42%
B	Falta de tiempo para cocinar.	133	34%
C	No, yo prefiero comer en casa	48	13%
Otra	Probar nuevos sabores	12	3%
Otra	Compartir en familia y amigos	10	3%
Otra	Antojos	10	2%
Otra	Me gusta salir	4	1%
Otra	No me gusta cocinar	4	1%
	Total, general	383	100%

Gráfico 19. ¿Por qué razón prefiere comer en un restaurante?



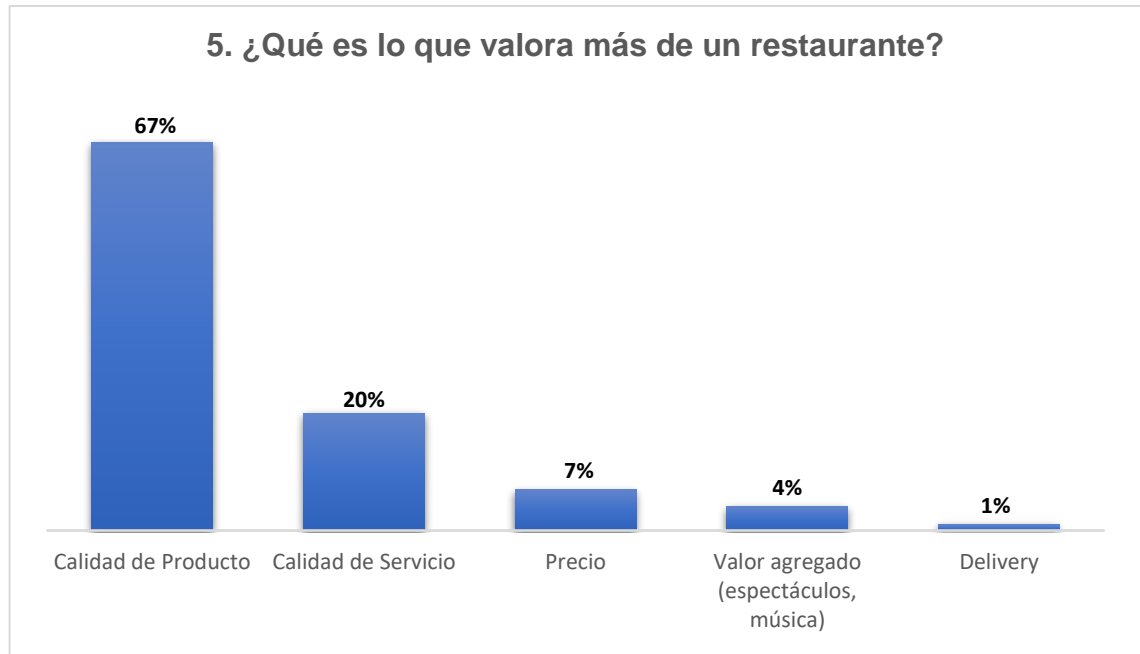
El porcentaje mayor correspondiente al 42% escogió que por diversión acuden a restaurantes, el 34% porque falta tiempo para cocinar, el 13% prefiere comer en su casa, el 3% por probar nuevos sabores y compartir en familia, 2% por antojos y el 1% porque no es de su agrado cocinar, y porque les gusta salir.

Pregunta 5. ¿Qué es lo que valoro más de un restaurante?

Tabla 31. Mayor valor de un restaurante

Opción	Respuesta	Nº de personas	Porcentaje
A	Calidad de Producto	258	67%
B	Calidad de Servicio	78	20%
C	Precio	27	7%
D	Valor agregado (espectáculos, música)	16	4%
E	Delivery	6	1%

Gráfico 20. Mayor valor de un restaurante



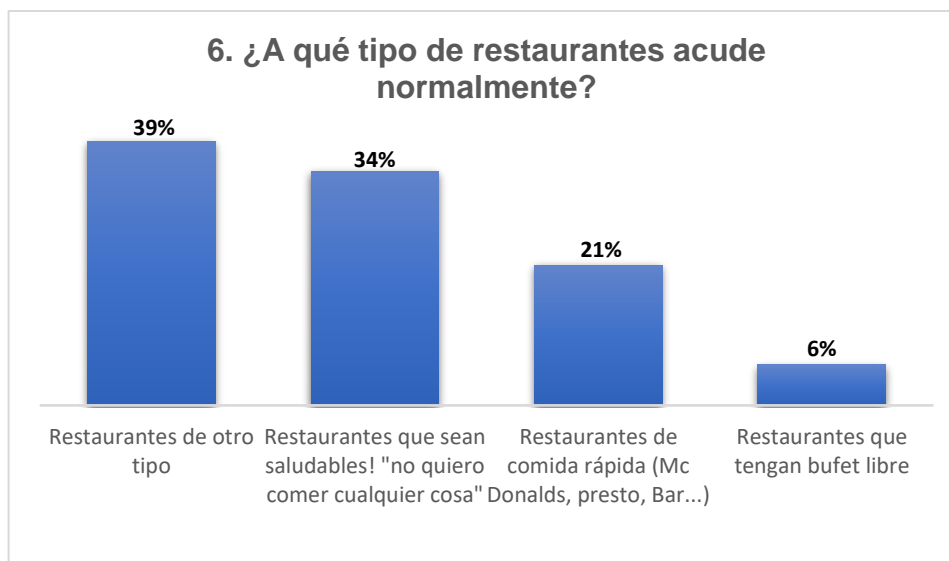
Para el 67% de los encuestados correspondiente a 258 personas la calidad del producto es lo que más aprecian a la hora de generar mayor valor a un restaurante, el 20% correspondiente a 78 personas la calidad del servicio, el 7% correspondiente a 27 personas el precio, el 4% correspondiente a 16 personas y solo el 1% correspondiente a 6 persona el delivery, por otra parte es bueno generar un conjunto de estos a la hora de ofrecer un producto, en este caso gracias a este método de investigación podemos saber a qué le debemos generar un mayor esfuerzo para así fidelizar y marcar la diferencia en el cliente.

Pregunta 6. ¿A qué tipo de restaurante acude normalmente?

Tabla 32. Preferencia de restaurantes.

Opción	Respuesta	Nº de personas	Porcentaje
A	Restaurantes de otro tipo	149	39%
B	¡Restaurantes que sean saludables! "no quiero comer en cualquier parte	132	34%
C	Restaurantes de comida rápida (Mc Donals, presto)	79	21%
D	Restaurantes que tengan bufet libre	23	6%

Gráfico 21. Preferencia de restaurantes.



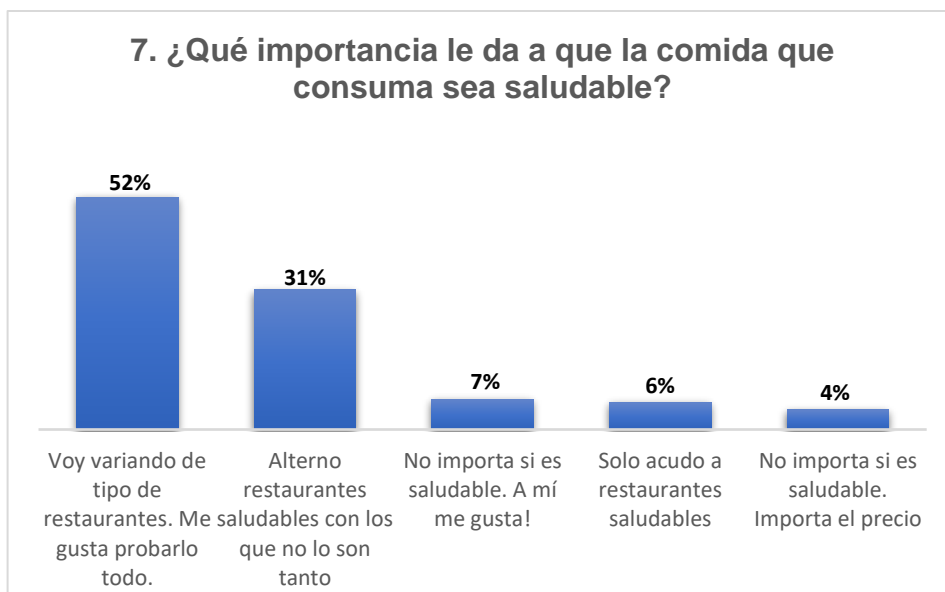
La preferencia de restaurantes un 39% con 149 personas corresponde a restaurantes de otro tipo, para los restaurantes que sean saludables la preferencia está en un 34% con 132 personas, el 21% para restaurantes de comida rápida correspondiente a 79 personas, y para los restaurantes que tengan bufet libre un 6% correspondiente a 23 personas. Ya que el porcentaje mayor es de restaurantes de otro tipo no es conveniente para el proyecto ya que este está enfocado en que los insumos con los que se hacen sus productos sean en su mayor parte saludables, a pesar de esto la preferencia a consumir comida saludable no fue el mayor porcentaje, ocupa el 2 lugar en preferencia según los encuestados.

Pregunta 7. ¿Qué importancia le da a que la comida que consuma sea saludable?

Tabla 33. Importancia de la comida saludable.

Opción	Respuesta	Nº de personas	Porcentaje
A	Voy variando de tipo de restaurantes. Me gusta probarlo todo.	198	52%
B	Alterno restaurantes saludables con los que no lo son tanto.	119	31%
C	No importa si es saludable. ¡A mí me gusta!	26	7%
D	Solo acudo a restaurantes saludables	23	6%
E	No importa si es saludable, importa el precio.	17	4%
Total		383	100%

Gráfico 22. Importancia de la comida saludable.



A la importancia que los encuestados le tienen a la comida saludable es un 31% de 119 personas, pero no fue el mayor porcentaje ya que el 52% correspondiente a 198 personas prefiere variar todo tipo de restaurante y probarlo todo, el 7%, 6% y 4% corresponde a personas que no les importa si es saludable, que solo acuden a restaurantes saludables y que solo les importa el precio respectivamente.

Este resultado de cierta manera no es conveniente para el proyecto ya que se encuentra enfocado en la salud y bienestar de los clientes y su preferencia estuvo en probarlo todo sin pensar si es saludable o no.

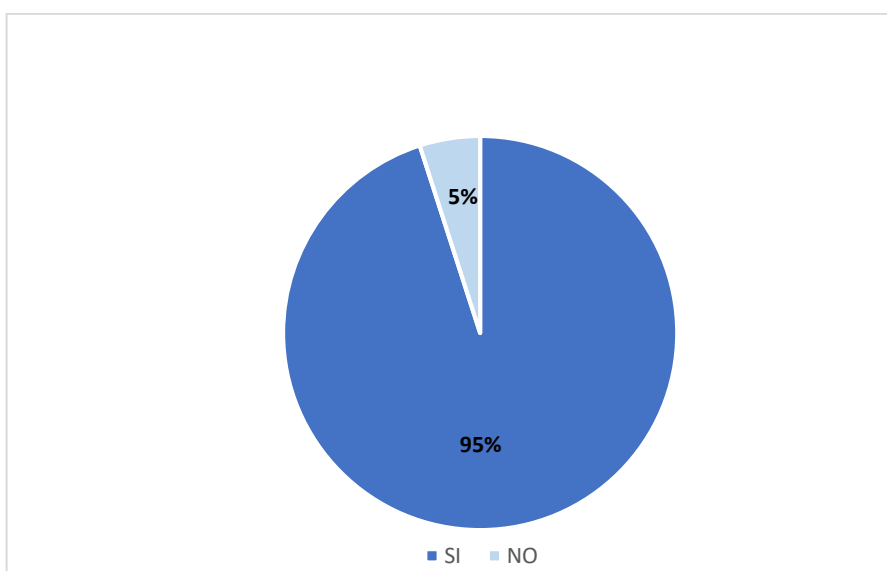
Para la siguiente pregunta se dio información acerca de las técnicas tailandesa y japonesa, con el fin de facilitar y dar entendimiento a las personas que desconocen de ellas.

Pregunta 8. ¿Visitaría un restaurante de crepes y helados con técnicas tailandesa y japonesa?

Tabla 34. Gusto por visitar un restaurante de crepes y helados con nuevas técnicas.

Opción	Respuesta	Nº de personas	Porcentaje
A	SI	364	95%
B	NO	19	5%
	TOTAL	383	100%

Gráfico 23. ¿Visitaría un restaurante de crepes y helados con técnicas tailandesa y japonesa?



El 95% de las personas encuestadas pertenecientes a población y visitantes de Paipa, correspondiente a 364 personas visitarían un restaurante el cual aplique las técnicas tailandesa y japonesa, y solamente el 5% correspondiente a 19 personas no les gustaría vivir esta experiencia.

A pesar de que existieron 19 personas no les gustaría visitar un restaurante de crepes y helados con técnicas tailandesa y japonesa a el 95% de la población encuestada le gustaría siendo así un acierto para el restaurante, y siendo el posible mercado objetivo.

Pregunta 9. ¿Le gustaría visitar un restaurante que le permita escoger ingredientes a su gusto?

Tabla 35. Visitantes de restaurante que permita escoger ingredientes a su gusto.

Opción	Respuesta	Nº de personas	Porcentaje
A	SI	358	93%
B	NO	25	7%
	TOTAL	383	100%

Gráfico 24. Visitantes de restaurante que permita escoger ingredientes a su gusto.



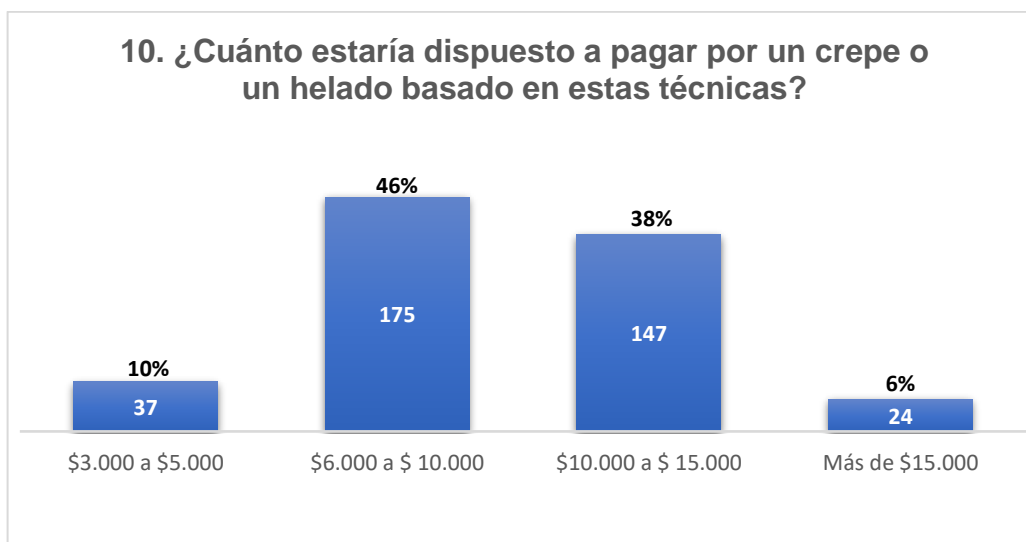
En la opción del gusto por visitar un restaurante que permita escoger ingredientes a su gusto, y la respuesta de los encuestados fue favorable para el restaurante, ya que una de las opciones del menú está relacionada con que los clientes escojan los ingredientes que deseen agregarle tanto en crepes o helados.

Pregunta 10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una crepe o un helado basado en estas técnicas?

Tabla 36. Disposición a pagar por crepes y helados.

Opción	Respuesta	Nº de personas	Porcentaje
A	\$3.000 a \$5.000	37	10%
B	\$6.000 a \$10.000	175	46%
C	\$10.000 a \$15.000	147	38%
D	Mas de \$15.000	24	6%

Gráfico 25. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una crepe o un helado basado en estas técnicas?



El 46% de la población encuestada está dispuesta a pagar por los productos de \$6.000 a \$10.000 correspondiente a 175 personas, de \$10.000 a \$15.000 el 38% correspondiente a 147 personas, y el 10% y 6%. \$3.000 a \$15.000 y más de \$15.000 respectivamente.

Gracias a esta información permite establecer los precios de los productos que se van a ofrecer en el restaurante, teniendo en cuenta el punto hasta el que estarían dispuestos a pagar los clientes.

Gracias a la realización de este cuestionario podemos notar la gran acogida que tiene el proyecto y la disposición total para probar productos nuevos e innovadores, enfocados en la salud y bienestar, cabe anotar que actualmente las personas buscan más lugares con productos saludables, y según lo arrojado frecuentan comer por fuera del hogar, ampliando así las posibilidades para que el proyecto tenga gran acogida en el mercado, ofreciendo un ambiente acogedor en donde el cliente recuerde que se encuentra en un pueblo de Boyacá, lleno de innovación y novedad con toques muy modernos.

2.5 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Esta “tiene como objetivo principal medir fuerzas que afectan los requerimientos del mercado, con respecto a un bien o servicio y como este puede participar para lograr la satisfacción de dicha demanda”⁶³.

⁶³ FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS. Análisis de la demanda [En línea]. [s.l.: s.n.], 2011. [Citado el 4 de marzo 2018]. Disponible en: <http://proyectos-ittla.blogspot.com.co/2011/06/33-analisis-de-la-demanda.html>

En este estudio se tomarán las herramientas del análisis de investigación de mercados, por medio de los datos arrojados por la encuesta y por medio de esta determinar la factibilidad para la creación de un restaurante de crepes y helados en Paipa.

2.5.1 Demanda total. Es definido como la estimación razonable de las ventas posibles de un producto o servicio, para el sector de un mercado, en un periodo concreto y bajo condiciones ideales de demanda⁶⁴.

A partir de lo anterior la segmentación, la población de este proyecto es de 188.110 personas, donde se tiene en cuenta variables como edad, en un rango de 15 a 70 años, y género (Mujeres y hombres), tanto en zona urbana como rural, y a la ocupación anual turística, de hoteles.

2.5.2 Demanda potencial. Puede considerarse como los requerimientos de cualquier tipo de consumidor, en un área geográfica, periodo y ambiente definido.

En este proyecto se tendrá en cuenta los datos arrojados por la herramienta de investigación de mercados (encuesta), para la pregunta 1. Que hace referencia a las personas que acuden a restaurantes; con un 94% de la demanda potencial (188.110) siendo 176.824 de personas que acuden a restaurantes y hacen parte de la factibilidad del restaurante.

2.5.3 Demanda real. Con los resultados arrojados por la encuesta, la demanda potencial que es de 176.824, para esta se realiza un ajuste, sobre este del 20% sobre esta población, ya que se tiene en cuenta la ausencia de productos innovadores, no solo en el municipio sino en el departamento, pero a pesar de esto también se evalúa que está entrando nuevo al sector de restaurantes tipo postre, así que se realiza este ajuste con prudencia para la entrada a este sector, equivalente a 35.365 personas ya que el restaurante es nuevo, y cubrirá la demanda.

2.5.4 Pronóstico de la demanda. “Es una predicción de lo que sucederá con las ventas existentes de los productos o servicios de una empresa, se debe considerar las entradas de ventas, mercadeo, finanzas y producción. Consiste en hacer una estimación de futuras ventas para un periodo de tiempo determinado”⁶⁵

⁶⁴LA ESTIMACIÓN de la demanda en proyectos de negocio. En: Wiki EOI [En línea]. [s.p.i.]. [Citado el 6 de marzo 2018]. Disponible en: http://www.eoi.es/wiki/index.php/La_estimaci%C3%B3n_de_la_Demanda_en_Proyectos_de_negocio

⁶⁵ COLOMBIA. SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE. Como hacer el pronóstico de la demanda [En línea]. Bogotá: SENA, [s.f.]. [Citado el 4 de marzo 2018]. Disponible en: https://senaintro.blackboard.com/bbcswebdav/institution/semillas/121518_1_VIRTUAL/OAAPs/OAP_P8/aa2/pronostico_de_ventas/oc.pdf

Se realiza el pronóstico de la demanda a partir del crecimiento proyectado estimado para el Crecimiento de población de los próximos 5 años, que de acuerdo al departamento del DANE se tiene estimado en incremento para cada uno de los siguientes años:

Tabla 37. Proyección estimada del crecimiento poblacional

Año	Proyección
2018	0,98%
2019	0,95%
2020	0,93%
2021	0,90%
2022	0,87%
2023	0,85%

Fuente: GRUPO GRANCOLOMBIA. Proyección estimada IPC [En línea]. Bogotá: La Entidad, 2018. [Citado el 6 de marzo 2018]. Disponible en: <https://www.grupobancolombia.com/wps/portal/empresas/capitalinteligente/investigacioneseconomicas/publicaciones/tablas-macroeconomicos-proyectados>

De esta manera, la proyección de los siguientes años se calcula a partir del porcentaje de crecimiento poblacional y la demanda real actual (35.365).

Tabla 38. Proyección de la demanda.

Año	Proyección
2018	35.365
2019	35.701
2020	36.033
2021	36.357
2022	36.674
2023	36.985

La Tabla 38., muestra la proyección de la demanda con respecto a la demanda real actual del año 2018 al 2023, siendo para el año 2018 una proyección de 35.365 anualmente y para el 2023 de 36.985.

La proyección se realiza por medio de la Ecuación 2, permitiendo analizar la población futura.

Ecuación 2. Proyección Poblacional

$$P_{i+n} = P_i (1 + Tc)^n$$

Fuente: PROYECCION PROBLACIONAL. [En línea]. [Citado el 8 de marzo 2018]. Disponible en: http://www.academia.edu/1471987/mc3%89todos_de_proyecci%3%93n_de_poblaci%3%93n

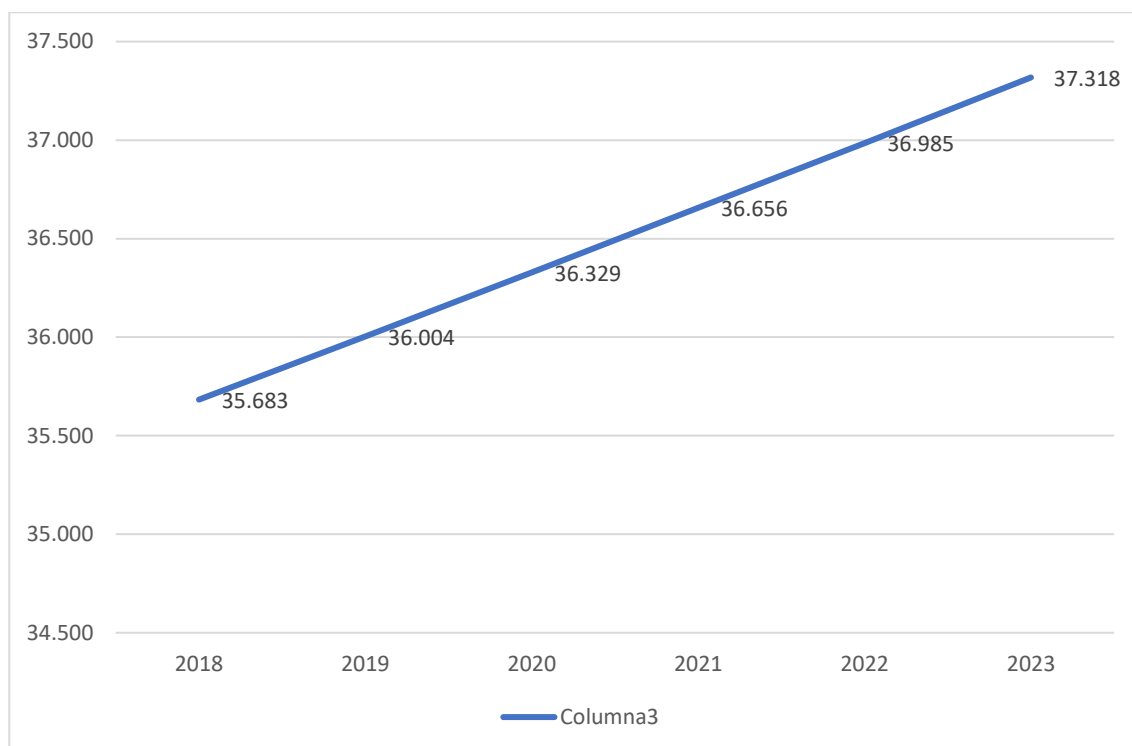
Siendo P_i la población inicial, Tc la tasa de crecimiento y n el periodo a evaluar. A continuación, se muestra la proyección de la población para el municipio de Paipa desde el año 2017 hasta el año 2023 con una tasa de crecimiento de 9%.

Tabla 39. Proyección poblacional Paipa (2018-2023)

Año	Tasa de crecimiento	Total, población	Ajuste demanda 20%
2018	0,9%	176.824	35.683
2019	0,9%	178.416	36.004
2020	0,9%	180.022	36.329
2021	0,9%	181.643	36.656
2022	0,9%	183.278	36.985
2023	0,9%	184.928	37.318

Al captar el 20% de la población, como lo muestra la Tabla 39, la demanda del proyecto crece exponencialmente para 6 años empezando con 35.683 personas para el año 2018 y proyectado para el 2023 a 37.318 personas.

Gráfico 26. Proyección de la población segmentada (2018-2023)



Es necesario para el crecimiento porcentual anual con relación a la demanda ajustada, determinar en la Tabla 40.

Tabla 40. Crecimiento anual con demanda ajustada

Año	Demanda de personas	Crecimiento anual de personas	Crecimiento poblacional
2018	35.365	0	0,00%
2019	35.701	336	0,94%
2020	36.033	332	0,92%
2021	36.357	324	0,89%
2022	36.674	316	0,86%
2023	36.985	312	0,84%

Para determinar la demanda con respecto al número de platos, se hace necesario tener en cuenta los datos arrojados por la encuesta de la pregunta ¿Con que frecuencia suele acudir a restaurantes? Teniendo en cuenta la demanda ajustada Ver Tabla 41.

Tabla 41. Demanda de unidades a producir

Opción	Respuesta	Porcentaje	Productos a Producir
A	1-2 veces	21%	7.497
B	3-5 veces	49%	17.493
C	5-10 veces	17%	6.609
D	10 o más	13%	4.641
TOTAL		100%	35.701

Se determina que para el año 2019 asisten 35.701 personas al restaurante, suponiendo que piden los 1 de los 2 productos, y se establece que para el presente año la demanda de productos es de 35.701 teniendo en cuenta la cantidad de eventos realizados en el municipio como se muestra en el Capítulo 1 Diagnostico. Se estableció un colchón del 1,1% de la demanda de productos, para prevenir un incremento de población por los numerosos eventos, y se cubra adecuadamente la demanda siendo un total de 36.095 productos al año.

2.6 ANÁLISIS DE LA OFERTA

“Como la cantidad de un bien o servicio que entra en el mercado a un precio dado en un periodo de tiempo determinado. En este concepto las cualificaciones de tiempo y precio ofrecido, mayor será la cantidad de producto llevada al mercado, y cuando más largo el periodo de tiempo, más serán los oferentes que podrán ajustar que podrán ajustar su producción para beneficiarse del cambio de los precios”⁶⁶

Para el pronóstico de la oferta es necesario la utilización de datos históricos acerca de las ventas de crepes y helados en el municipio de Paipa, pero actualmente no se encuentran cifras de las ventas de estos, es por esto que se tomarán los resultados de la encuesta realizada previamente.

Se realizará el análisis de la cobertura de la demanda, a partir de la demanda Potencial y no potencial, que corresponde al 5% y 95%, y para efectuar la división del mercado en donde el restaurante tendrá cobertura del 20%, y el restante será cubierto por los otros 5 establecimientos existentes en el municipio.

⁶⁶ “Análisis Oferta-competencia” [En línea]. [06 de marzo 2018]. Disponible en: http://soda.ustadistancia.edu.co/enlinea/Proyecto%20de%20Grado%20Fase%201%20%28Segundo%20Momento%29/anlisis_ofertacompetencia.html

Tabla 42. Participación en el mercado restaurantes tipo postre Paipa

Tipo de demanda	Nº de personas (miles)	Porcentaje	División del mercado	Nº de personas (miles)	Porcentaje	Participación en el mercado
No potencial	8.841	5%	Personas que no visitarían un restaurante de crepes y helados con técnicas tailandesa y japonesa.	8.841	5%	5%
Potencial	167.983	95%	Rancho dulce	25.197	15%	75%
			Postrería	25.197	15%	
			Dolce Nona	25.197	15%	
			Simpson	25.197	15%	
			Futurama	25.197	15%	
			Capresa (Restaurante estudio)	33.597	20%	20%
TOTAL	176.824		Oferta de restaurantes	176.824	100%	100%

2.7 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Gracias a este se pueden conocer las capacidades, fortalezas, estrategias, y debilidades para asumir y diseñar estrategias para tomar decisiones en este proyecto.

Paipa al ser uno de los municipios más turísticos de Boyacá, tiene una gran variedad de restaurantes de todo tipo, como lo son los asaderos, restaurantes de comida típica, gourmet, familiares entre otros.

Actualmente en el municipio, no existe un restaurante que aplique las técnicas tailandesa y japonesa o que fusionen los crepes y helados en un mismo establecimiento, ni tampoco ningún establecimiento que ofrezca crepes tradicionales, pero existen varias opciones de helados tradicionales y postres, siendo sustitutos en los que el restaurante de crepes y helados con técnicas tailandesa y japonesa entraría a competir. Ver Cuadro 12.

Cuadro 12. Características de la competencia

Restaurante	Características
Postrería	Es un restaurante el cual ya cuenta con dos puntos de venta en Boyacá, uno que queda vía al municipio de Iza y Paipa, el cual solo tiene un menú de helados y postres, y está especializado en los hojaldres.
Rancho dulce	es un restaurante dedicado a los postres con tradición familiar, ubicado estratégicamente en la zona hotelera, y vía a las piscinas, es el restaurante más antiguo de Paipa de este tipo de productos.
Dolce Nona	Este es un restaurante que ofrece variedad de comida rápida de una manera más gourmet y un menú amplio de postres de la abuela, es un restaurante nuevo y con alta acogida.
Futurama	Es una heladería con temática del programa Futurama, la cual ofrece helados de crema de la marca Colombina.
Los Simpson	Esta heladería fue la primera con un ambiente temático, solo ofrece productos derivados del helado, y obleas de la marca Crem helado.

como lo son la postrería la cual es un restaurante el cual ya cuenta con dos puntos de venta en Boyacá, uno que queda vía al municipio de Iza y Paipa, el cual solo tiene un menú de helados y postres, y está especializado en los hojaldres, por otra parte, esta Rancho dulce, es un restaurante dedicado a los postres con tradición familiar, ubicado estratégicamente en la zona hotelera, y vía a las piscinas, cabe resaltar que estos dos locales solo abren fines de semana y festivos. Por otra parte, se encuentran las heladerías, existen dos heladerías altamente demandadas las cuales usan la tradicional venta de helados, acompañados de una salsa y un toping, estas dos heladerías tienen como proveedor del helado a Colombina y Crem helado, estas heladerías se llaman Futurama y los Simpson.

Es importante aclarar que los lugares nombrados anteriormente con competencias indirectas, ya que no existen ni las técnicas, ni los mismos productos en un solo lugar, para la determinación de la competencia indirecta adecuadamente se deben analizar los factores críticos de éxito.

Cuadro 13. Factores críticos de éxito

Factor crítico de éxito	Descripción
Calidad del producto	Es necesario tener en cuenta que la fidelización y ganancia del mercado objetivo, a la hora de ofrecer un producto, parte de la calidad, presentación y satisfacción del cliente con este, por medio de buenas técnicas y prácticas de manipulación de alimentos.
Calidad del servicio	Es un factor importante ofrecer al cliente con el fin de cumplir las expectativas de este, y buscar por medio de amabilidad y buenas prácticas la satisfacción del cliente.
Precio	Este factor es clave, y se debe hacer el estudio donde se ubicará el proyecto, ya que debe estar el precio justo para el mercado objetivo, y buscando un margen de utilidad significativo.
Ubicación	Se debe buscar la facilidad para el acceso de cualquier tipo de cliente.
Imagen y Ambiente	Es importante generar que todos los elementos ubicados en el restaurante sean totalmente equilibrados y agradables buscando siempre llamar la atención y satisfacción del cliente.

Se debe realizar una clasificación para asignar a cada factor de éxito, como se muestra en la Tabla 43.

Tabla 43. Clasificación Factores de éxito

Clasificación	Descripción
1	Mayor debilidad
2	Menor debilidad
3	Menos fortaleza
4	Mayor fortaleza

A continuación, se describirá la asignación a cada factor de éxito. Ver Tabla 44

Tabla 44. Valor factores críticos de éxito

Factor Crítico de Éxito	Valor
Calidad del producto	0,25
Calidad del servicio	0,25
Precio	0,15
Ubicación	0,15
Imagen y ambiente	0,20
TOTAL	1

La autora de este proyecto decidió darle el valor a cada factor dependiendo de la importancia de cada factor para el proyecto, dándole así mayor valor a la calidad del producto y servicio seguido de Imagen y ambiente y para terminar precio y ubicación.

Por medio de la matriz de perfil competitivo se realizará el respectivo análisis de la competencia, Ver Tabla 45.

Tabla 45. Matriz perfil competitivo (MPC)

FCE	Restaurantes	Postreria		Rancho dulce		Dolce Nona		Futurama		Los simpson	
	Peso	C	P.R	C	P.R	C	P.R	C	P.R	C	P.R
Calidad del producto	0,25	4	1	4	1	2	0,45	3	0,25	3	0,25
Calidad del servicio	0,25	3	0,8	4	0,5	2	0,5	3	0,25	3	0,5
Precio	0,15	3	0,8	3	0,5	3	0,5	4	1	4	1
Ubicación Imagen y ambiente	0,15	3	0,5	4	1	4	1	2	0,8	4	0,6
Imagen y ambiente	0,2	4	0,5	4	0,8	4	1	1	0,1	1	0,12
TOTAL	1		3,6		3,8		3,45		2,4		2,47

Los competidores que tienen un puntaje mayor a 2,5 se encuentran en posiciones favorables a partir de los factores críticos de éxito, siendo así la matriz arrojo que de los 5 establecimientos, tres se encuentran en una buena posición y el principal competidor indirecto, es Rancho dulce, ya que tiene estándares altos de calidad en producto y servicio, aparte de esto su ubicación es estratégica y su imagen y ambiente es agradable y familiar, por otra parte las heladerías son las que tienen los menores clasificaciones, ya que su calidad de servicio e imagen son bastante bajo.

Así que el restaurante de crepes y helados con técnicas tailandesa y japonesa entraría a competir directamente con rancho dulce, y la postrería, estos dos establecimientos no ofrecen ninguna de estas técnicas que son llamativas a la vista de los clientes, sino que no cuentan con opciones saladas, y no se basan en la salud y bienestar del consumidor siendo así una oportunidad grande para entrar al mercado.

2.8 MARKETING MIX

“Es uno de los elementos para el análisis estratégico de los aspectos internos de la empresa, que se utiliza para englobar cuatro componentes básicos: productos, precio, distribución y comunicación, estas cuatro variables son conocidas como las 4 P, siendo las variables tradicionales con las que cuenta una organización para conseguir sus objetivos comerciales”⁶⁷. En esta parte del estudio se desarrollarán

⁶⁷ ESPINOSA, Roberto. Marketing mix:4Ps [En línea]. [s.f.], el autor, 2014. [Citado el 6 de marzo 2018]. Disponible en: <http://robertoepinosa.es/2014/05/06/marketing-mix-las-4ps-2/>

los componentes de la mezcla de marketing por medio de estrategias de precio, producto, servicio, plaza, promoción y percepción, buscando la aplicarlas a este proyecto.

2.8.1 Imagen corporativa. “Es la imagen que el público tiene de esa entidad. Por un lado, son las ideas, sensaciones y prejuicios que se tienen antes de conocer los servicios o productos de una marca”.⁶⁸

Todas las imágenes corporativas deben ser atractivas y seductoras a todo público con el fin de despertar el interés por la empresa u organización, es todo un conjunto de elementos como lo son el nombre corporativo, el logo, y hoy en día todas las herramientas de internet con el fin de lograr un equilibrio y atracción al mercado objetivo.

2.8.1.1 Logotipo. Se buscó que el logotipo del restaurante tuviera un equilibrio con diseño y la tipografía, con un estilo sobrio ya que el ambiente del restaurante es rustico con un toque moderno, y con los colores escogidos por su autora, el logo incluye el nombre del proyecto, el cual es “CAPRESA”, este nombre fue escogido por su autora ya que es una combinación tradicional italiana, siendo su plato preferido.

Imagen 9. Logotipo Capresa



2.8.1.2 Eslogan. “Delicioso y sin pecadito alguno” la frase anterior hace representación al eslogan de la empresa, el cual quiere afirmar, que se pueden probar cosas sabrosas sin remordimiento alguno, ya que el fin de Capresa ofrecer a sus clientes varias opciones en donde sus insumos contengan al mínimo mantecados, conservantes y químicos. Y de una forma creativa el cliente tenga un contacto directo con el producto, desde el inicio de su preparación hasta el momento que llega a sus manos.

⁶⁸ ¿QUÉ ES la Figura corporativa? [En línea]. [s.p.i.]. [Citado el 6 de marzo 2018]. Disponible en: <https://www.somoswaka.com/blog/2017/03/que-es-la-Figura-corporativa/>

2.8.2 Estrategia del producto. El fin de un producto es satisfacer la necesidad del cliente en un mercado objetivo, por medio de una posible elección del beneficio que brinde para el estudio de crepes y helados con técnicas tailandesa y japonesa, en donde se fusiona la satisfacción y calidad del producto, con el servicio y el ambiente.

Los productos que se ofrecerán son crepes con técnica japonesa, la cual consiste en una plancha circular expuesta a altas temperaturas donde permite al cliente escoger de manera libre los productos que desea encontrar en su crepe, por otra parte, se ofrece helados con técnica tailandesa la cual consiste en una plancha de acero inoxidable expuesta a bajas temperaturas, donde se vierten y mezclan los productos (escogidos libremente por el cliente) luego con dos espátulas se esparce el contenido en toda la plancha, y al momento de congelarse, con una de las espátulas se saca bonitos rollos de la mezcla, el cliente puede escoger cualquiera de los dos productos, y el valor agregado está en que tiene contacto directo con su pedido desde el momento en que lo pide hasta que está en sus manos, observando cada paso de su preparación.

Capresa ofrece una idea nueva no solo para Paipa sino el departamento, en un ambiente tradicional, hogareño, con decoración rústica y moderna, para todo tipo de persona que esté dispuesto a vivir una nueva experiencia.

2.8.3 Estrategia de servicio. El enfoque de Capresa es hacer pasar a todos sus clientes una experiencia diferente e inolvidable, entre sus estrategias está el servicio de calidad, el cual empieza por las buenas prácticas en manipulación de alimentos, capacitando a cada uno de los empleados, esta estrategia es muy importante, ya que el comensal observará toda la manipulación de los insumos para la preparación de su producto.

Por otra parte, las personas que tienen contacto con el cliente, (meseros, cajeros) estarán capacitados, para servir de la manera más respetuosa, amable y cercana con el fin, de brindar al cliente una experiencia satisfactoria. El ambiente del establecimiento buscará enfocarse en la cultura y tradición del departamento de Boyacá, ofreciendo al cliente un lugar rústico con toques modernos e iluminado, con un área con plantas para dar un ambiente fresco, tranquilo y acogedor.

Es importante aclarar que el restaurante está enfocado en la satisfacción del cliente así que, como propuesta de valor, se le brindarán opciones dadas por el restaurante, pero le presentará todos los ingredientes para que el consumidor pueda escogerlos libremente si no desea tomar las opciones que el restaurante ofrece.

Observando que los fines de semana uno de los principales motivos de salir del hogar, es realizar la visita a el lago Sochagota, “Capresa” tendrá una opción para los clientes que no deseen ingresar al local, sino adquirir su producto y degustarlo en la vía a el lago o donde decida el comensal, se prestará un servicio por fuera del local con las mismas estrategias de servicio, con la diferencia de que no degustan

el producto dentro del Local, y con el fin de lograr adecuadamente una rotación constante, para evitar largas esperas a la hora de adquirir un producto.

2.8.4 Estrategia plaza. Esta estrategia permite analizar los canales que atraviesa un producto, desde el momento en que produce o crea hasta el momento en que llega a manos del consumidor.

Ya que el restaurante Capresa su canal de distribución es directo ya que tiene no tiene ningún intermediario para que el producto llegue al consumidor, así que el establecimiento se acogerá a una estrategia de distribución exclusiva que consiste en escoger un único punto o zona de distribución del producto, es decir que se predefine una región, un solo distribuidor el cual es el único con el derecho exclusivo para vender la marca.

Gracias a esta estrategia “Capresa” puede contar con ventajas como: definir mercado objetivo, establecer punto de venta en el lugar que desee, desarrollo en venta, control total por parte del productor del precio del bien o servicio, supone costes de distribución prácticamente nulos, control total para garantizar calidad del producto.

2.8.5 Estrategia precio. Esta variable permite evaluar información sobre el precio del producto establecido por la organización para ofrecer al mercado. Es muy importante ya que es la única variable que genera ingresos haciéndolo muy competitivo en el mercado y con el poder total sobre el consumidor⁶⁹.

Es necesario que, para establecer un precio de venta, se tengan en cuenta costos de materia prima, producción, utilidad que se espera tener, entre otros. Se debe tener en cuenta factores como que, al entrar nuevo en el mercado, se debe establecer los costos de acuerdo con la competencia, y a partir de ahí evaluar y estar sujeta a cambios, dependiendo del movimiento que tenga la empresa en el mercado.

Se tiene en cuenta porcentaje total de impuesto al consumo (10%) el cual solo se incluye en la factura si el cliente así lo desea.

2.8.6 Estrategia promoción. “son habilidades, destrezas a utilizar para dar a conocer, informar o recordar un producto a los consumidores y no consumidores, con el fin de maximizar las ventas, atraer nuevos clientes, extender el conocimiento del producto y posicionar la marca.”⁷⁰

⁶⁹ JIMÉNEZ SÁNCHEZ, Araceli. El rincón del marketing [En línea]. [s.l.: s.n.], 2014. [Citado el 6 de marzo 2018]. Disponible en: <http://elricondelmarketing.blogspot.com.co/2011/12/analisis-de-tres-ejemplos-de.html>

⁷⁰ ESTRATEGIAS DE promoción dentro de las 4P” [En línea]. [s.p.i.]. [06 de marzo 2018]. Disponible en: <https://www.gestiopolis.com/estrategias-de-promocion-dentro-de-las-4-p/>

Para Capresa es totalmente importante mantener actualizado a sus clientes con flujo de información y crear estrategia de voz a voz, ofreciendo a cada uno de sus clientes una experiencia única, con el fin de que se vayan tan satisfechos que quieran promocionar el restaurante, el menú del restaurante se encuentra en el Anexo B.

Se utilizará estrategias de cercanía con el cliente, desde el más pequeño hasta el adulto mayor, ya que Capresa está enfocado en la salud y bienestar de sus consumidores, ofreciendo productos sabrosos con menos cantidades de químicos, azúcares y mantecados.

En busca de satisfacer más al cliente, se premiará a los clientes frecuentes, por medio de una base de datos las personas que deseen ingresar sus datos cada que realicen la compra y llevar así un seguimiento, y por medio de este premiar a las personas que acuden frecuentemente al restaurante con cortesías, de helados o crepes gratis, redimibles en el siguiente mes.

Hoy en día todo se mueve por medios de información como son las redes sociales, así que Capresa, cuenta con redes como Email, Facebook, Pagina Web e Instagram el cual brindará toda la información adecuada desde ubicación hasta productos a encontrar entre otros.

También se buscará pagar un dominio en socialancer, la cual es una comunidad especializada en el manejo en aparición de los principales buscadores, Google maps y Adwords, permitiendo así estar en las principales páginas y buscadores de internet, para darse a conocer y aparecer en todos los medios sociales posibles, ampliando así la oportunidad de darse a conocer y que puedan evaluar fácilmente la calidad del restaurante.

Imagen 10. Página Web oficial

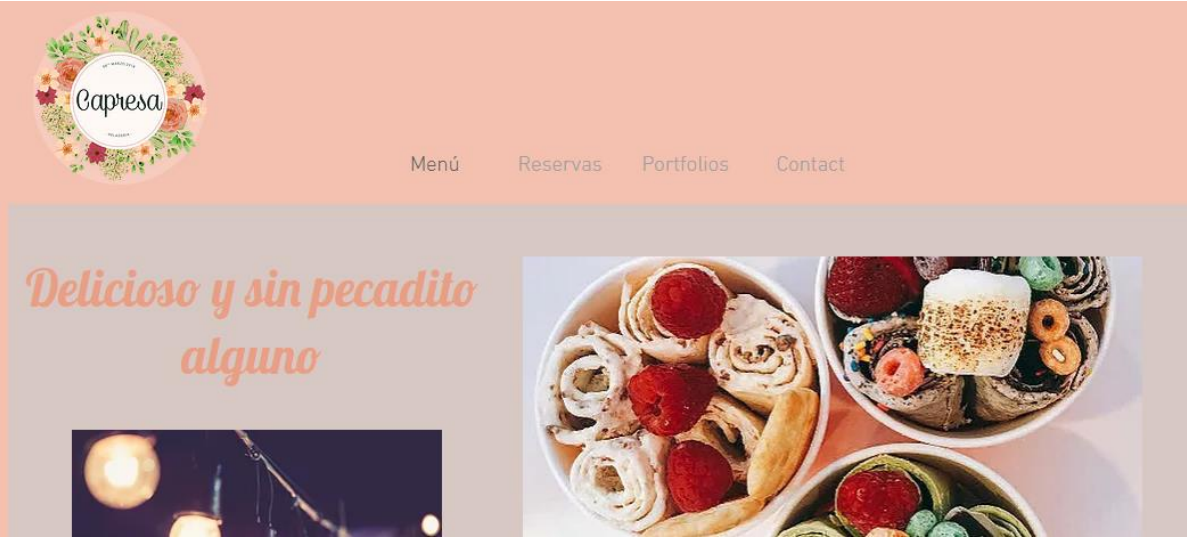


Imagen 11. Página Web oficial

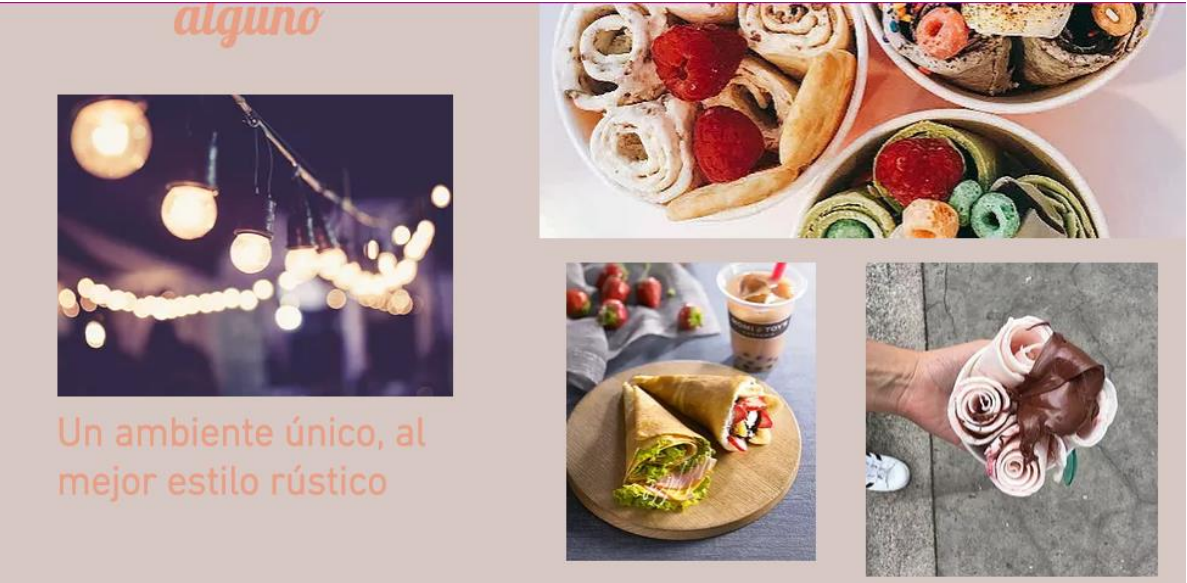
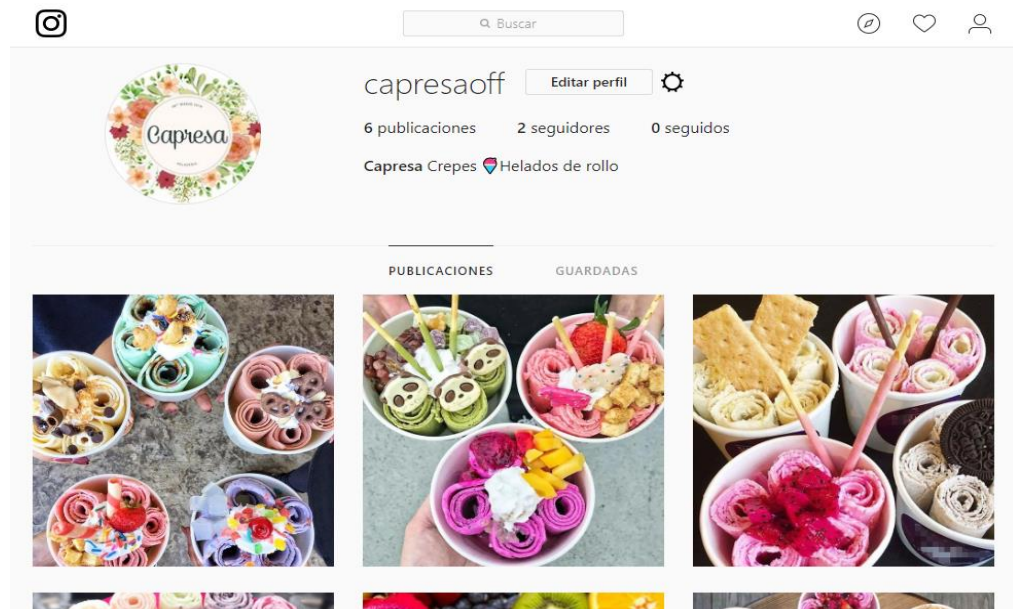


Imagen 12. Página de Facebook oficial



Imagen 13. Página Instagram Oficial



2.9 RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS ESTUDIO DE MERCADO

En la Tabla 46. Muestra los costos y gastos necesarios para el desarrollo del proyecto por parte del estudio de mercados.

Tabla 46. Resumen de costos y gastos estudio de mercado

Costo y Gasto	Valor \$
Manual identidad corporativo	\$ 550.000
Manejo página web, redes sociales y socialancer	\$ 1.800.000
Logotipo	\$ 700.000
Total	\$ 3.050.000

3. ESTUDIO TÉCNICO

Para este estudio se explicará inicialmente con la descripción del producto y servicio que ofrece, seguido de los diagramas de flujo de los procesos del producto, servicio y abastecimiento necesario para el funcionamiento adecuado del restaurante, se describe la ficha técnica cada producto del menú, donde se establece la cantidad, permitiendo así el estudio de tiempos y movimientos necesarios para la elaboración de estos, y hallando el cálculo de capacidades y determinación de la ubicación geográfica, también se describe el plan de seguridad y salud ocupacional necesario para el restaurante, y por último se tiene en cuenta los costos necesarios para la realización de este estudio.

3.1 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO, SERVICIO, DIAGRAMAS DE FLUJO Y FICHA TÉCNICA

El restaurante “Capresa” ofrece dos productos totalmente innovadores para el municipio, con insumos caracterizados por su calidad y enfocados en la salud del comensal, además ofrece comodidad y el mejor servicio en un ambiente rustico y moderno a la vez, enfocado para toda la familia.

Se elaborará a continuación el producto, el servicio, los diagramas de flujo de cada proceso, (servicio, producto y abastecimiento) y la ficha técnica de cada producto.

3.1.1 Producto. La Carta del restaurante ofrece dos productos, el cual permite su elaboración a libre decisión del cliente, primero se le ofrece las opciones establecidas por el restaurante, y si no desean tomar ninguna de esta también se le ofrece la opción que lo arme a su preferencia, el restaurante ofrece dos productos, uno es un helado artesanal que se elabora con la técnica tailandesa, y el otro producto es un crepe que aplica la tradicional técnica japonesa, en los Cuadros 14, 15., muestra las opciones sugeridas por el restaurante tanto para los helados como para los crepe.

Cuadro 14. Helados

Helados	Fruta	Base	Endulzante
Rojito y chapeadito	Mora, agraz, fresa	Yogurt natural	Arequipe (Casa) o normal
Amarillo y acidito	Maracuyá	Yogurt griego	Leche condensada (Casa) o normal
Toquecito Final	Cerezas	Base de sémola de maíz	Chocolate 100% Cacao o normal

Cuadro 15. Crepe

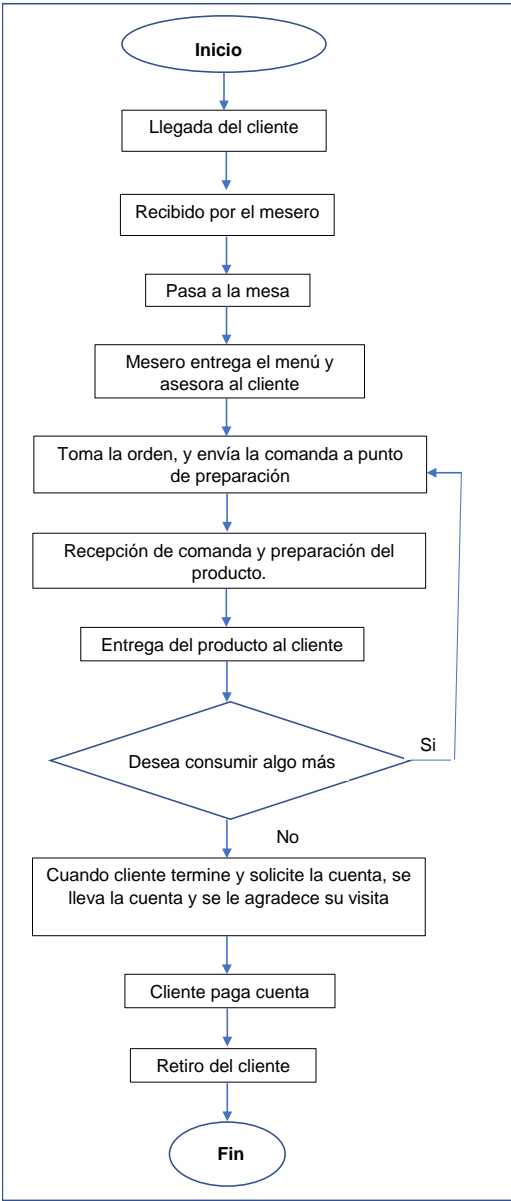
Crepe	Dulcecito	Crepe	Saladito
Silvestre	Tortilla de la casa (Masa base de avena) o Galette (Masa a base de trigo), Crema de avellana (Casa) o normal, Mora, agraz, fresa.	Capresa	Tortilla de la casa (Masa a base de avena) pesto, tomate cherry, queso de búfala o mozzarella.
Delicio	Tortilla galette (Masa a base de trigo), o tortilla de vainilla o chocolate, Chocolate blanco (Casa) o normal y frambuesas.	Ahumadito	Galette (Masa a base de trigo), Jamón ahumado, rúcula, queso de Búfala o mozzarella, y almendras.
		Criollito	Galette (Masa a base de trigo), Huevo, jamón, albahaca, tomate seco, queso mozzarella o búfala.

3.1.2 Servicio. Uno de los factores más importantes para un restaurante, ya que depende desde la llegada del comensal hasta el final de su estadía en el establecimiento, así que “Capresa” buscará ofrecer calidad en su servicio, enfocado en el acercamiento, satisfacción, y amabilidad con sus clientes, en un ambiente acogedor que les recuerde el tradicionalismo rustico de los pueblos boyacenses y la creatividad e innovación del modernismo, donde el cliente tendrá contacto directo si es de su preferencia con el producto.

- **Necesidades que cubre.** El restaurante “Capresa” busca satisfacer y cubrir necesidades hacia los comensales, tanto fisiológicas, donde permite la degustación de productos innovadores para el departamento al gusto de cada comensal, por otra parte, Sociales ya que ofrece un espacio agradable y acogedor perfecto para compartir en familia y amigos, y en la parte emocional de sus clientes ya que atendidos con el mejor servicio y la mejor calidad en sus productos haciendo un conjunto ideal con el ambiente dando así un toque a cada uno de los visitantes.
- **Puntos diferenciales.** Este restaurante trae dos productos totalmente innovadores para el departamento, ofrecidos en un ambiente destacado por su rusticidad y modernismo, donde si el cliente desea, tiene contacto directo en la preparación de su producto, siempre resaltando las costumbres y arte del municipio un lugar no encontrado en el este ni sus alrededores.

3.1.3 Diagramas de flujo. En esta parte se desarrollan los diagramas de flujo del proceso en general, describiendo cada etapa del proceso tanto de abastecimiento, como de preparación del producto, hasta el proceso de servicio, simbolizando cada proceso por medio de figuras, en donde cada actividad está representada por un rectángulo, cada decisión con un rombo y cada inicio y final del proceso con un circulo, el Diagrama 1., pertenece al proceso de servicio.

Diagrama 1. Flujo de proceso de servicio

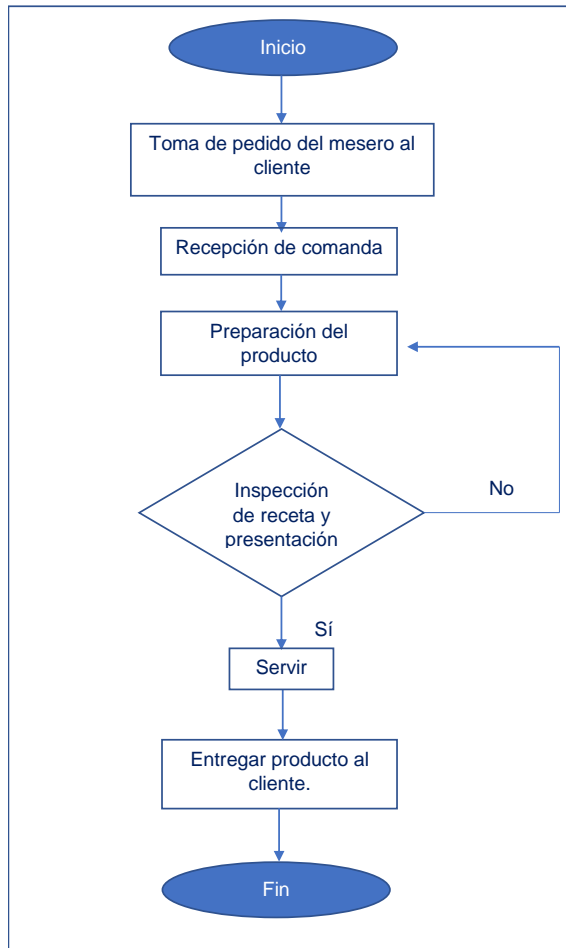


- **Cliente es recibido por un mesero.** En el momento en que llega el cliente e ingresa al restaurante es recibido por un mesero, quien le da la bienvenida y le ofrece una mesa en donde se puedan sentir a gusto.
- **El Cliente pasa a la mesa.** A la hora que el mesero ofrece la mesa el cliente decide en que mesa se siente a gusto, y se ubica en ella.

- **Mesero entrega el menú y asesora al cliente.** Una vez en cliente este ubicado y a gusto, el mesero entrega el menú, y ofrece asesoría de la dinámica del restaurante, buscando que el cliente escoja la mejor opción.
- **Toma de orden por el mesero al cliente.** A la hora de los clientes tener claro su decisión, el mesero toma el pedido.
- **Recepción de comanda y preparación del producto.** A la hora que el mesero lleva la comanda del pedido, se procede con el producto en orden de llegada de la comanda, buscando ofrecer el mejor servicio y la menor espera para el cliente, buscando satisfacer las necesidades de este y una vez llegue el turno del pedido, la persona encargada de la producción de los productos, procede a su realización, cumpliendo con las medidas de cada producto y receta ya establecida, garantizando ofrecer al cliente el producto ofrecido
- **Entrega del producto al cliente.** Cuando el producto se encuentre listo, el mesero lo toma y lo lleva al cliente.
- **Desea consumir algo más.** Cuando el cliente este por terminar el producto, el mesero pregunta si desean pedir algún otro producto, si es así toma la orden y se realiza todo el proceso anterior nuevamente, pero si por el contrario no desean nada más procede a esperar que soliciten la cuenta.
- **Cuando el cliente termine y solicite la cuenta.** A la hora que el cliente solicite la cuenta, se procede a llevarla y se agradece por su visita.
- **Cliente paga la cuenta.** A la hora que el mesero lleve la cuenta, el cliente se dirige a la caja y la paga.
- **Retiro del cliente.** Cuando el cliente decida retirarse del establecimiento, el mesero se despide amablemente y le desea un pronto regreso.

El siguiente diagrama de flujo corresponde a la elaboración del producto, Ver Diagrama 2.

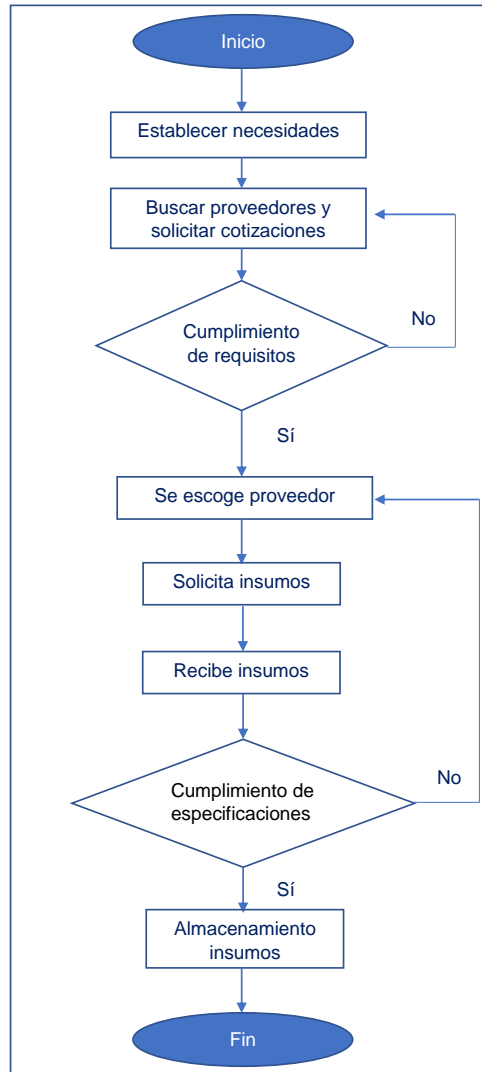
Diagrama 2. Flujo de elaboración del producto.



- **Toma de pedido del mesero al cliente.** Cuando el cliente esté preparado y cómodo en la mesa, y el mesero ya haya realizado la respectiva asesoría, toma la orden del cliente.
- **Recepción de comanda.** Después que el mesero tome la orden se dirige al punto de preparación del producto y deja la comanda, la cual se manejará por primero en llegada primero en salida, buscando la satisfacción del cliente, minimizando el tiempo de espera.
- **Preparación del producto.** Una vez llegue la comanda al punto de preparación se procede a seguir la receta, y la elaboración del producto, buscando ocupar el mínimo tiempo posible.
- **Inspección de receta y presentación.** Una vez terminado el producto, se toma el tiempo para verificar que la orden sea la correcta y que presentado como ya está establecido, ofreciendo la mejor calidad.

- **Servir.** Se sirve el producto en los recipientes ya establecidos
- **Entregar el producto al cliente.** Al ya tener listo el producto, se pasa al mesero para que haga entrega al cliente.

Diagrama 3. Flujo de proceso de abastecimiento.



- **Establecer necesidades.** Se hace un listado de todos los insumos necesarios para ofrecer productos con la más alta calidad.
- **Buscar proveedores y solicitar cotizaciones.** Se realiza la búsqueda de proveedores que cumplan con las necesidades solicitadas, y se cotiza con cada uno de ellos.

- **Cumplimiento de requisitos.** Se buscan las mejores opciones que ofrezcan insumos de alta calidad, buenos precios, y cumplimiento con las entregas, si al tener en cuenta cada uno de estos no cumple con las especificaciones, se vuelve a realizar el proceso de búsqueda de proveedores, pero si cumple con cada una de las especificaciones se selecciona el proveedor.
- **Se escoge proveedor.** A la hora de evaluar cotizaciones y requisitos se escoge la mejor opción que supla las necesidades solicitadas.
- **Solicita insumos.** Al ya tener seleccionado el proveedor, se realiza el listado y solicitud de insumos necesarios.
- **Recibe insumos.** Después de realizar la solicitud de los insumos se realiza la respectiva recepción para proceder en la inspección de calidad, y cumplimiento con todo lo solicitado.
- **Cumplimiento de especificaciones.** Se hace una evaluación de cumplimiento con cada una de las solicitudes, tanto en calidad, precios y cumplimiento, si alguna de estas se incumple, se vuelve al proceso de escoger otro proveedor, pero si por el contrario cumple con cada uno de los requisitos, se procede al almacenamiento.
- **Almacenamiento de insumos.** Al tener la certeza y realizar el respectivo proceso de inspección de los insumos, se procede a realizar el almacenamiento adecuado de este, buscando siempre el mayor cuidado y siguiendo todas las reglas de salubridad, con el fin de ofrecer los mejores productos con la más alta calidad.

3.1.4 Ficha técnica del producto. Esta parte del estudio se especificará y describirá las características de cada producto del menú que se presenta como opción a cada uno de los comensales, teniendo en cuenta la materia prima, los costos, la descripción del producto y la imagen respectiva, se presentará la ficha técnica, del helado Rojito y chapeadito, un crepe dulcecito (silvestre) y uno saladito (Criollo), el resto de fichas técnicas se presentarán en el Anexo C.





FICHA TÉCNICA PARA ROJITO Y CHAPEADITO



02/04/2017

Realizó y revisó	Laura Sofía Mateus Mateus
Clasificación	Helado
Nº de porciones	1
Descripción del producto	Helado de fruto rojos, en base de yogurt y arequipe



Ingrediente	Cantidad	Unidad	Valor/ Cantidad	Total
Mora	6,78	gr	\$5	\$33,9
Agraz	7,2	gr	\$35	\$252
Fresa	23	gr	\$6	\$138
Arequipe (Casa)	5	gr	\$54	\$270
Yogur Natural	80	gr	\$13	\$1040
COSTO DE MATERIA PRIMA				\$1733,9
VARIACIÓN DE COSTOS 10%				\$173,39
IMPUESTO AL CONSUMO 8%				\$138,712
COSTO TOTAL DEL PRODUCTO				\$2046,5

		FICHA TÉCNICA PARA CREPE DULCESITO (SILVESTRE)		02/04/2017	
Realizó y revisó			Laura Sofía Mateus Mateus		
Clasificación			Crepe		
Nº de porciones			1		
Descripción del producto			Crepe con tortilla de la casa, crema de avellana (Casa), (Mora, agraz y fresa)		
					
Ingrediente	Cantidad	Unidad	Valor/ Cantidad	Total	
Mora	15,82	gr	\$5	\$79,1	
Agraz	14,4	gr	\$35	\$504	
Fresa	92	gr	\$6	\$552	
Crema de avellana (Casa)	7	gr	\$32,5	\$227,5	
Harina de avena	30	gr	\$33,46	\$1003,8	
Huevo	9,1	gr	\$4,1	\$37,41	
Leche	25	gr	\$1,94	\$48,5	
Edulcorante	0,16	gr	\$70,7	\$11,3	
Aceite	0,8	gr	\$10,9	\$8,7	
COSTO DE MATERIA PRIMA				\$2472,31	
VARIACIÓN DE COSTOS 10%				\$227,231	
IMPUESTO AL CONSUMO 8%				\$197,7	
COSTO TOTAL DEL PRODUCTO				\$2897,241	

		FICHA TÉCNICA PARA CREPE SALADITO(CRIOLLO)		02/04/2017	
Realizó y revisó			Laura Sofía Mateus Mateus		
Clasificación			Crepe		
Nº de porciones			1		
Descripción del producto			Crepe con tortilla de la casa, jamón, huevo, tomate seco, albahaca, queso mozzarella.		
					
Ingrediente	Cantidad	Unidad	Valor/ Cantidad	Total	
Huevo	73	gr	\$4,1	\$300	
Jamón	28	gr	\$28,6	\$800,8	
Queso mozzarella	28	gr	\$23,4	\$655,2	
Tomate seco	3	gr	\$95,6	\$286,8	
Albahaca	1	gr	\$104	\$104	
Harina de avena	30	gr	\$33,46	\$1003,8	
Huevo	9,125	gr	\$4,1	\$37,41	
Leche	25	gr	\$1,94	\$48,5	
Edulcorante	0,16	gr	\$70,7	\$11,3	
Aceite	0,8	gr	\$10.9	\$8,7	
COSTO DE MATERIA PRIMA				\$3256,51	
VARIACIÓN DE COSTOS 10%				\$325,651	
IMPUESTO AL CONSUMO 8%				\$260,52	
COSTO TOTAL DEL PRODUCTO				\$3842,4	

3.2 ESTUDIO DE MÉTODOS

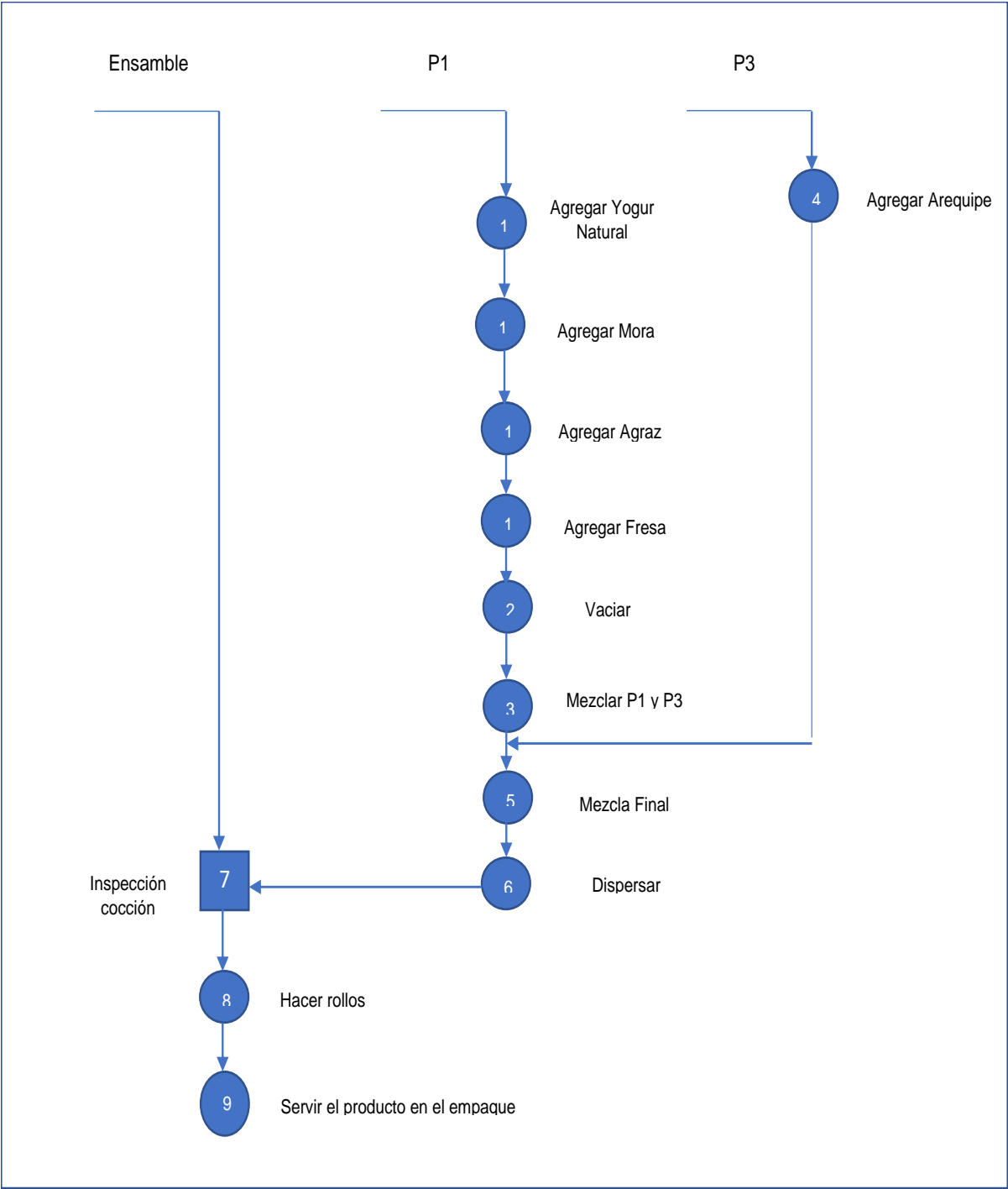
Se mostrará el estudio de métodos para cada uno de los productos ofrecidos en el menú, mostrando una explicación detallada, del método más sencillo y eficiente para la realización del producto, buscando ampliar la productividad, y mostrando un diagrama de operaciones del proceso.

Gracias a los métodos de trabajo permite establecer procedimientos necesarios para hacer que el proceso de producción de cada producto ofrecido en el menú, sea lo más técnico y eficiente posible, describiendo cada una de las acciones que se deben realizar para la elaboración de estos, se hace la aplicación de este método buscando que cada uno de los trabajadores informe la elaboración de cada producto, buscando economizar tiempos y lograr que cada uno de sus procesos sea productivo, se realizará los métodos de trabajo de los productos, rojito y chapeadito (Helado), silvestre (crepe dulcecito) y Criollo (Crepe saladito). Los otros métodos de los otros productos, se encuentran en el Anexo D. Es importante tener en cuenta que algunos ingredientes de los productos ya tienen pre- alistamiento, ya que el tiempo de demanda es independiente y para la preparación de los productos requiere que ya estén listos los insumos necesarios, también se tiene en cuenta que los ingredientes a utilizar están a la vista del cliente, así que también deben tener un pre- alistamiento del refrigerador al stand donde estarán permanentemente, mientras se encuentre abierto el restaurante.

Cuadro 16. Método de trabajo proceso productivo del helado rojito y chapeadito.

Proceso productivo Helado rojito y chapeadito.			
Ítem	Actividad	Descripción	Maquinaria y equipo
1	Agregar (P1)	Agregar la cantidad específica de yogur Natural, mora, agraz y fresa.	Recipiente de acero inoxidable.
2	Vaciar	Vaciar P1 sobre la plancha de acero inoxidable congelada.	Recipiente en acero inoxidable.
3	Mezclar (P2)	Mezclar P1 hasta la consistencia deseada	Espátulas de acero inoxidable.
4	Agregar (P3)	Agregar arequipe a la mezcla P2	
5	Mezcla Final	Mezclar P1 con el arequipe hasta lograr la consistencia deseada	Espátulas y recipiente en acero inoxidable.
6	Dispersar	Dispersar la mezcla final, sobre la plancha de acero inoxidable congelada.	Espátulas de acero inoxidable.
7	Inspección	Verificar la temperatura ideal de la mezcla.	
8	Hacer rollos	Al encontrarse la mezcla final congelada, con ayuda de las espátulas hacer rollos despegando la mezcla de la plancha.	Espátulas
9	Servir	Servir el producto en el empaque de cartón.	Pinzas de plástico.

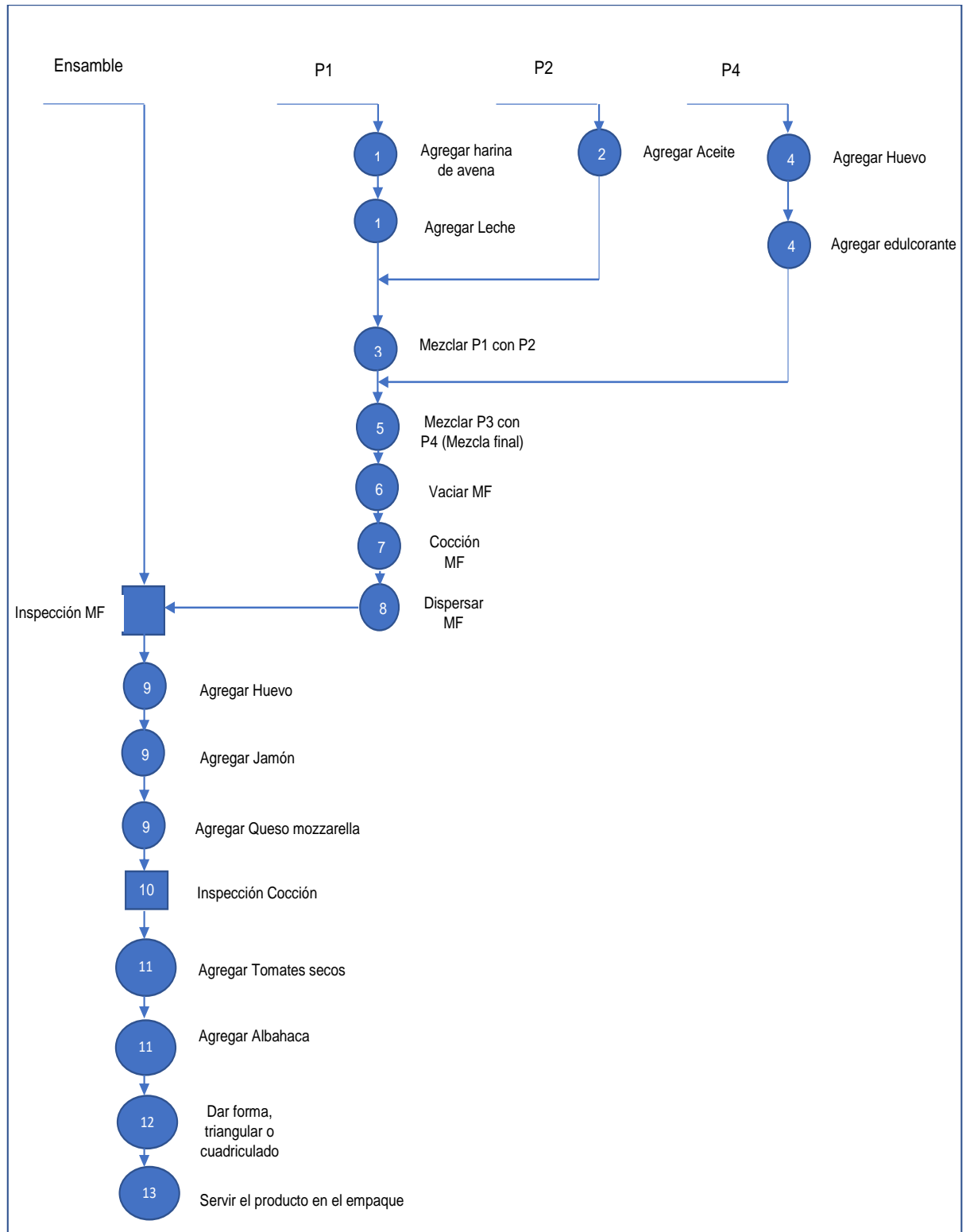
Diagrama 4. Método de trabajo proceso productivo del helado rojito y chapeadito.



Cuadro 17. Método de trabajo proceso productivo de crepe criollito (Crepe saladito)

Proceso productivo de crepe Criollo (Crepe saladito)			
Ítem	Actividad	Descripción	Maquinaria y equipo
1	Mezclar (P1)	Mezclar la cantidad específica de harina de avena y leche.	Recipiente de acero inoxidable, cuchara medidora, mezclador
2	Agregar (P2)	Agregar la cantidad específica de aceite.	Cuchará medidora
3	Mezclar (P3)	Mezclar P1 con el aceite.	Recipiente de acero inoxidable y mezclador.
4	Agregar (P4)	Agregar la cantidad específica de huevo, y edulcorante	Recipiente de acero inoxidable, cuchara medidora.
5	Mezcla final	Mezclar P3 con P4 hasta que tome consistencia.	Recipiente de acero inoxidable y mezclador
6	Vaciar	Vaciar la mezcla final sobre la crepera caliente.	Recipiente de acero inoxidable
7	Dispersar	Dispersar la mezcla final en forma circular sobre la plancha de la crepera	Recipiente de acero inoxidable, pala de madera.
8	Cocción	Dejar que se doren los dos lados de la mezcla final.	Recipiente de acero inoxidable, espátula.
9	Agregar	Agregar 1 huevo, la cantidad específica de jamón y queso mozzarella	Pinzas de acero inoxidable, y recipiente de plástico.
10	Inspección	Verificar la cocción específica del huevo, y del queso mozzarella.	
11	Agregar	Agregar la cantidad específica de tomates secos, y albahaca.	Recipiente y pinzas de acero inoxidable.
12	Dar forma	Darle forma triangular, o cuadrículada al crepe según sea la elección del cliente.	Espátula de acero inoxidable
13	Servir	Servir el producto en el empaque o en la vajilla, según la preferencia del cliente.	Espátula de acero inoxidable, Empaque.

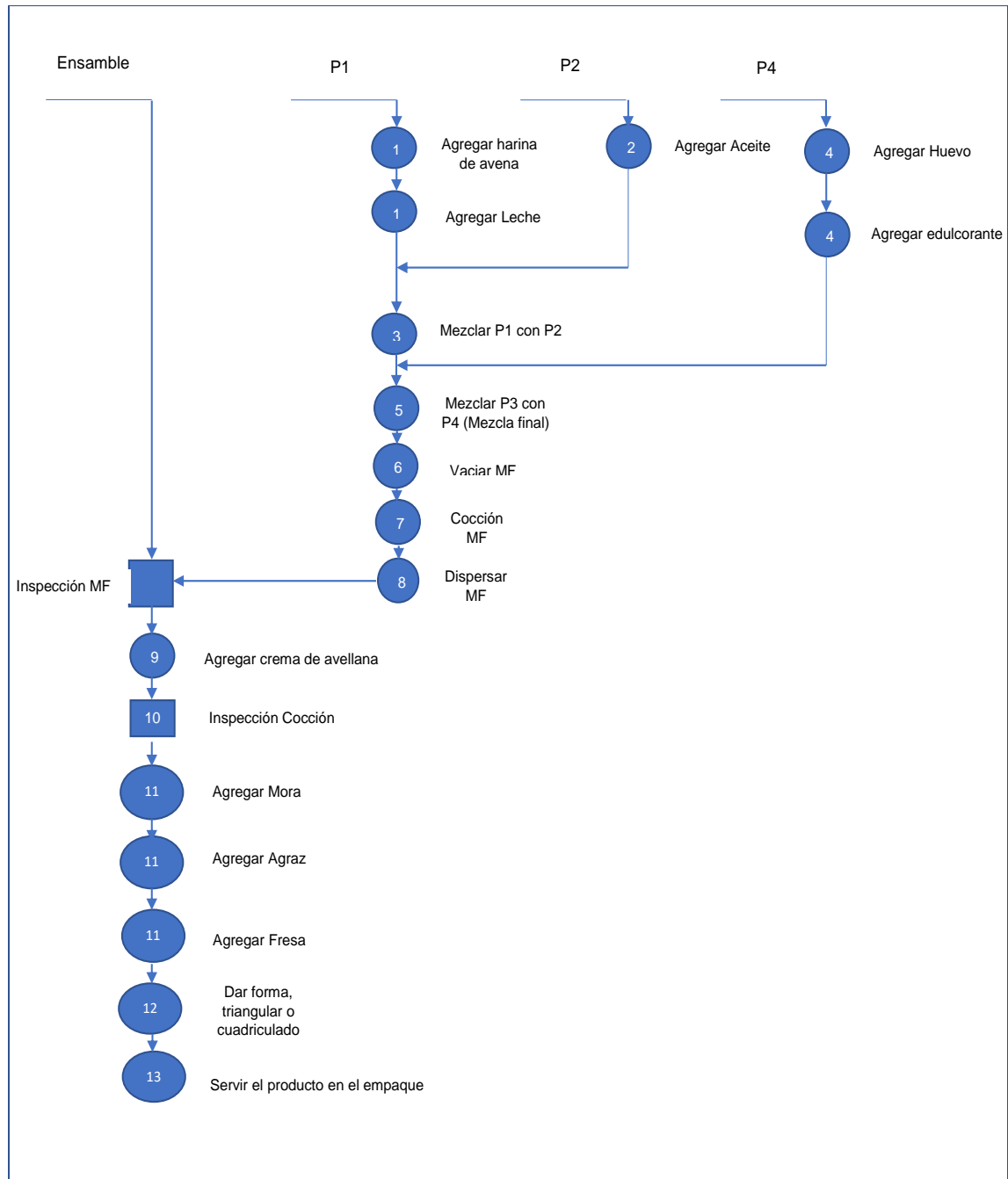
Diagrama 5. Diagrama de proceso productivo de crepe criollito (Crepe saladito)



Cuadro 18. Método de trabajo proceso productivo de Silvestre (Crepe dulcecito)

Proceso productivo para crepe Silvestre (crepe dulcecito)			
Ítem	Actividad	Descripción	Maquinaria y equipo
1	Mezclar (P1)	Mezclar la cantidad específica de harina de avena y leche.	Recipiente de acero inoxidable, cuchara medidora, mezclador
2	Agregar (P2)	Agregar la cantidad específica de aceite.	Cuchará medidora
3	Mezclar (P3)	Mezclar P1 con el aceite.	Recipiente de acero inoxidable y mezclador.
4	Agregar (P4)	Agregar la cantidad específica de huevo, y edulcorante	Recipiente de acero inoxidable, cuchara medidora.
5	Mezcla final	Mezclar P3 con P4 hasta que tome consistencia.	Recipiente de acero inoxidable y mezclador
6	Vaciar	Vaciar la mezcla final sobre la crepera caliente.	Recipiente de acero inoxidable
7	Dispersar	Dispersar la mezcla final en forma circular sobre la plancha de la crepera	Recipiente de acero inoxidable, pala de madera.
8	Cocción	Dejar que se doren los dos lados de la mezcla final.	Recipiente de acero inoxidable, espátula.
9	Agregar	Agregar crema de avellana	Pinzas de acero inoxidable, y recipiente de plástico.
10	Inspección	Verificar que la crema de avellana tome la temperatura adecuada.	
11	Agregar	Agregar la Mora, agraz y fresa	Recipiente y pinza de acero inoxidable.
12	Dar forma	Darle forma triangular, o cuadrada al crepe según sea la elección del cliente.	Espátula de acero inoxidable
13	Servir	Servir el producto en el empaque o en la vajilla, según la preferencia del cliente.	Espátula de acero inoxidable, Empaque.

Diagrama 6. Método de trabajo proceso productivo de Silvestre (Crepe dulcecito)



3.3 ESTUDIO DE TIEMPOS

Este estudio hace parte de una técnica de medición del trabajo utilizada para registrar tiempos, y en este proyecto se buscará tomar tiempos de cada proceso necesario para la creación de cada uno de los productos, teniendo en cuenta

condiciones y recetas determinadas, este estudio se permitió efectuar en dos establecimientos, uno es la heladería Rolls y un restaurante Dolce Nona.

3.3.1 Diagrama de proceso. Es una representación gráfica de los pasos a seguir en una secuencia de actividades, dentro de un proceso de o procedimiento, identificado por símbolos⁷¹.

Para la elaboración de este diagrama se tomó como herramienta un cronómetro sexagesimal, teniendo en cuenta los tiempos de cada proceso necesarios para la preparación de cada uno de los platos del menú, para la suma de cada uno de los tiempos, se hizo necesario convertir los tiempos de forma centesimal y se toma cada tiempo de acuerdo a cada proceso de cada producto, a continuación se mostrará el diagrama de los productos, helado rojito y chapeadito, crepe criollo (saladito) y crepe silvestre (dulcecito) los diagramas de los otros productos se encuentran en el Anexo E, y el formato de tiempos en el Anexo F.

⁷¹ DEFINICIÓN DIAGRAMA de proceso [En línea]. [s.l.: s.n.], 2012. [Citado el 10 de abril de 2018]. Disponible en: <https://es.slideshare.net/ferantonio-93/definicion-de-diagrama-de-proceso>

Diagrama 7. Diagrama de proceso para preparación del helado rojito y chapeadito



Diagrama de proceso de preparación del helado rojito y chapeadito.								
Elaborado por: Laura Sofia Mateus								
Nombre del proceso: Rojito y chapeadito.								
	Resumen							
	Actividad	Descripción	Cant	T (min)	D(m)			
	●	Operación	8	2,97	0			
	➔	Transporte	1	0,25	6,02			
	■	Inspección	1	0,08	0			
	▼	Almacenamiento	0	0	0			
	⬇	Demoras	0	0	0			
Nº	DESCRIPCIÓN	ACTIVIDAD				T (min)	D(m)	
1	Retirar la materia prima de depósito de comida	●	➔	■	▼	⬇	-	6,02
2	Agregar la cantidad específica de yogur Natural, mora, agraz y fresa.	●	➔	■	▼	⬇	0,44	
3	Vaciar P1 sobre la plancha de acero inoxidable congelada.	●	➔	■	▼	⬇	0,22	
4	Mezclar P1 hasta la consistencia deseada	●	➔	■	▼	⬇	0,39	
5	Agregar arequipe a la mezcla P2	●	➔	■	▼	⬇	0,20	
6	Mezclar P1 con el arequipe hasta lograr la consistencia deseada	●	➔	■	▼	⬇	0,19	
7	Dispersar la mezcla final, sobre la plancha de acero inoxidable congelada.	●	➔	■	▼	⬇	0,63	
8	Verificar la temperatura ideal de la mezcla.	●	➔	■	▼	⬇	-	
9	Al encontrarse la mezcla final congelada, con ayuda de las espátulas hacer rollos despegando la mezcla de la plancha.	●	➔	■	▼	⬇	0,78	
10	Servir el producto en el empaque de cartón.	●	➔	■	▼	⬇	0,22	
TOTAL							3,07	

Diagrama 8. Diagrama de proceso de preparación de Crepe silvestre (dulcecito)





Diagrama de proceso de preparación de Crepe Silvestre (dulcecito)								
Elaborado por: Laura Sofia Mateus								
Nombre del proceso: Crepe Silvestre (dulcecito)								
	Resumen							
	Actividad	Descripción	Cant	T (min)	D(m)			
	●	Operación	12	3,38	0			
	➔	Transporte	1	0,25	6,02			
	■	Inspección	1	0,05	0			
	▼	Almacenamiento	0	0	0			
◐	Demoras	0	0	0				
Nº	DESCRIPCIÓN	ACTIVIDAD				T (min)	D(m)	
1	Retirar la materia prima de depósito de comida	●	➔	■	▼	◐	-	6,02
2	Mezclar la cantidad específica de harina de avena y leche.	●	➔	■	▼	◐	0,28	
3	Agregar la cantidad específica de aceite.	●	➔	■	▼	◐	0,2	
4	Mezclar P1 con el aceite.	●	➔	■	▼	◐	0,10	
5	Agregar la cantidad específica de huevo, y edulcorante	●	➔	■	▼	◐	0,16	
6	Mezclar P3 con P4 hasta que tome consistencia.	●	➔	■	▼	◐	0,19	
7	Vaciar la mezcla final sobre la crepera caliente.	●	➔	■	▼	◐	0,25	
8	Dispersar la mezcla final en forma circular sobre la plancha de la crepera.	●	➔	■	▼	◐	0,63	
9	Dejar que se doren los dos lados de la mezcla final.	●	➔	■	▼	◐	0,8	
10	Agregar crema de avellana	●	➔	■	▼	◐	0,24	
11	Verificar que la crema de avellana tome la temperatura adecuada	●	➔	■	▼	◐	0,21	
12	Agregar la Mora, agraz y fresa	●	➔	■	▼	◐	0,59	
13	Darle forma triangular, o cuadriculada al crepe según sea la elección del cliente	●	➔	■	▼	◐	0,21	
14	Servir el producto en el empaque o en la vajilla, según la preferencia del cliente.	●	➔	■	▼	◐	0,22	
TOTAL							4,07	6,02

Diagrama 9. Diagrama de proceso de preparación de Crepe Criollito (saladito)

Diagrama de proceso de preparación de Crepe Criollito (saladito)								
Elaborado por: Laura Sofia Mateus								
Nombre del proceso: Crepe Criollito (saladito)								
	Resumen							
	Actividad	Descripción	Cant	T (min)	D(m)			
	●	Operación	12	3,38	0			
	➔	Transporte	1	0,25	6,02			
	■	Inspección	1	0,05	0			
	▼	Almacenamiento	0	0	0			
Ⓧ	Demoras	0	0	0				
Nº	DESCRIPCIÓN	ACTIVIDAD				T (min)	D(m)	
1	Retirar la materia prima de depósito de comida	●	➔	■	▼	Ⓧ	-	6,02
2	Mezclar la cantidad específica de harina de avena y leche.	●	➔	■	▼	Ⓧ	0,28	
3	Agregar la cantidad específica de aceite.	●	➔	■	▼	Ⓧ	0,2	
4	Mezclar P1 con el aceite.	●	➔	■	▼	Ⓧ	0,10	
5	Agregar la cantidad específica de huevo, y edulcorante	●	➔	■	▼	Ⓧ	0,16	
6	Mezclar P3 con P4 hasta que tome consistencia.	●	➔	■	▼	Ⓧ	0,19	
7	Vaciar la mezcla final sobre la crepera caliente.	●	➔	■	▼	Ⓧ	0,25	
8	Dispersar la mezcla final en forma circular sobre la plancha de la crepera.	●	➔	■	▼	Ⓧ	0,63	
9	Dejar que se doren los dos lados de la mezcla final.	●	➔	■	▼	Ⓧ	0,8	
10	Agregar 1 huevo, la cantidad específica de jamón y queso mozzarella	●	➔	■	▼	Ⓧ	0,28	
11	Verificar la cocción específica del huevo, y del queso mozzarella	●	➔	■	▼	Ⓧ	0,21	
12	Agregar la cantidad específica de tomates secos, y albahaca.	●	➔	■	▼	Ⓧ	0,57	
13	Darle forma triangular, o cuadriculada al crepe según sea la elección del cliente.	●	➔	■	▼	Ⓧ	0,21	
14	Servir el producto en el empaque o en la vajilla, según la preferencia del cliente.	●	➔	■	▼	Ⓧ	0,22	
TOTAL							4,1	6,02

A partir de los diagramas de proceso de preparación para los crepe y helados permite observar que gracias al estudio de tiempos para el helado se gasta 3,15 minutos medidos centesimalmente, Iguualmente para los crepe tanto dulcecitos los cuales ocupan 4,07 minutos, y para la crepe saladitos 4,1 minutos.

3.3.2 Suplementos de trabajo. Es necesario tener en cuenta los suplementos que son aplicables al esfuerzo que realiza el trabajador al realizar su turno.

Tabla 47. Suplemento de trabajo según OIT para la producción de helado, crepe dulce y salado.

Suplemento	%
Trabajo de pie	1%
Condiciones atmosféricas	1%
Por fatiga	1%
Total	3%

Tanto para la elaboración de los helados y los crepes, se utilizará el mismo porcentaje de suplementos ya que a pesar de que son procesos distintos, según el OIT se utilizan los mismos suplementos, que son trabajo de pie dándole un 1%, las condiciones atmosféricas que son tanto el calor como el frío que producen las planchas con un 1% y por fatiga con un 1%, siendo los únicos factores que se pueden establecer, que afecten directamente el desempeño del trabajador.

Se realizaron los formatos de la forma de tiempos de cada uno de los procesos, tanto para crepes dulcecitos, saladitos y helados en donde se tiene en cuenta el promedio de factor de actuación y tiempos estándar.

Se observó que, al finalizar el estudio de tiempos de cada producto ofrecido en el menú, la forma de tiempos de cada uno de los helados es igual ya que solo cambian los ingredientes a utilizar, pero se desarrolla el mismo proceso, igualmente para los crepes dulcecitos, mientras que para los crepes saladitos solo el capresa y ahumadito, y champado tienen el mismo proceso, así que una vez finalizado el estudio de tiempos. Se obtiene los tiempos estándar para cada producto. Ver Tabla 48, 49, y 50.

Tabla 48. Resultado toma de tiempos para helados

Operación		T. Real.	Factor de actuación	T. Normal.	Ciclos	T. Normal	Suplemento	T Estandar Helados.
Agregar general (Ingredientes según se desee) P1	Base	6,12	1%	6,12	15	0,40	3%	0,44
Vaciar P1		2,9	1%	2,9	15	0,19	3%	0,22
Mezclar P1		5,47	1%	5,47	15	0,36	3%	0,39
Agregar salsa		2,69	1%	2,69	15	0,18	3%	0,20
Mezclar MF		2,36	1%	2,36	15	0,16	3%	0,19
Dispersar MF		8,97	1%	8,97	15	0,60	3%	0,63
Hacer rollos		11,35	1%	11,35	15	0,76	3%	0,78
Servir		2,9	1%	2,9	15	0,19	3%	0,22
Total		42,76		42,76		2,84		3,07

Tabla 49. Resultado toma de tiempos crepes dulcecitos

Operación		T. Real.	Factor de actuación	T. Normal.	Ciclos	T. Normal	Suplemento	T Estandar Crepes Dulcecitos.
Tiempo de masa	de	13,6	1%	13,6	15	0,90	3%	0,93
Vaciar MF		3,07	1%	3,07	15	0,20	3%	0,25
Dispersar MF		8,97	1%	8,97	15	0,60	3%	0,63
Cocción		11,55	1%	11,55	15	0,77	3%	0,8
Agregar crema de avellana.		3,23	1%	3,23	15	0,21	3%	0,24
Inspección		2,76	1%	2,76	15	0,18	3%	0,21
Agregar Mora, Agraz y fresa		8,43	1%	8,43	15	0,56	3%	0,59
Doblar.		2,67	1%	2,67	15	0,18	3%	0,21
Servir		2,9	1%	2,9	15	0,19	3%	0,22
Total		57,18		57,18		3,79		4,08

Tabla 50. Resultado toma de tiempos crepes Saladitos

Operación		T. Real.	Factor de actuación	T. Normal.	Ciclos	T. Normal	Suplemento	T Estandar Crepes Saladitos.
Tiempo de masa	de	13,6	1%	13,6	15	0,90	3%	0,93
Vaciar MF		3,07	1%	3,07	15	0,20	3%	0,25
Dispersar MF		8,97	1%	8,97	15	0,60	3%	0,63
Cocción		11,55	1%	11,55	15	0,77	3%	0,8
Agregar Proteínas.		3,79	1%	3,79	15	0,25	3%	0,28
Inspección		2,76	1%	2,76	15	0,18	3%	0,21
Agregar vegetales y aderezos.	y	8,18	1%	8,18	15	0,54	3%	0,57
Doblar.		2,67	1%	2,67	15	0,18	3%	0,21
Servir		2,9	1%	2,9	15	0,19	3%	0,22
Total		57,49		57,49		3,81		4,10

El promedio de realización de cada uno de los productos ofrecidos en el restaurante “Capresa” está entre tres y cinco minutos, ya que sus procesos son realmente cortos tanto para los helados como los crepes, cualquier tipo de proceso de realización de cualquier producto, puede realizarse en tiempos más cortos. A continuación, en la Tabla 51., se realiza el promedio del tiempo estándar de realización de cada uno de los productos ofrecidos en el menú.

Tabla 51. Resumen Tiempos estándar

Producto	Tiempo estandar
Helados	3,07
Crepe dulcecita	4,08
Crepe saladito	4,10
Tiempo promedio.	3,75

El tiempo promedio estándar de los helados, crepes dulcebitos y saladitos es de 3,75 minutos, ya que gracias a su preparación cada uno de los productos permite realizarlo en este promedio de tiempo.

3.4 CÁLCULO DE CAPACIDADES

En esta parte del proyecto permite establecer la maquinaria y la mano de obra necesaria para el funcionamiento óptimo del restaurante para cumplir con la demanda ya establecida.

3.4.1 Información. Para la realización adecuada de esta parte del proyecto, es necesario conocer información de años proyectados partiendo desde el 2018 hasta el 2022, teniendo en cuenta que se opera a partir del día martes hasta el domingo, y si son festivos a partir del miércoles, y se trabajan todos los festivos, estableciendo días laborales/mes los días festivos 24, 25, 31 de diciembre y 1 de enero no se abrirá el restaurante.

A continuación, en la Tabla 52., se tiene en cuenta la proyección los días laborales del restaurante, los cuales se tomaron con calendario.

Tabla 52. Días laborales año

Factores	Año				
	2018	2019	2020	2021	2022
Días/año	365	365	365	365	365
Días laborales/año	313	313	313	313	313
Días laborales/mes	24	24	24	24	24
Horas laborales/mes	192	192	192	192	192
Turnos	1	1	1	1	1

Tabla 53. Jornada laboral

Días	Actividad	Horario	Duración (min)	Duración (horas)
Martes a jueves	• Tiempo de pre alistamiento de insumos.	1:00-1:30	30	1/2
	•Tiempo de actividades venta y atención.	1:30-8:00	390	6 1/2
Viernes a domingo y festivos	•Tiempo de alistamiento.	11:00-11:30	30	1/2
	•Tiempo de almuerzo	11:30-12:30	60	1
	•Tiempo de actividades venta y atención.	12:30-8:00	510	7 1/2

La jornada laboral para los empleados de “Capresa” es de martes a jueves ocupando 30 minutos de pre alistamiento de insumos, y atención al cliente de 1::30 a 8:00 cumpliendo con una jornada de 7 horas, para los viernes, domingos y festivos ocupan media hora de pre alistamiento, 1 hora de almuerzo y atención al cliente de 12:30 a 8:00 pm ocupando 8 horas laborales, cuando caen fines de semana festivos no se labora el día martes, ni en fechas 24, 25, 31 de diciembre y 1 de enero.

Es importante tener en cuenta el tiempo que dura dentro del establecimiento el cliente, así que se calcula gracias a la heladería Rolls que permitió tomar tiempos y sacar un promedio de 10 de sus clientes para saber cuánto duraban en el establecimiento como se ve en la Tabla 54.

Tabla 54. Tiempo duración clientes Rolls

Cientes	Tiempo (min)
1	41,71
2	48,32
3	28,06
4	43,31
5	44,06
6	54,68
7	56,61
8	48,91
9	49,12
10	22,10
Tiempo Total	466,88
Promedio	46,68

Con esta información se tendrá en cuenta el tiempo promedio por persona, permitiendo así saber la capacidad del restaurante para el 2018.

Cabe anotar que el restaurante cuenta con 20 puestos, una mesa de 6 puestos, dos mesas de 4 puestos, dos mesas de dos puestos, y 2 puestos en la barra de preparación de los productos.

3.4.2 Capacidad del restaurante para año 2018. Para poder realizar este cálculo, se basa en la información anterior en donde de martes a jueves hay una jornada de

atención de 6 horas, y viernes, domingo y festivos 8 horas y media ya que se trabaja en las tardes y unas horas de la noche. A partir de esto se podrá realizar el cálculo de la capacidad diaria, se realizará un cálculo para días martes a jueves y otro para viernes, domingos y festivos ya que la jornada de atención es distinta.

Tabla 55. Capacidad diaria del restaurante “Capresa”

	Horas/día	Minutos/hora	Minutos/día
Servicio de atención	6	60	360
	Minutos/día	Minutos/día persona	Servicios/día
Servicio de atención	360	46,68	7,71
	Servicios/día	Personas/día	Personas/día
Capacidad diaria	7,71	20	154 = 120

El restaurante cuenta con una capacidad diaria de 154 personas máximo, al tomar y tener en cuenta el pronóstico de la demanda del Capítulo 2., el restaurante contará con un máximo de 120 personas al día, donde se tiene en cuenta que se tomó el 20% de la demanda real, ya que es un restaurante nuevo, pero cuenta con las instalaciones para que su demanda crezca ya que sus productos tienen una alta rotación.

3.4.3 Tamaño de producción diaria por producto. Se determina con base a la capacidad de producción, y se toma como referencia la cantidad de productos a realizar diariamente que son 120 productos al día. Según la demanda del número de platos a realizar en el año es de 36.095, entre los días laborados en el año.

Tabla 56. Cantidad de productos a producir diariamente

Menú	Producto	Unidades a producir/día
Helados	Rojito y chapeadito	15
	Amarillo y acidito	15
	Toquecito Final	15
Total Helados		45
Crepe saladito	Capresa	15
	Ahumadito	15
	Criollito	15
Total crepe saladito		45
Crepe dulcecito	Silvestre	15
	Delicio	15
Total crepe dulcecito		30

3.4.4 Mano de obra necesaria. Esta capacidad se calcula teniendo en cuenta jornada laboral ideal de 8 horas diarias con una producción de 12:00 a 8:00 pm permitiendo así analizar la cantidad de operarios necesarios de manera teórica con la siguiente formula.

$$N^{\circ} \text{ de trabajadores} = \frac{T \text{ estandar} \times \text{Demanda diaria}}{\text{Tiempo efectivo diario}}$$

Para el estudio de capacidades se tendrá en cuenta en el estudio de tiempos de los helados y de los crepe, ya que para los crepe dulcecito y saladito se ocupó el mismo tiempo solo se desarrollarán los operarios necesarios para la preparación del helado y de los crepe, también se toma las totalidades diarias de cada producto, arrojados en la Tabla 57.

Tabla 57. Operarios necesarios 9 horas labor (helados)

Operación	T estándar	Tiempo efectivo (min)	Centro de trabajo	Unidades diarias	Nº trabajadores
Agregar (P1)	0,44	540	Trabajo manual	36	0,02
Vaciar	0,22	540	Trabajo manual	36	0,01
Mezclar (P2)	0,39	540	Trabajo manual	36	0,02
Agregar (P3)	0,20	540	Trabajo manual	36	0,01
Mezcla Final	0,19	540	Trabajo manual	36	0,04
Dispersar	0,63	540	Trabajo manual	36	0,04
Hacer rollos	0,78	540	Trabajo manual	36	0,05
Servir	0,22	540	Trabajo manual	36	0,01
Total	3,07	4.860	-	36	0,20

La mano de obra necesaria bajo un tiempo efectivo de 540 minutos por jornada, es de 0,20 operarios \approx 1 operario para el caso de la producción de los helados, a continuación, se realizará en mismo análisis para las crepes.

Tabla 58. Operarios necesarios 9 horas laboradas (Crepes)

Operación	T estándar	Tiempo efectivo (min)	Centro de trabajo	Unidades diarias	Nº trabajadores
Mezclar (P1)	0,28	540	Trabajo manual	60	0,03
Agregar (P2)	0,3	540	Trabajo manual	60	0,03
Mezclar (P3)	0,13	540	Trabajo manual	60	0,01
Agregar (P4)	0,16	540	Trabajo manual	60	0,01
Mezcla final	0,20	540	Trabajo manual	60	0,02
Vaciar	0,25	540	Trabajo manual	60	0,02
Dispersar	0,63	540	Plancha	60	0,07

Tabla 58. (Continuación)

Operación	T estándar	Tiempo efectivo (min)	Centro de trabajo	Unidades diarias	Nº trabajadores
Cocción	0,8	540	Trabajo manual	60	0,08
Agregar	0,28	540	Trabajo manual	60	0,03
Inspección	0,21	540	Trabajo manual	60	0,02
Agregar	0,57	540	Trabajo manual	60	0,06
Doblar	0,21	540	Trabajo manual	60	0,02
Servir	0,22	540	Trabajo manual	60	0,02
Total	4,24	5.940	-	60	0,42

Los operarios necesarios bajo un tiempo efectivo de 540 minutos por jornada, es de 0,42 operario \approx 1 operario para la producción diaria de los crepes.

Siendo así para la producción de los productos se hace necesario 2 operarios para cumplir con la demanda de platos diarios.

3.5 UBICACIÓN GEOGRÁFICA

Por medio de herramientas de macro y micro localización se determinará la localización geográfica del restaurante “Capresa” teniendo en cuenta la segmentación realizada para el estudio de mercados, luego se tendrá en cuenta las instalaciones y factores importantes buscando la mejor ubicación para el proyecto.

3.5.1 Macro localización. Como se especificó en el capítulo anterior, la idea del restaurante se ubicará en el municipio de Paipa Boyacá, siendo la capital turística del departamento, ubicado a 40 minutos del norte de Tunja, cuenta con una temperatura promedio de 15°C, se destaca por sus fuentes naturales de agua termal, y su historia, ya que tuvo lugar a la batalla del pantano de Vargas la cual fue fundamental para lograr la independencia.


Anualmente Paipa recibe miles de personas provenientes de otras ciudades y hasta países, caracterizado por la calidez de su gente, su clima agradable, sus termales, y su biodiversidad de paisajes, en los que se encuentra el lago Sochagotá, uno de los principales atractivos ya que es un espejo en el que se reflejan las montañas y las luces del municipio, en cual permite practicar esquí náutico y remar en kayak, en donde se encuentra en sus alrededores los principales hoteles, desde el tradicionalismo e historia de la hacienda el salitre, hasta hoteles modernos 5 estrellas.

Paipa cuenta con 305.954 kilómetros cuadrados distribuidos en el área urbana con extensión de 33.202 kilómetros cuadrados y una extensión rural de 272.722 kilómetros cuadrados, el municipio cuenta con 19 barrios y 38 veredas y el corregimiento de Palermo, información ya detallada en el capítulo 1. “DIAGNÓSTICO”.

3.5.2 Micro localización. En la parte urbana del municipio, Paipa en su zona central, conocida por la plaza principal, la calle 25 y la vía a el lago es donde tiene más movimiento poblacional y comercial el municipio, en donde también se encuentra la mayoría de restaurantes.

Teniendo en cuenta cada uno de estos puntos es importante basar esta información para la ubicación del restaurante tenga un acceso fácil o cerca a estas zonas, por esta razón se tomaron 2 lotes para su compra y construcción y un local que cuenta con las condiciones necesarias para para la ubicación del restaurante.

Cuadro 19. Características principales lote calle 25 cerca de la plaza principal

Lote sobre la calle 25 cerca de la plaza principal	
	
Característica	Descripción
Ubicación	Su ubicación esta sobre la calle 25, cerca de la plaza principal.
Vías de acceso	Cuenta con 5 vías de acceso y 2 peatonales
Ventaja	Está ubicado en un lugar estratégico, ya que se encuentra toda la parte comercial del municipio.
Parqueadero	Cuenta con área de parqueadero, pero su vía principal es peatonal.

Cuadro 20. Local calle 25, vía a el lago

Local sobre la calle 25 vía a él lago	
	
Característica	Descripción
Ubicación	Su ubicación esta sobre la calle 25, vía a él lago.
Vías de acceso	Cuenta con 2 vías de acceso
Ventaja	Está ubicado en una vía donde es completamente necesario pasar para visitar el lago y la mayoría de hoteles.
Parqueadero	No cuenta con zona de parqueadero.



Cuadro 21. Lote sobre carrera 18 con 25 Centro

Lote sobre la carrera 18 con calle 25 Centro	
	
Característica	Descripción
Ubicación	Su ubicación esta sobre la carrera 18 con calle 25, visibilidad completa de la vía calle 25, vía a el lago.
Vías de acceso	Cuenta con 3 vías de acceso
Ventaja	Está ubicado en una vía cerca de la plaza principal, y a toda la parte comercial.
Parqueadero	El área cuenta con el espacio suficiente, para el parqueadero

A continuación, se realizará la evaluación de cada uno de los lugares escogidos para la ubicación del restaurante.

Cuadro 22. Evaluación de los establecimientos

Establecimientos evaluados

Ubicación	Departamento	Boyacá		
	Ciudad	Paipa		
	Ubicación	Calle 25 Centro	Calle 25 Vía el lago	Carrera 18 con 25
Lugares a evaluar				
Datos generales	Dirección	Calle 25 # 18-16	Calle 25 # 19 -22	Carrera 18 # 25-19
	Valor de arriendo o compra.	Compra \$120.000.000	Arriendo \$4.000.000	Compra \$57.600.000
Características	Estrato	3	3	3
	Área	300 m ²	200 m ²	300m ²
	Servicios	Si	No	Si
	Zona residencial	Si	Sí	Si
	Zona comercial	Si	Si	Si
	Transporte público	Si	Si	Si
	Instituciones educativas	Si	Si	Si
	Sobre vía principal	Si	Si	Si
	Instalación de gas	No	No	No

Cuadro 23. Factores para elección del lugar de ubicación

Factor	Descripción
Costo	Este factor es de los más importantes ya que representa una inversión o costo mensual fijo, y el restaurante está en proceso de crecimiento, así que se debe buscar el que le de mayor beneficio.
Área m ²	Este factor tiene que ir relacionado con la demanda que se piensa cubrir, así que se debe tener en cuenta el área suficiente para cubrir esa demanda.
Vías de acceso	Este factor es necesario para la satisfacción y facilidad del cliente.
Fácil ubicación	Este factor es importante para llegar más fácilmente al cliente, y que tenga visibilidad en las principales vías.

Según la importancia de los factores se les indica un valor, permitiendo así determinar cuál es el lugar con mayor conveniencia para el restaurante, siendo así que los valores de mayor importancia y relevancia son la facilidad de ubicación y el costo, y las de menor importancia son el área y las vías de acceso. Ver Tabla 59.

Tabla 59. Peso para cada Factor

Factor	Peso
Fácil ubicación	0,35
Costo	0,30
Área m^2	0,20
Vías de acceso	0,15
Total	1

A continuación, se muestran la clasificación que se definió para cada uno de los lugares a los que se realiza la evaluación.

Tabla 60. Clasificación de factores

Clasificación	Descripción
1	Mayor debilidad
2	Menor debilidad
3	Menor fortaleza
4	Mayor fortaleza

Tabla 61. Matriz de evaluación de ubicación

Factor	Peso	Opción 1		Opción 2		Opción 3	
		Calif.	Punt.	Calif.	Punt.	Calif.	Punt.
Fácil ubicación	0,35	4	1,4	3	1,05	3	1,05
Costo	0,30	1	0,3	1	0,30	4	1,2
Área m^2	0,20	3	0,6	2	0,4	4	0,8
Vías de acceso	0,15	2	0,3	3	0,45	3	0,45
Total	1		2,6		2,3		3,5

Gracias a la matriz de la Tabla 61., permitió evaluar los tres lugares posibles para la ubicación del restaurante, arrojando que dos establecimientos dieron por encima de 2,5 y otro por debajo de este, indicando que los dos lugares que dieron por encima de 2,5 son lugares favorables para la posición del restaurante.

La Opción 3 dio un puntaje bastante favorable a comparación de las otras dos opciones, siendo el Lote ubicado en la carrera 18 con calle 25, permitiendo tener fáciles vías de acceso y a pesar de que se debe realizar una inversión su costo es de beneficio para el restaurante, con el área adecuada para cubrir la demanda y fácil y visible ubicación.

Para la construcción del establecimiento se pidieron dos cotizaciones ha arquitectos conocidos del municipio, en donde se les dio las especificaciones requeridas y por conveniencia económica, hoja de vida y calidad de los materiales con los que trabajan, se escogió a la constructora ICBD GROUP S.A.S, perteneciente a la Sociedad Colombiana de Arquitectos, (Cotización Anexo G) en donde según su cotización cobra \$700.000 por m^2 , la construcción cuenta con 100 m^2 . Ver Tabla 62.

Tabla 62. Valor de la construcción

Valor por m^2	m^2 necesarios para la construcción.	Valor total de la construcción.
\$700.000	100	\$70.000.000

A continuación, se realizará la tabla resumen de los costos de compra del lote y valor total de la construcción.

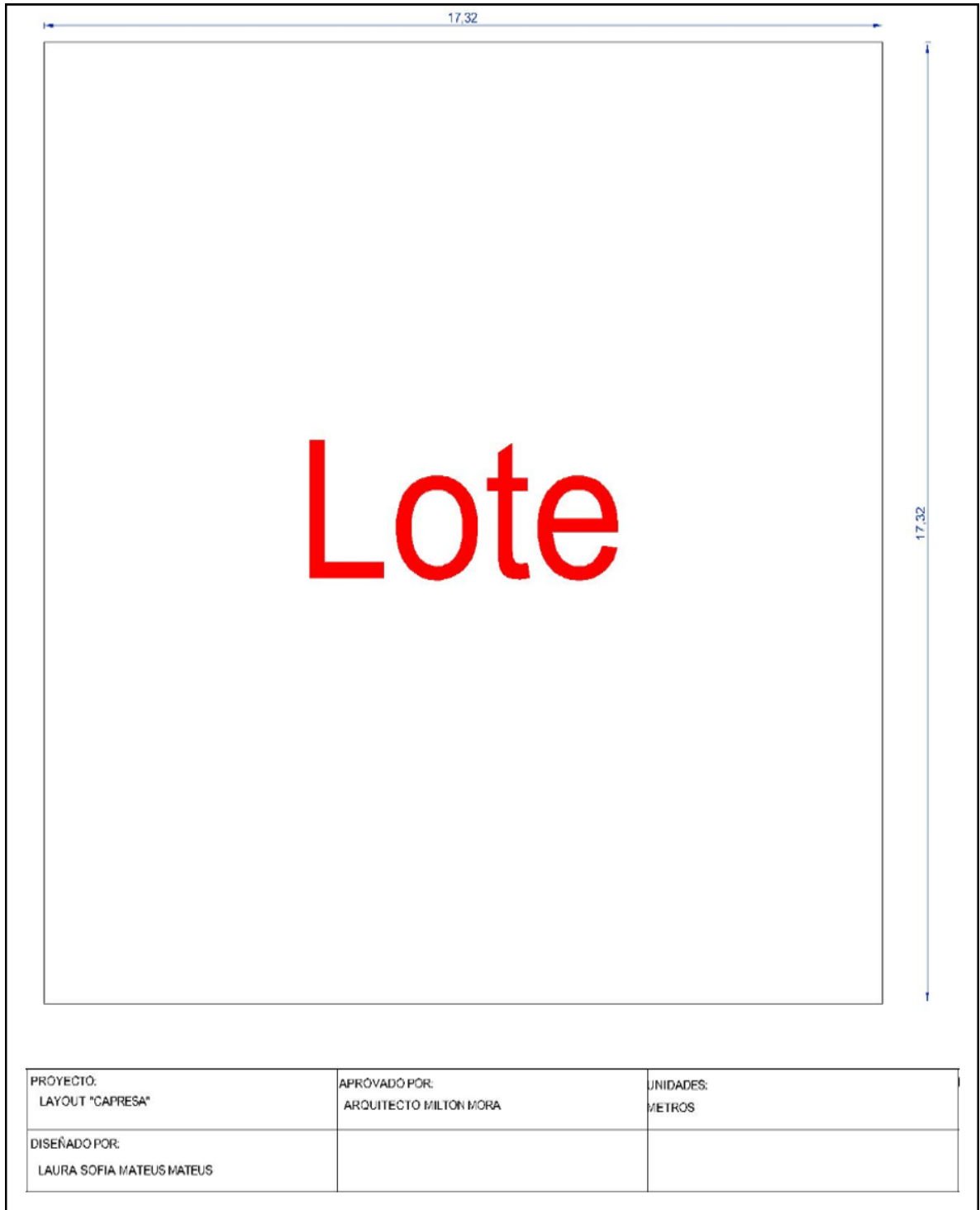
Tabla 63. Resumen costos compra lote y construcción

Valor total Lote	Valor total de la construcción.	Valor total lote + construcción
\$57.600.000	\$70.000.000	127.600.000

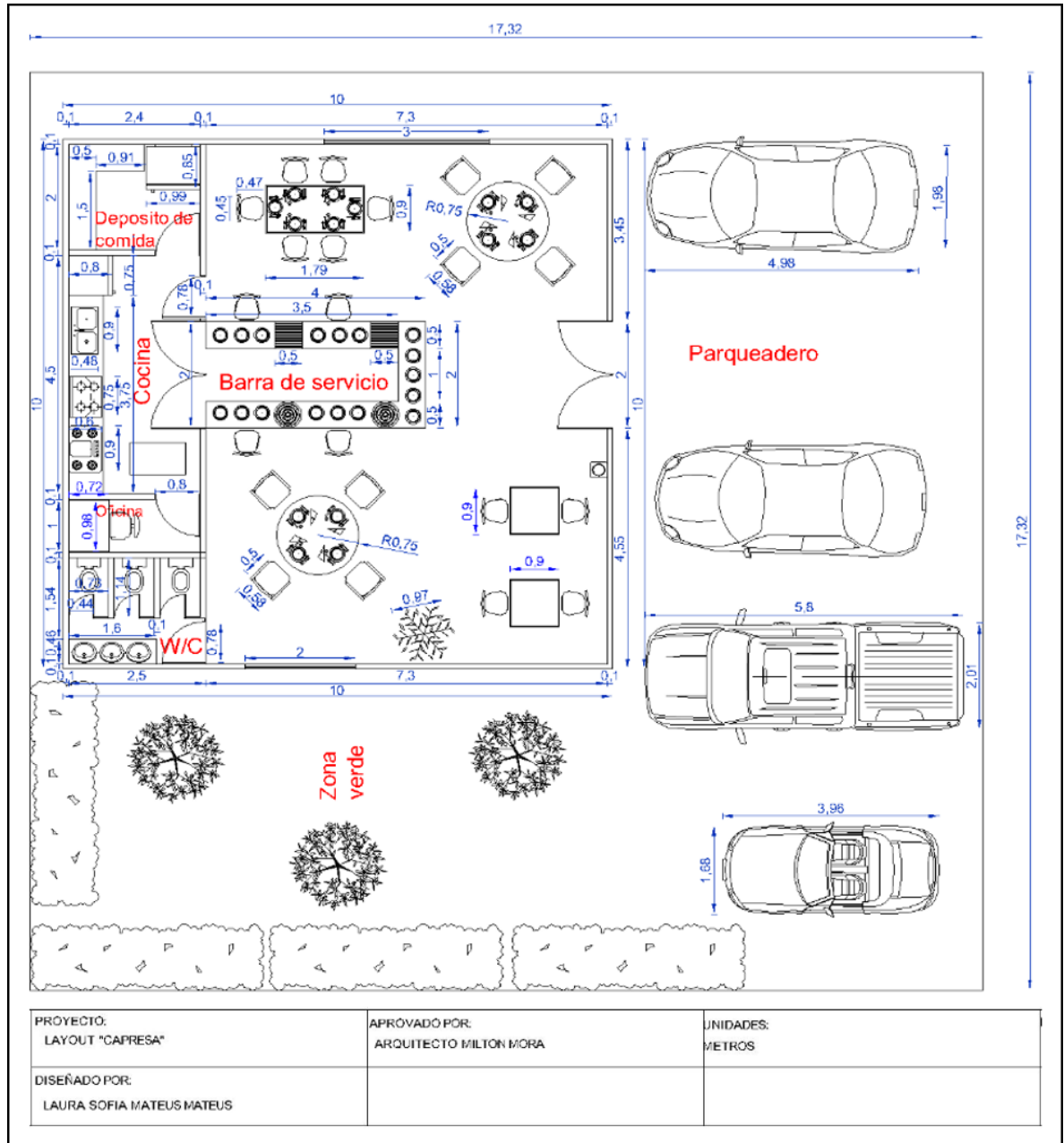
3.6 DISTRIBUCIÓN DE PLANTA

Para la realización del restaurante se debe tener en cuenta los parámetros establecidos y necesarios para que su ejecución sea la adecuada tanto en el área de trabajo y de equipo, ya que se evitan riesgos y accidentes de trabajo, en busca de la comodidad del trabajador, y permitiendo el beneficio del establecimiento ya que aumentará notablemente su productividad, optimizando tiempos y espacios para la realización de cada producto. Para esta distribución se siguen los patrones de la Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS-USMA 008, en donde se tiene en cuenta las instalaciones, acceso y mesas. En el Plano 1., se muestra el plano del lote sin construcción. Y en el Plano 2., se muestra la distribución del restaurante “Capresa” bajo la norma NTS-USMA 008.

Plano 1. Lote para localizar restaurante "Capresa"



Plano 2. Distribución y diseño de planta restaurante “Capresa”





3.7 MAQUINARIA Y EQUIPO

En esta parte del estudio se tendrá en cuenta la maquinaria necesaria para la producción y elaboración de cada uno de los productos ofrecidos en el menú del restaurante “Capresa”. A continuación, en la Tabla 64., mostrará el nombre, la descripción, la cantidad y el costo de cada maquinaria y equipo necesaria.

Tabla 64. Maquinaria y equipo necesario

Nombre	Descripción	Cantidad	Maquinaria	Valor unidad	Valor total
Máquina de crepes a gas	Maquina en acero inoxidable con una plancha redonda, funciona a gas.	2		\$1.329.000	\$2.568.000
Plancha asadora de piso.	Plancha en acero inoxidable, cubierta en acero inoxidable, a gas.	1		\$1.000.000	\$1.000.000
Estufa a piso en acero inoxidable.	Estufa de dos puestos en acero inoxidable a piso.	1		\$420.000	\$420.000
Mesón	Mesón de acero inoxidable	2		\$280.000	\$560.000
Extractor de olores.	Extractor en acero inoxidable	2		\$217.000	\$434.000
Campana en acero inoxidable.	Campana en acero inoxidable, direccionado.	1		\$500.000	\$500.000

Tabla 64. (Continuación)

Nombre	Descripción	Cantidad	Maquinaria	Valor unidad	Valor total
Nevera	Nevera 3 puertas industrial Whirlpool, acero inoxidable.	2		\$5.400.000	\$10.800.000
Plancha de acero inoxidable	Máquina de acero inoxidable, con compresor hermético, con control de temperatura, rango de 40°C.	2		\$5.300.000	\$10.600.000
TOTAL				\$14.446.000	\$26.882.000

3.8 MUEBLES Y ENSERES

Se seleccionan los muebles y enseres necesarios para facilitar, manejar y ofrecer el mejor servicio del restaurante “Capresa”. Ver Tabla 65.





Tabla 65. Equipo de tecnología “Capresa”

Nombre	Descripción	Maquinaria	Cantidad	Valor unidad	Valor total
Caja registradora	Caja registradora Casio alfanumérico, termica T280, de 58mm, para impresión rápida.		1	\$430.000	\$430.000
Computador	Computador portátil lenovo, 320 core, i5, 8 RAM.		1	\$1.729.000	\$1.729.000
Bafles de sonido	Bafles de sonido AudioR191 de pared 6 unidades		1	\$460.000	\$460.000
Minicomponente	Marca Sony Hi-fi		1	\$459.000	\$459.000
Celular	Celular Samsung Galaxy J2 prime, memoria de 8 gigas.		1	\$327.000	\$327.000
TOTAL					\$3.405.000

Tabla 66. Muebles y enseres para restaurante “Capresa”

Nombre	Descripción	Maquinaria	Cantidad	Valor unidad	Valor total
Comedor x4	Comedor que consta de 1 mesa y 4 sillas, tapa de la mesa en formica gruesa, sillas roma.		3	\$239.000	\$717.000
Comedor por 6	Comedor que consta de 1 mesa y 6sillas, tapa de la mesa en formica gruesa, sillas roma.		1	\$340.000	\$340.000
Sillas barra	Silla metálica europa, en aluminio.		8	\$40.000	\$320.000
Caneca	Caneca en acero inoxidable, tipo huevo.		2	\$25.000	\$100.000
TOTAL					\$1.477.000

Tabla 67. Comestibles

Nombre	Descripción	Maquinaria	Cantidad	Valor unidad	Valor total
Empaque helados	Vaso en cartón para el helado, por 1000 unidades		1	\$250.000	\$250.000
Cucharas plásticas	Cucharas plásticas por 1000		1	\$125.000	\$125.000
Empaque para crepes	Empaque en cartón para crepes.		1	\$180.000	\$180.000
Platos servir en mesa	Platos en porcelana cuadrados, blancos juego por 4.		8	\$66.400	\$531.200
TOTAL					\$ 1.086.200

3.9 UTENSILIOS DE COCINA

Par este tipo de restaurante es totalmente necesario tener en cuenta cada uno de los utensilios de cocina.

Tabla 68. Utensilios cocina restaurante “Capresa”

Nombre	Descripción	Cantidad	Utensilio	Valor unidad	Valor total
Recipiente de acero inoxidable	Recipiente de acero inoxidable tipo bowl.	3		\$90.000	\$270.000
Juego de cuchillos	Juego de cuchillos de colores, con 6 cuchillos	1		\$100.000	\$100.000
Batidora manual	Batidor manual de acero inoxidable	2		\$4.500	\$9.000
Juego de cucharas medidoras.	Juego de cucharas medidoras de acero inoxidable.	2		\$183.799	\$367.598
Juego de espátulas de crepes.	Juego de espátulas para esparcir la masa de los crepes, en madera.	2		\$99.000	\$198.000
Espátulas de acero inoxidable	Juego de espátulas, en acero inoxidable, para helado de rollo	2		\$18.780	\$37.560
Tabla para picar	Tabla para picar inoxidable, con molde para el mesón	2		\$111.000	\$222.000
Envases para salsas	Envase plástico, dispensador para salsas, exprimible.	12		\$10.000	\$155.880
TOTAL					\$1.160.038

Las cotizaciones de la maquinaria y equipo, muebles y enseres y utensilios de cocina se encuentran en el Anexo H.

3.10 SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO

Para el desarrollo adecuado del proyecto del restaurante “Capresa” es necesario tener la seguridad y elementos necesarios para evitar cualquier accidente o perjuicio para cada uno de los trabajadores, buscando siempre ofrecer a cada uno un trabajo satisfactorio y que exista un funcionamiento adecuado para el restaurante.

3.10.1 Elementos de seguridad. Es importante tener en cuenta cada uno de los elementos necesarios para la prevención de accidentes que se pueden presentar en cualquier parte o lugar del trabajo, permitiendo así cuidar a cada uno de los empleados y realizar un proceso adecuado y de calidad para cada uno de los productos.

A continuación, en la Tabla 69., se presentan cada uno de los elementos necesarios para la protección y cuidado en el restaurante “Capresa”.


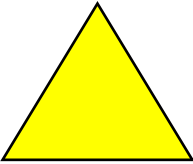
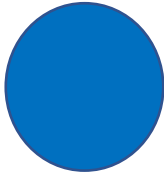

Tabla 69. Elementos de seguridad

Elementos	Imagen	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Botiquín		1	\$32.800	\$32.800
Extintor		2	\$24.900	49.800
TOTAL			\$57.700	\$82.600

3.10.2 Señalización. Se debe cumplir con el reglamento necesario para el tipo de restaurante que se proyecta, así que se muestran todas las características a utilizar como dar a mostrar y ser claro con la interpretación para el que visite el restaurante entre otros, por otra parte, la señalización solo destaca el riesgo más no lo evita, pero asume un papel totalmente importante para la seguridad y prevención.

Las señales de seguridad deben ser de colores específicos, que por lo general son llamativos, con símbolos o letras con un significado específico y se clasifican en señales informativas, preventivas, obligatorias y de prohibición. Ver Cuadro 24.

Cuadro 24. Tipo de señalización

Símbolo	Color	Tipo de señal	Característica
	Rojo	Prohibición	Son señales de peligro, alerta, y susceptibilidad a peligro.
	Amarillo	Prevención	Estas señales son de prevención, atención y verificación.
	Azul	Obligación	Estas señales son de acción específica o utilización.
	Verde	Informativas	Estas señales ofrecen información, condiciones de seguridad y salvamento.

- **Señales de prohibición.** Su pictograma es de forma redonda y de color rojo, estas señales prohíben un comportamiento susceptible a provocar peligro, esencial en cada uno de los puntos necesarios en el área de trabajo.

Imagen 14. Señales prohibición para restaurante “Capresa”



- **Señales de prevención.** Estas señales se utilizan para advertir peligros de materiales o lugares inseguros.

Imagen 15. Señales de prevención para restaurante “Capresa”



- **Señales de obligación.** Estas señales indican la obligatoriedad para usar algún tipo de elemento para la utilización obligatoria, en alguna zona en especial, para utilizar alguna maquina o equipo, o manipulación de alimentos.

Imagen 16. Señales de obligación para el restaurante “Capresa”



- **Señales informativas.** Por lo general para los restaurantes las señales de información son utilizadas para evacuación o salida de emergencia.

Imagen 17. Señales informativas para el restaurante "Capresa"



- **Señales contra incendios.** Estas señales en este tipo de establecimiento se pueden decir que son las más importantes, ya que se realiza un manejo de gas así que deben ser visibles y cerca al equipo contra incendio.

Imagen 18. Señales contra incendios para el restaurante “Capresa”



A continuación, se realiza el costo que conlleva poner la señalización.

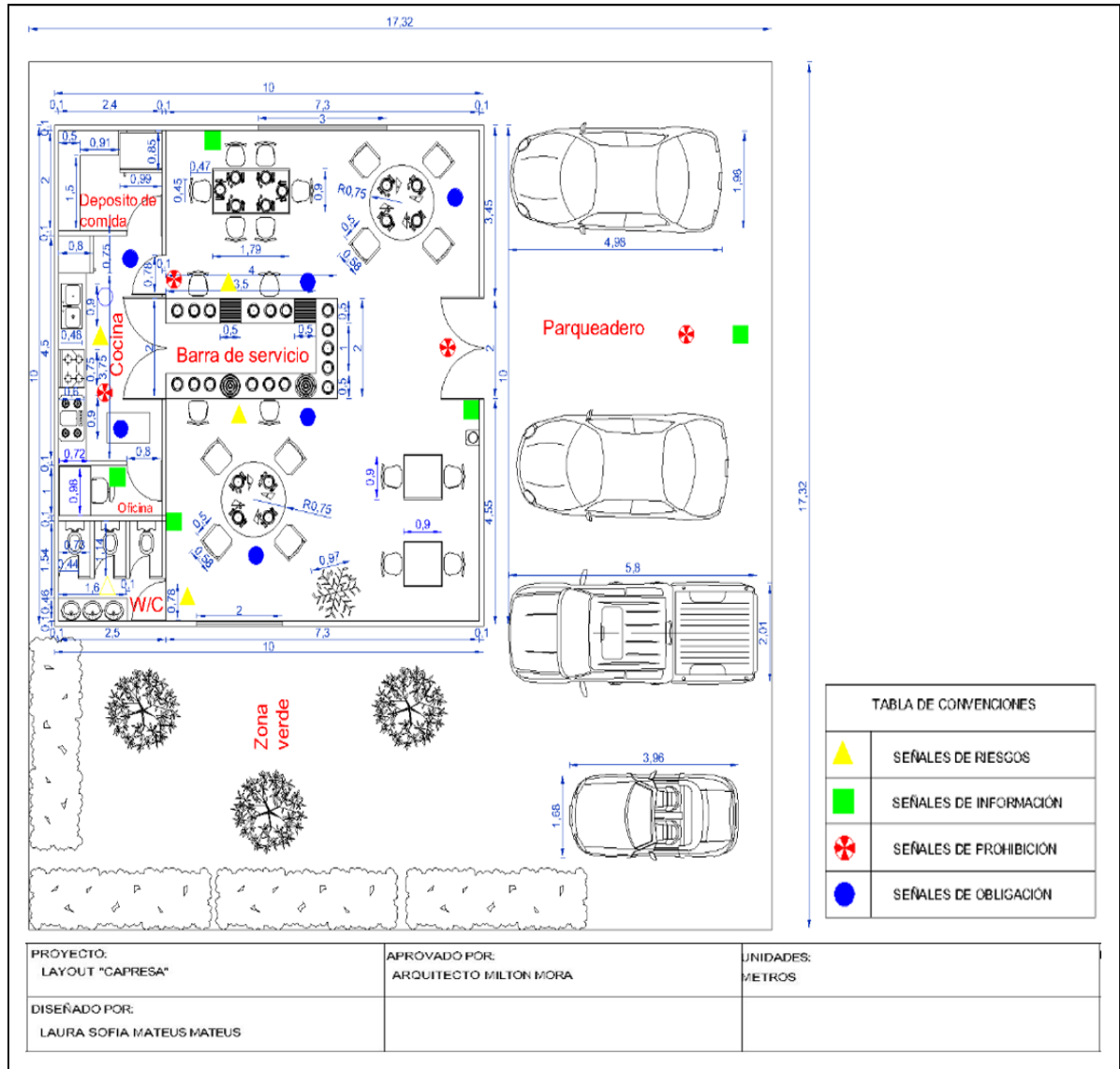
Tabla 70. Costos de señalización

Señalización para el restaurante “Capresa”

Señal	Cantidad	Valor Unidad	Valor Total
Señal prohibición	4	\$4.000	\$16.000
Señal prevención	4	\$4.000	\$16.000
Señal obligaciones	6	\$4.000	\$24.000
Señales contra incendios	3	\$4.000	\$12.000
Total	22	\$20.000	\$68.000

Las cotizaciones de los elementos de seguridad, y las señales se encuentran en el Anexo I. A continuación, se ilustra el layout del restaurante con la distribución de las señales.

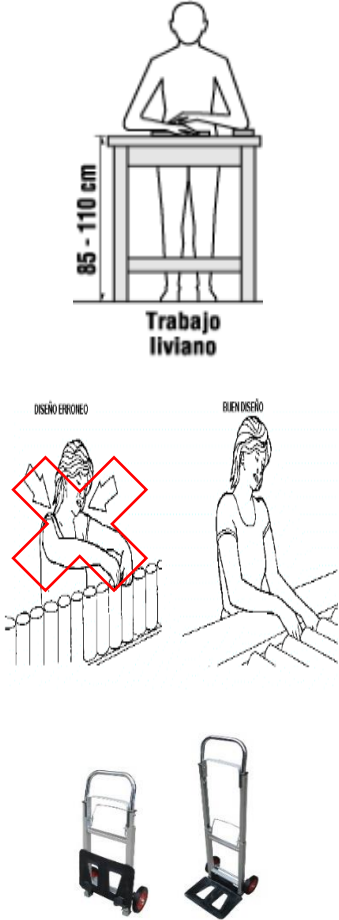


Plano 3. Layout “Capresa” distribución señales





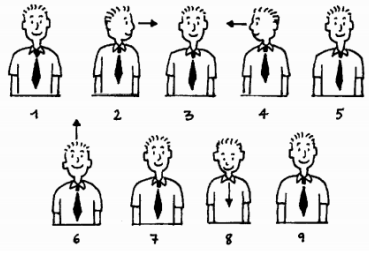
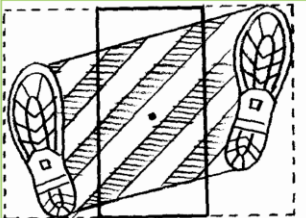
3.11 ERGONOMÍA

Busca que las condiciones de adaptación del puesto de trabajo sea el adecuado buscando la salud y bienestar del trabajador, y aumentando la eficiencia de este. Para el restaurante “Capresa” sus puestos de trabajo son de pie, ya que, para la producción de cada uno de los productos, por la altura de las planchas tanto de calor como de frío, necesitan que los trabajadores estén de pie para la realización adecuada de este, es importante que tengan el tiempo suficiente para los pies y las rodillas, por otra parte, el otro puesto de trabajo es de mesero el cual mantiene todo el tiempo de pie.

Cuadro 25. Ergonomía de puesto de trabajo chef y aux de cocina

Puesto de trabajo	Descripción	Ilustración
<p>Chef y aux. cocina</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ya que el trabajo es de pie y ligero, la altura de la superficie debe ser de 5 a 10 cm por debajo del codo. • El puesto de trabajo debe estar diseñado para que el trabajador no tenga que levantar los brazos y pueda mantener los codos cerca al cuerpo. • Mantener el cuerpo próximo al producto de la máquina. • Mover los pies para orientarse en otra dirección en lugar de girar la espalda o los hombros. • Se recomienda facilitar el alcance a los estantes y armarios reduciendo el acceso a los estantes más bajo y más altos, se recomienda la altura del estante de máximo de 178 cm del suelo. • En zonas por donde se deba transitar con cargas que no tengan escalones, es recomendable disponer de rampas con inclinación de 5 a 8%. • Las puertas de los refrigeradores deben tener una altura de 220 cm y una anchura mayor a 90 cm. • Se recomienda que para el transporte de cargas pesadas, se cuente con carros ayuda. • Plan de formación a los trabajadores en: Técnicas de manipulación de empujes y arrastres de cargas. Orden y organización de las zonas de alimentación. 	 <p>85 - 110 cm</p> <p>Trabajo liviano</p> <p>DISEÑO ERRÓNEO BIEN DISEÑO</p>
	<ul style="list-style-type: none"> • El puesto debe tener un soporte donde pueda apoyar el pie de 15 o 20 cm. 	 <p>Apoyapíe 20 cm Espacio para pie 15 cm</p>
	<ul style="list-style-type: none"> • El calzado debe ser cómodo, sin tacón. 	
	<ul style="list-style-type: none"> • El material del piso del puesto de trabajo preferiblemente debe ser en madera, corcho o cubiertas de goma. 	


Cuadro 26. Ergonomía de puesto de trabajo mesero

Puesto de trabajo	Descripción	Ilustración
<p>Mesero</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Usar las dos manos para llevar artículos pesados. • Debe ponerse lo más cerca al cliente cuando está sirviendo, y si está muy lejos debe pedir cortésmente a los clientes que le ayuden a pasar los productos. • Debe usar calzado con plantillas acojinadas, buscando aliviar los pies y las piernas del dolor asociado a estar de pie y caminar. • Debe obtener ayuda para levantar y mover mesas, sillas o cualquier elemento. • Debe limpiar inmediatamente los derrames para evitar resbalones y caídas. • Debe realizar constantemente pausas activas, con el fin de evitar y sufrir lesiones de espalda, traumas, esguinces y lesiones causadas por movimientos repetitivos. • Separar los pies para proporcionar una postura adecuada y equilibrada. 	  <p data-bbox="1024 978 1398 1010">FORTALECER CUELLO: ALIVIA LA TENSION Y DOLOR EN EL CUELLO MEJORANDO LA RIGIDEZ</p>  

Cuadro 27. Ergonomía de puesto de trabajo gerente

Puesto de trabajo	Descripción	Ilustración
Gerente	<ul style="list-style-type: none"> • Adopte una postura reclinada más cómoda mientras use el ordenador, y una postura más erguida para consulta frecuente de documentos o informes. • Los muslos deben estar aproximadamente verticales y piernas verticales, formando un ángulo de 90°. • Los brazos verticales y antebrazos horizontales, formando un ángulo de 90° desde el codo. • Las manos relajadas, sin extensión ni desviación lateral. • Columna vertebral recta. • La línea de los hombros debe estar paralela al plano frontal, sin torsión del tronco. • Regular la silla de forma que los hombros queden relajados y los codos se apoyen de manera cómoda a los lados. • Sus pies deben descansar firmemente sobre el suelo siempre que esté sentado. • Debe evitar sentarse con las piernas cruzadas, además de producir desviaciones de la columna, ya que dificulta la circulación sanguínea de las piernas. 	

Cuadro 28. Ergonomía de puesto de trabajo cajero

Puesto de trabajo	Riesgos	Ilustración
Cajero	<ul style="list-style-type: none"> • Fatiga postural y física: se debe buscar el diseño adecuado del puesto de trabajo, buscando favorecer la salud y seguridad del trabajador. • Para elementos como teclado, visor y pin-pad: se debe tener el mismo campo visual simultáneamente • Los codos deben estar por encima de plano de trabajo, manipular los productos a nivel del corazón produce más fatiga. • Es necesario que cuente con una silla regulable a la altura del trabajador. • Mientras este de pie: <ul style="list-style-type: none"> • Mantener la columna vertebral recta. • Cambiar con frecuencia la postura para no descargar el peso siempre en la misma pierna, evitar apoyar el teléfono sobre el hombro inclinando la cabeza. • Con las manos evitar flexiones y extensiones pronunciadas con la muñeca. 	

3.12 ANTROPOMETRÍA

La antropometría mide las dimensiones corporales determinadas por el espacio u objeto al que se piensa someter al trabajador, por una parte, mide las diferentes partes y extremidades corporales, y por otra toma las medidas del cuerpo en movimiento o actividad propia.

Cuadro 29. Antropometría puestos de trabajo restaurante “Capresa”

Puesto de trabajo	Descripción	Ilustración
Chef	<ul style="list-style-type: none"> • El acceso a los elementos debe requerir poco esfuerzo que no provoquen posturas forzadas de cuello brazos y tronco. • Evitar estar de pie de manera estática durante periodos largos. • Las zonas por donde se transite no tengan diferencia de nivel, y si existe poner rampa. 	
Mesero	<ul style="list-style-type: none"> • Debe inmediatamente cualquier tipo de derrame, evitando así resbalones y caídas. • Al mover cualquier mesa, pedir ayuda para evitar esfuerzos. • A la hora de servir debe acercarse lo que más pueda al cliente sin incomodarlo, y pedir ayuda de pasar los platos en vez de inclinarse y estirarse hacia adelante. • Las bandejas las debe cargar con el peso que pueda sin que le genere mayor esfuerzo. 	

3.13 COSTOS Y GASTOS ESTUDIO TÉCNICO

A continuación, se presentan los gastos y costos correspondientes a este estudio. Ver Tabla 71.

Tabla 71. Costos y gastos del estudio Técnico

Descripción	Valor
Compra Lote	\$57.600.000
Costo de construcción	\$70.000.000
Maquinaria y equipo	\$26.882.000
Muebles y enseres	\$5.317.200
Utensilios de cocina	\$1.360.038
Elementos de seguridad	\$82.600
Señalización	\$68.000
Total	\$161.309.838

4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

Este estudio permite establecer toda la estructura del proyecto, desde la planeación estratégica, los objetivos y metas a corto y largo plazo, también permite determinar la estructura organizacional del restaurante, y la estructura salarial para cada uno de los operarios y los costos totales de este estudio.

4.1 PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

Para toda empresa necesario realizar una adecuada planeación estratégica con el fin de establecer una visión, una misión, unos valores, políticas que caractericen al restaurante buscando unos objetivos y metas a largo y corto plazo.

4.1.1 Misión. “Somos un restaurante con concepto innovador, que ofrece crepes y helados saludables con técnicas tailandesa y japonesa, el cual busca satisfacer y ofrecer el mejor servicio, capacitando y fomentando valores en sus trabajadores, con el fin brindar una experiencia inolvidable”.

4.1.2 Visión. “Para el 2022 hacer de “Capresa” un restaurante reconocido en la región, despertando en sus clientes placer, satisfacción y la necesidad de querer volver, fomentando conciencia en el consumo de productos saludables y de alta calidad”.

4.1.3 Valores corporativos. Para el restaurante “Capresa” una de sus prioridades, es que todas las personas que se unen a la comunidad tengan como virtud y prioridad los siguientes valores:

- **Respeto.** Cada uno de sus trabajadores se dirija entre ellos y hacia los demás con respeto, ya que aplicando este valor se llega a una relación interpersonal más cálida y amable.
- **Trabajo en equipo.** Buscamos que cada uno de los integrantes de la comunidad “Capresa” tenga sentido de unidad y entusiasmo por alcanzar el mismo interés compartido, en donde cada uno tenga un papel importante y lo enfoque a un trabajo en equipo, buscando cumplir cada una de las metas propuestas.
- **Responsabilidad.** Trabajamos con responsabilidad y conciencia, en donde cada una de las actividades y servicios a realizar busquen siempre la satisfacción del cliente.
- **Perseverancia.** A diario tenemos la mejor actitud, teniendo claro que siempre se puede llegar más lejos, que se puede ofrecer un mejor servicio y unos mejores productos, en donde la perseverancia, la actitud positiva y las ideas es el pan de cada día de la comunidad “Capresa”.

- **Aprendizaje.** Buscamos estar actualizados en buenas prácticas para cada uno de los trabajadores, tecnologías y técnicas para estar en constante evolución para ofrecer el mejor servicio.

4.1.4 Objetivos corporativos. Son los resultados globales, que el restaurante quiere alcanzar, por medio de operaciones que permiten llegar a la misión proyectada.

- **Tener una participación del 20% de la demanda de restaurantes del municipio.** Es uno de los objetivos principales del restaurante, ya que su proyección está desarrollada a cumplir con cubrir el 20% de toda la demanda de restaurantes de postres, por medio de planes de acción de ventas.
- **Cumplir con los procesos de productividad al 100%.** “Capresa” esta enfocado en buscar que cada uno de sus procesos sea totalmente productivo, permitiendo así minimizar tiempos, optimizar recursos y desarrollar productos de alta calidad.
- **Lograr satisfacción del cliente.** El restaurante busca principalmente que cada uno de sus clientes este totalmente satisfecho, desde su ingreso y todo el proceso de servicio, hasta el producto ofreciendo alta calidad.
- **Fortalecer y promover el RRHH.** Capresa” es consiente que para el éxito total en sus procesos productivos y buscar la satisfacción del cliente se debe fortalecer y promover el personal de cada proceso, en cada una de las áreas existentes.

4.1.5 Metas. Las metas dirigen las acciones y proporcionan un objetivo, las cuales permiten medir el éxito de la empresa. Así que se establecen metas para restaurante buscando tener planes de acción que permitan cumplir cada uno de los propósitos a los que espera llegar la empresa.

4.1.5.1 Metas ventas proyectadas. Basados en el objetivo en ventas de tener una participación del 20% de la demanda de restaurantes en el municipio, se plantearon las siguientes metas para las ventas proyectadas.

- **Realizar campañas publicitarias, donde se dé a conocer la importancia del consumo de productos saludables.** Es importante resaltar que para “Capresa” es de vital importancia que cada uno de sus productos e insumos sean saludables, ya que es un restaurante que busca la salud y el bienestar de sus clientes.
- **Ofrecer productos con altos estándares de calidad.** “Capresa” sabe que para lograr la fidelización de sus clientes y lograr la necesidad de querer volver, se deben ofrecer productos de alta calidad, ya que es el factor más importante para impulsar y lograr las ventas proyectadas.

- **Dar espacio para sugerencias y realizar respectivas mejoras.** Para “Capresa” es importante conocer la opinión de sus clientes y trabajadores, sobre el producto y el servicio que se ofrece, permitiendo implantar mejoras que busquen siempre la satisfacción de sus clientes

4.1.5.2 Metas proceso productivo. Estas metas se basan en el objetivo de cumplir con los procesos productividad al 100% ya que este es un factor necesario para la efectividad y eficiencia de las actividades y procesos que se desarrollan en el restaurante.

- **Realizar rondas de verificación de cada proceso.** Es necesario realizar chequeos de cada proceso que se realiza en el restaurante, verificando que cada uno se realice con la mayor eficiencia y productividad.
- **Estandarizar tiempos de cada actividad y proceso productivo.** “Capresa” cuenta con un estudio de tiempos en la producción de cada producto, en donde se hace totalmente necesario realizar una estandarización de tiempos no solo en la actividad de producción, sino también en cada actividad y proceso productivo que se realice en restaurante.
- **Trabajar comprometidos con la operación de cada proceso.** Generar conciencia en cada uno de los trabajadores buscando sembrar sentido de pertenencia y compromiso con el restaurante, en donde cada una de sus actividades las desarrollen a conciencia y eficientemente.

4.1.5.3 Metas satisfacción de cliente. Cada una de las actividades que se desarrollan en “Capresa” están enfocadas en buscar la satisfacción del cliente, así que se establecieron las siguientes metas bajo el objetivo de lograr la satisfacción total delo cliente.

- **Promover y capacitar adecuadamente al personal.** Por medio de capacitación adecuada, buenas prácticas, y servicio al cliente en cada uno de los trabajadores.
- **Realizar bajo el mejor servicio todo el proceso del cliente en el establecimiento, desde su ingreso hasta su salida.** Realizar un estudio de todo el proceso desde el ingreso del cliente al restaurante, hasta su salida. En donde se establecen actividades necesarias en el servicio enfocado en la satisfacción del cliente.
- **Incentivar al personal, para que ofrezcan el mejor servicio.** “Capresa” sabe que, para lograr la satisfacción de sus clientes, su personal debe estar incentivado, con bonificaciones y charlas diarias, en un clima laboral adecuado.

4.1.5.4 Metas con el RRHH. Estas metas se establecieron bajo el objetivo de fortalecer y promover el RRHH.

- **Verificar el cumplimiento de políticas y valores de la empresa, como trabajo en equipo, entre otros.** Realizar constantemente un chequeo y cultivar en cada uno de los trabajadores los valores y las políticas en los que está enfocado el restaurante.
- **Investigar estrategias que promuevan el crecimiento profesional del RRHH.** Estar en una actualización constante y buscar ayudar para que cada uno de sus trabajadores tengan un desarrollo personal, incentivando al crecimiento de cada uno de estos.
- **Formar, capacitar y aplicar buenas prácticas en el RRHH.** Para el restaurante es necesario estar actualizado en nuevas tecnologías, técnicas y capacitaciones para el personal, buscando la comodidad y buenas prácticas en todos los procesos a desarrollar.

4.1.6 Estrategias. Es el conjunto de acciones que se deben desarrollar para lograr los objetivos y metas establecidas por el restaurante. Basados en los objetivos y metas del restaurante, se establecieron estrategias para el cumplimiento de estos.

- Difundir y actualizar constantemente publicidad y redes sociales, programar y realizar plan de ventas.
- Trabajar en la capacitación constante y buenas prácticas, cumplir con los estándares de cada proceso.
- Realizar actividades de desarrollo y motivación en crecimiento RRHH, promoviendo el clima organizacional.
- Trabajar constantemente con herramientas de tecnología, buenas prácticas, y aplicar a cada personal, contratado.

4.1.7 Política empresarial. Estas políticas son necesarias para establecer el buen funcionamiento y desarrollo del restaurante.

4.1.7.1 Políticas de servicio. Para el restaurante se establecen las siguientes políticas de servicio, las cuales buscan la satisfacción del cliente.

- Se ofrecerá atención al cliente y un servicio personalizado y amable.
- Se deben atender y responder todas las solicitudes e inquietudes de los clientes.

- Se debe dar información eficiente y clara a cada uno de los clientes del restaurante.
- Se deben acatar y tener presente sugerencias de los clientes.

4.1.7.2 Políticas de calidad. Estas políticas por el tipo de restaurante, se acogen a los productos ofrecidos, manejando las siguientes políticas:

- Cumplir con cada una de las normas de salubridad para el manejo y manipulación de alimentos.
- Estandarizar recetas y procesos de cada uno de los productos ofrecidos en el restaurante.

4.1.7.3 Políticas de producción. Se busca el cumplimiento, de estas por medio de herramientas y metodologías de ingeniería industrial.

- Mantener las áreas de trabajo libres, y totalmente limpias.
- Estandarizar recetas y procesos de producción.
- Cumplir el plan maestro de producción.
- Utilizar los recursos de una manera eficiente y sin desperdicio alguno.
- Utilizar herramientas como el justo a tiempo.

4.1.7.4 Políticas recurso humano. Es una de las herramientas más importantes, ya que depende de ellos toda la producción y el servicio, del recurso humano depende la satisfacción del cliente.

- Incentivar a cada uno de los trabajadores, por medio de capacitaciones y bonos, estar en constante comunicación, abriendo las puertas para ideas, correcciones o aportes.
- Apoyar en todo momento a cada uno de los trabajadores, con cada una de sus dificultades.
- Seguir todas las reglas de seguridad, buscando cuidar la salud en el trabajo de cada uno de los trabajadores.

Cuadro 30. Planeación estratégica restaurante “Capresa”

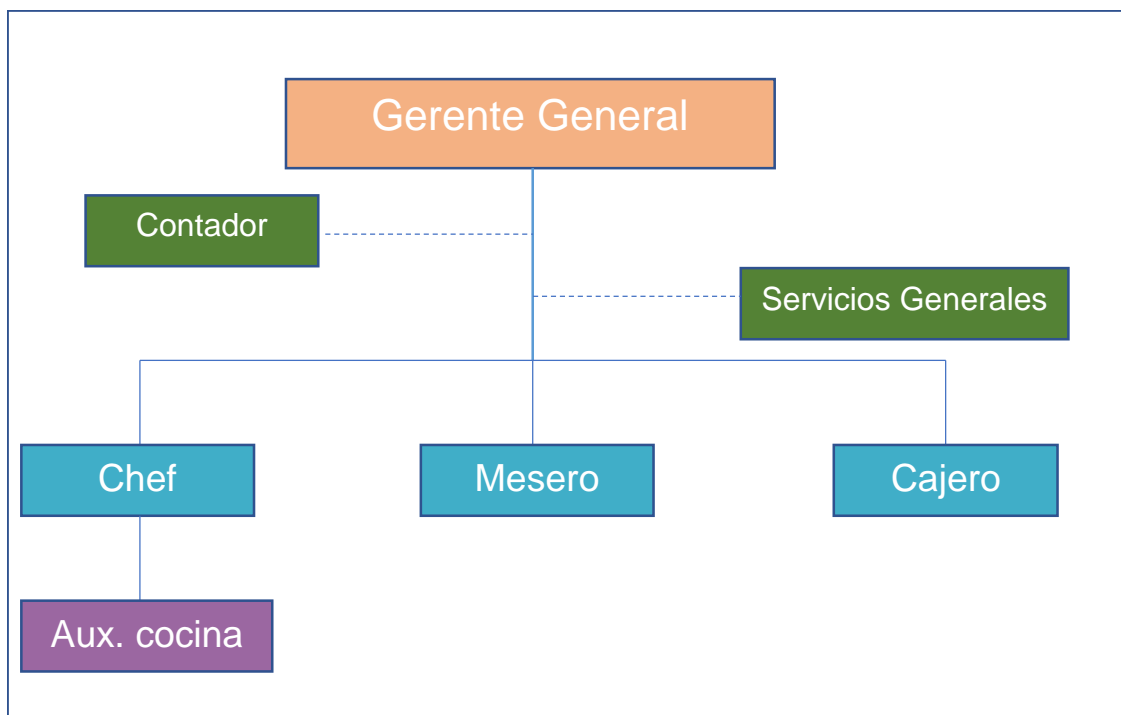
Nº	Objetivos	Metas	Estrategias	Responsable	Fecha de ejecución	Indicador
1	Tener una participación del 20% de la demanda de restaurantes de postres del municipio.	Realizar campañas publicitarias, donde se dé a conocer la importancia del consumo de productos saludables. Ofrecer productos con altos estándares de calidad Dar espacio para sugerencias y realizar respectivas mejoras.	Difundir y actualizar constantemente publicidad y redes sociales, programar y realizar plan de ventas	Gerente general	Para el 2020	$\frac{\text{Ventas reales}}{\text{Ventas proyectadas}} * 100$
2	Cumplir con los procesos de productividad al 100%.	Realizar rondas de verificación de cada proceso. Estandarizar tiempos de cada actividad y proceso productivo. Trabajar comprometidos con la operación de cada proceso.	Trabajar en la capacitación constante y buenas prácticas, cumplir con los estándares de cada proceso.	Chef	06/2019	$\frac{\text{Productos devueltos}}{\text{Productos elaborados}} * 100$
3	Lograr satisfacción total del cliente	Promover y capacitar adecuadamente al personal Realizar bajo el mejor servicio todo el proceso del cliente en el establecimiento, desde su ingreso hasta su salida. Incentivar al personal, para que ofrezcan el mejor servicio	Realizar actividades de desarrollo y motivación en crecimiento RRHH, promoviendo el clima organizacional.	Mesero	2019 (Apertura del restaurante)	$\frac{\text{Total reclamos}}{\text{Total clientes atendidos}} * 100$
4	Fortalecer y promover el RRHH.	Verificar el cumplimiento de políticas y valores de la empresa, como trabajo en equipo, entre otros. Investigar estrategias que promuevan el crecimiento profesional del RRHH. Formar, capacitar y aplicar buenas prácticas en el RRHH.	Trabajar constantemente con herramientas de tecnología, buenas prácticas, y aplicar a cada personal, contratado.	Gerente General	2019	$\frac{\text{Personal retirado.}}{\text{Personal contratado}} * 100$

4.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Esta estructura permite determinar la organización jerárquica de todos los cargos establecidos y necesarios, para el funcionamiento adecuado del restaurante. La estructura que se debe manejar es de tipo lineal tradicional, ya que permite establecer funciones y toma de decisiones de la mejor manera.

4.2.1 Organigrama. Es una representación gráfica de la estructura organizacional del restaurante, la cual permite establecer cargos y funciones para cada uno de los que la componen, en este caso se realizará un organigrama lineal tradicional. Ver Organigrama.

Organigrama “Capresa”




4.2.2 Funciones generales. En esta parte del capítulo permite establecer las funciones y las responsabilidades de cada cargo de restaurante, como se muestra a continuación.

- **Gerente General.** Esta persona es la encargada del funcionamiento total del restaurante, realiza el de los proveedores, busca que todas las personas cumplan las funciones de sus cargos, también se encarga de llevar el control de todos los procesos realizados en el restaurante, de la administración, y de que las proyecciones vayan por buen camino.

- **Chef.** Es el encargado de dirigir y realizar todos los procesos que se deben desarrollar para la preparación del producto, debe guiar al auxiliar de cocina buscando siempre la mejor calidad y cumplimiento de la receta, ficha técnica y los procesos ya establecidos, es el encargado de que se cumpla las buenas prácticas en la manipulación de alimentos para ofrecer un producto con el que el cliente se sienta totalmente satisfecho.
- **Auxiliar de cocina.** Es la persona encargada de realizar la preparación del producto, siguiendo la receta ya establecida, debe estar capacitado para asumir y realizar cualquier producto que este en el menú o que desee el cliente, con un manejo adecuado del proceso de realización del producto y de buenas prácticas en la manipulación de alimentos.
- **Mesero.** Este cumple con uno de los cargos más importantes, ya que es la persona que tiene contacto directo con el cliente, debe ofrecer “un ratito inolvidable” como es la misión del restaurante. Este se encarga desde el recibimiento del cliente, la asignación de mesa, el asesoramiento y la entrega del producto, hasta el pago y la retirada de este, es importante tener en cuenta que debe tener una actitud amable, cercana y amorosa con el cliente buscando siempre su satisfacción y dejarle la sensación de querer volver.
- **Cajero.** Es el encargado de la facturación de todos los productos que se venden en el restaurante, aparte maneja el registro de todos los productos pagos en caja, y se hace responsable de todos los ingresos diarios del restaurante.

Las cotizaciones del contador y la auxiliar de servicios, se encuentran en el Anexo J

4.2.3 Manual de funciones. El manual de funciones del restaurante “Capresa” establece cada uno de los cargos del Organigrama 1. Donde se describen cada una de las funciones a realizar. A continuación, se muestra el manual de funciones del gerente general, con cada una de las tareas que debe realizar, así mismo se realiza con cada uno de los cargos establecidos en el Anexo K.

		MANUAL DE FUNCIONES
NOMBRE DEL RESTAURANTE:		CAPRESA
NOMBRE DEL CARGO:		GERENTE
DEPENDENCIA:		GERENCIA
NÚMERO DE CARGOS:		UNO
REPORTAR A:		JUNTA DE SOCIOS
OBJETIVO PRINCIPAL DEL CARGO		
El objetivo principal del cargo es dirigir, planear y controlar todas las actividades y procesos que se desarrollan en el restaurante, buscando siempre optimizar recursos, y realizar el mayor aprovechamiento de estos, buscando las proyecciones ya establecidas.		
FUNCIONES DEL CARGO		
1	Implementar y controlar el desarrollo del plan estratégico.	
2	Realizar convenios comerciales con la alcaldía, turismo entre otros.	
3	Programar y coordinar capacitaciones (servicio al cliente, manipulación de alimentos, entre otros)	
4	Realizar arqueos de caja y alivios de efectivo periódicamente.	
5	Planear, delegar y supervisar funciones.	
6	Establecer relaciones de compras con los proveedores, y controlar la calidad de los insumos.	
7	Analizar y evaluar los estados financieros del restaurante mensualmente, y tomar decisiones.	
8	Coordinar y supervisa funcionamiento de todas las áreas del restaurante.	
9	Contratar personal necesario para el restaurante.	
10.	Presentar informes de gestión y resultados a junta de socios.	
REQUISITOS		
EDUCACIÓN PARA EL CARGO:		Profesional en el área de administración de empresas o ingeniería industrial.
EXPERIENCIA PARA EL CARGO:		Experiencia en el sector del área alimenticia, y administración de restaurantes de 2 años.
HABILIDADES:		Honestidad, responsabilidad, liderazgo, trabajo en equipo, perseverancia y actitud positiva, manejo de personal, atención al cliente y excelentes relaciones interpersonales.
FORMACIÓN:		Planeación, gerencia, finanzas, procesos, atención al cliente, seguridad y salud en el trabajo.
ELABORÓ: Laura Sofía Mateus Mateus		REVISÓ Y APROBÓ: Laura Sofía Mateus Mateus

4.3 CONTRATACIÓN DE PERSONAL

Para el éxito y buen manejo del restaurante es totalmente necesario seleccionar y contar con un buen personal, ya que son la base del restaurante. Así que, si se hace un correcto reclutamiento y contratación de personal, permite que el restaurante cumpla con sus proyecciones y cumpla con satisfacer plenamente al cliente.

A continuación, se realizará todo el proceso que se debe desarrollar para la realización de contratación de personal, teniendo en cuenta desde el reclutamiento de personal, proceso de selección hasta el proceso de contratación.

4.3.1 Reclutamiento de personal. Es importante tener en cuenta la proyección y objetivos que tiene el restaurante, así mismo son planteados todos los cargos necesarios con sus respectivas funciones y el perfil que se busca para cada uno de estos.

Para el restaurante es importante resaltar y permitir el crecimiento de sus empleados, así que la primera opción será desarrollar un reclutamiento interno, donde se evalúen principalmente la evolución, eficiencia y aplicación de buenas prácticas en el cargo que desempeña actualmente, después evaluar sus aptitudes y tener en cuenta cada una de ellas para el cargo que se solicita, por medio de este reclutamiento permite incentivar y aumentar el compromiso y la lealtad de los trabajadores.

La otra opción es realizar un reclutamiento externo, solo si el reclutamiento interno no cumple con las aptitudes para adquirir el cargo que se solicita, este reclutamiento se realizará por medio de comunicación, como radio y periódico de Paipa, también se hará utilización de redes sociales, como Facebook, Instagram y Socilancer, es necesario para este reclutamiento tener en cuenta un tipo de documentación que respalde y permita verificar que la información que se solicita.

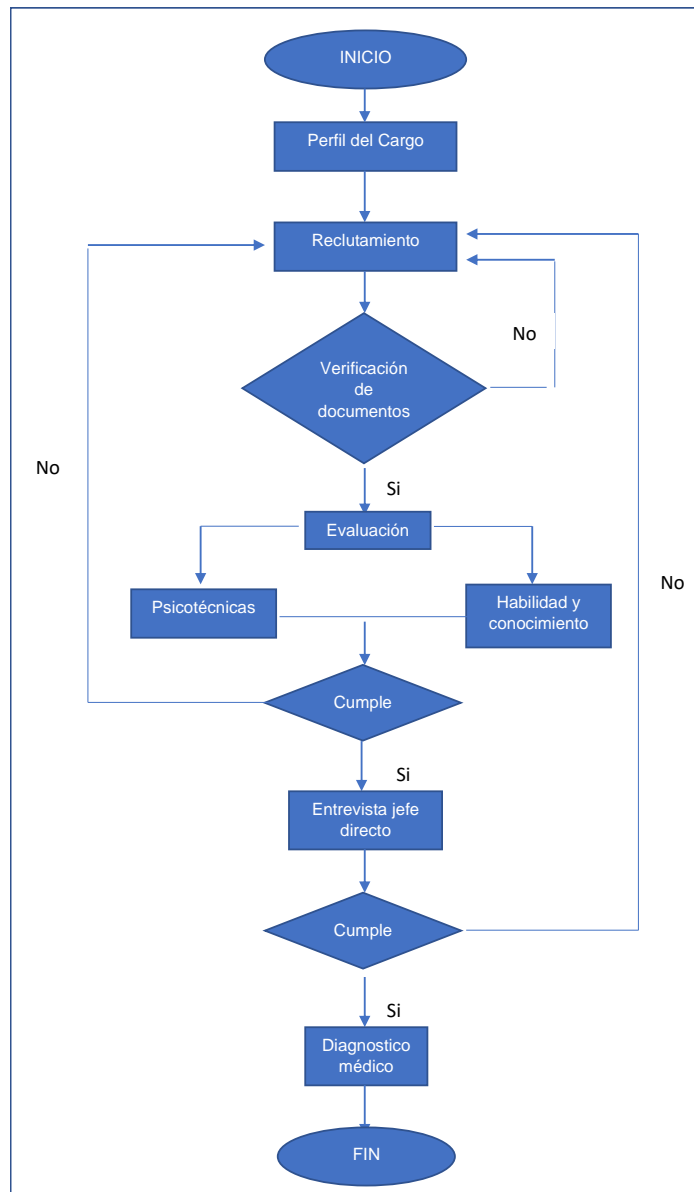
- Hoja de vida física y virtual, con toda la información necesaria tanto personal, como académica y de experiencia laboral.
- Fotocopia de los diplomas y certificados académicos.
- Fotocopia de la cédula de ciudadanía.
- Fotocopia de la libreta militar (Hombre).
- Certificado de antecedentes judiciales.

4.3.2 Proceso de selección. Este proceso permite conocer y evaluar todos los valores, aptitudes y habilidades de los candidatos, buscando que sea totalmente

apto para el cargo solicitado, y de allí tomar una decisión si se acepta o no para el cargo.

A continuación, en el Diagrama 10., se muestra el proceso que se debe realizar por medio de unos lineamientos ya establecidos del proceso de selección.

Diagrama 10. Proceso de selección



- **Perfil del cargo.** Es la descripción del cargo que se solicita, con sus funciones ya establecidas a realizar.
- **Reclutamiento.** Se seleccionan los candidatos presentados para el cargo.

- **Verificación de documentos.** Se revisa y analiza al detalle documentos solicitados.
- **Evaluación.** Es necesario realizar las pruebas de habilidades y conocimientos para el cargo, y también realizar pruebas psicotécnicas, con el fin de observar si realmente tiene conocimientos necesarios para el cargo y así permite realizar los filtros para escoger a la persona más apta para el cargo.
- **Entrevista jefe directo.** Es necesario que la persona encargada de dirigir y guiar el cargo realice una entrevista la cual permite evaluar todos los requisitos para el cargo en forma de preguntas prácticas de las funciones a realizar.
- **Diagnóstico médico.** Se debe realizar un examen médico de la persona seleccionada para el cargo.

4.3.3 Proceso de inducción. Es el proceso que se debe realizar para todas las personas que ingresan a trabajar en el restaurante, con el fin de que conozcan detalladamente, no solo las actividades a realizar de su cargo sino las proyecciones y planes del restaurante.

- **Inducción general.** Aquí se le presenta toda la planeación estratégica, recorrido por el restaurante, reglamentos y todo lo relacionado con la proyección y objetivos a donde se espera llegar.
- **Inducción específica.** Se presenta todas las funciones, procesos y actividades a realizar, se muestra estándares establecidos y puesto de trabajo, allí se especifica cada una de las responsabilidades, funciones y se presenta a sus compañeros de trabajo.
- **Seguimiento.** Es necesario realizar un seguimiento de 2 semanas el cual se llamará periodo de prueba, en donde se determina el desempeño en el puesto de trabajo, conexión con los compañeros y los clientes.

4.3.4 Plan de capacitación. A continuación, se muestra el proceso de capacitación y como se realizará este en el restaurante “Capresa” relacionado con cada uno de los puestos de trabajo.

Para el restaurante “Capresa” sabe que el recurso más importante está formado por el personal, por esto realizo un plan de capacitación, buscando que sus trabajadores trabajen en equipo, motivados y con los pilares necesarios para lograr el éxito completo en el servicio.

4.3.4.1 Objetivo general. preparar a los trabajadores buscando que cada una de sus actividades las generen eficientemente, buscando brindar oportunidades de

desarrollo en cada uno de los puestos, modificando actitudes con el fin de crear el mejor clima laboral en donde cada uno de los trabajadores se encuentre satisfecho, haciendo que sea más receptivo a ejecutar acciones de gestión.

4.3.4.2 Objetivos específicos. A continuación, se muestra cada uno de los objetivos específicos establecidos por el restaurante.

- Promover conocimientos y buscar desarrollar habilidades con el fin que se cubra los requerimientos para cada uno de los puestos.
- Proporcionar toda la información necesaria tanto del puesto de trabajo, como de la empresa, sus normas, políticas, organización y funcionamiento de esta.
- Ampliar constantemente los conocimientos requeridos en cada actividad de los puestos de trabajo.
- Capacitar y ayudar a la preparación de personal calificado buscando el cumplimiento de los requerimientos de la empresa.

4.3.4.3 Meta. Capacitar al 100% gerente, chef, auxiliar de cocina, mesero y cajero del restaurante "CAPRESA".

4.3.5 Tipo de capacitación. Se realizarán dos tipos de capacitación Inductiva y preventiva.

4.3.5.1 Capacitación inductiva. Esta capacitación permite facilitar el ingreso al nuevo trabajador, esta se desarrolla después de realizar el proceso de selección de personal, permitiendo así realizar un mejor aprovechamiento y mejorar las condiciones de ingreso a la organización.

4.3.5.2 Capacitación preventiva. Esta permite orientar adecuadamente a los trabajadores prever todo tipo de riesgo tanto en el desempeño del puesto, como en los riesgos que puede generar.

El objetivo de esta capacitación es preparar adecuadamente a los trabajadores con el fin de lograr con éxito de las actividades, por medio de nuevas metodologías, equipo de trabajo y utilización de equipos, para el proceso de desarrollo empresarial, esta capacitación se realizará a través de la ARL.

Se realizarán cinco tipos de etapas con el fin de lograr el éxito completo de cada puesto de trabajo, los cuales son:

- Formación

- Actualización
- Perfeccionamiento
- Complementación

4.3.6 Presupuesto. Es necesario tener en cuenta que para el funcionamiento adecuado del restaurante se deben realizar capacitaciones de: Manipulación de alimentos, servicio al cliente y manejo de clientes difíciles, las cotizaciones de cada capacitación se encuentran en el Anexo L.

- El gerente debe recibir capacitación en: Manejo de clientes difícil y servicio a cliente.
- Chef debe recibir capacitación en: Manipulación de alimentos, manejo de clientes difíciles y servicio al cliente.
- Cajero debe recibir capacitación en: Manejo de clientes difíciles y servicio al cliente.
- Mesero debe recibir capacitación en: Manipulación de alimentos, manejo de clientes difíciles y servicio al cliente.
- Auxiliar de cocina debe recibir capacitación en: Manipulación de alimentos

Tabla 72. Valor de las capacitaciones para 2018 (COP).

Capacitación	Valor por persona
Inducción	Realizada por el líder del proyecto \$0
Manipulación de alimentos	22.000
Manejo de clientes difíciles	60.000
Servicio al cliente	60.000

A continuación, en la Tabla 73., se muestra el costo de las capacitaciones que se deben realizar por cada puesto con la proyección a 5 años, teniendo en cuenta que el proyecto tendrá inicio en el año 2019.

Tabla 73. Costo anual de capacitaciones por puesto de trabajo

Capacitaciones	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Gerente general	120.000	124.080	128.919	133.625	138.101	142.244
Chef	142.000	146.828	152.554	158.123	163.420	168.322
Cajero	120.000	124.080	128.919	133.625	138.101	142.244
Mesero	142.000	146.828	152.554	158.123	163.420	168.322
Aux cocina	22.000	22.748	23.635	24.498	25.319	26.078

4.4 ESTRUCTURA SALARIAL

Para el funcionamiento adecuado del restaurante, es necesario utilizar esta herramienta de método por puntos el cual permite tener en cuenta factores y subfactores para cada puesto de trabajo.

4.4.1 Método de asignación salarial. Se realizará la asignación salarial por puntos ya que esta establece la administración de salarios, por medio de políticas civilizadas de asignación, permitiendo así mayor transparencia y equidad.

4.4.1.1 Definición de factores. A continuación, se realizará la asignación de factores de las características que permitirán evaluar los requisitos del manual de funciones. Ver Cuadro 31.

Cuadro 31. Definición de factores

Factor	Definición
Responsabilidad	Este factor permite establecer el nivel de responsabilidad que tiene el cargo, sobre el manejo y funcionamiento del restaurante.
Conocimiento	Este factor permite evaluar el grado académico necesario para efectuar adecuadamente las funciones de cada cargo.
Experiencia	El tiempo efectuado en el mismo cargo o puesto de trabajo.
Esfuerzo físico	Establece el nivel de esfuerzo para desarrollar las funciones del cargo.
Comunicación	Permite identificar el nivel de comunicación claro y necesario para cada cargo.

4.4.1.2 Ponderación para cada factor. Teniendo en cuenta los factores anteriores, por juicio del restaurante se le asigna a cada uno de estos, una ponderación según el grado de importancia para la realización de las funciones de cada cargo. Ver Tabla 74.

Tabla 74. Ponderación para cada factor

Factor	Ponderación
Responsabilidad	30%
Conocimiento	25%
Experiencia	18%
Esfuerzo físico	15%
Comunicación	12%

4.4.1.3 Nivel de grados por factor. Estos son los criterios para diferenciar la continuidad y nivel de intensidad de cada factor en cada uno de los cargos del restaurante.

Cuadro 32. Grados por factor

Factor	Grado	Definición
Responsabilidad	I	Ningún nivel de responsabilidad
	II	Menor nivel de responsabilidad
	III	Satisfactorio nivel de responsabilidad
	IV	Mayor nivel de responsabilidad
	V	Superior nivel de satisfacción
Conocimiento	I	Bachiller
	II	Técnico
	III	Tecnólogo
	IV	Profesional
	V	Estudios complementarios
Experiencia	I	Sin de experiencia
	II	Menos de un año
	III	Un año
	IV	Dos a tres años
	V	Más de tres años
Esfuerzo físico	I	Ningún nivel de esfuerzo
	II	Menor nivel de esfuerzo
	III	Medio nivel de esfuerzo
	IV	Mayor nivel de esfuerzo
	V	Alto nivel esfuerzo
Comunicación	I	Ninguna comunicación
	II	Menor nivel de comunicación
	III	Satisfactorio nivel de comunicación
	IV	Mayor nivel de comunicación
	V	Superior nivel de comunicación

4.4.1.4 Ponderación de puntos por grados. Definiendo cada uno de los grados se establece la puntuación para cada uno de los niveles, permitiendo establecer la base puntual, dependiendo de los puestos de trabajo que tiene el restaurante, estableciendo así una base puntual de 800 puntos, ya que pertenece a la base puntual de cantidad de puestos de trabajo más pequeña como lo muestra la Tabla 75.

Tabla 75. Ponderación de puntos por grados

Nº de puestos de trabajo	Factores	Base puntual
Hasta 10	Hasta 7	800
De 11 a 20	De 8 a 10	1000
De 21 a 40	De 11 a 13	2000
Más de 40	Más de 13	3000

Fuente: ARANCIBIA SOLER, Severiche. Valoración de puestos por puntos [En línea]. 2014. [Citado el 19 de abril de 2018]. Disponible en: http://www.academia.edu/11469656/VALORACION_DE_PUESTOS_POR_PUNTOS

Fue necesario implementar la progresión aritmética para determinar cada uno de los puntos por grados de cada factor, por medio de la Ecuación 3.

Ecuación 3. Distribución de puntos por progresión aritmética

$$R = \frac{P_{\max} - P_{\min}}{n - 1}$$

Fuente: ARANCIBIA SOLER, Severiche, et al. Valoración de puestos por puntos [En línea]. [s.l.: s.n.], 2014. [Citado el 19 de abril de 2018]. Disponible en: http://www.academia.edu/11469656/VALORACION_DE_PUESTOS_POR_PUNTOS

En donde:

P max = puntaje máximo

P min = puntaje mínimo

n = número de grados del factor

R = razón de progresión

Con la Ecuación 3., se realiza la asignación pertinente para los cargos del restaurante “Capresa”. Ver Tabla 76.

Tabla 76. Asignación por puntos

Factor	Ponderación	Razón progresión	Puntos por cargo					Pmáx
			I	II	III	IV	V	
Responsabilidad	30%	52,5	30	82,5	135	187,5	240	240
Conocimiento	25%	43,75	25	68,75	112,5	156,25	200	200
Experiencia	18%	31,5	18	49,5	81	112,5	144	144
Esfuerzo físico	15%	26,25	15	41,25	67,5	93,75	120	120
Comunicación	12%	21	12	33	54	75	96	96

4.4.1.5 Asignación de puntos por cargo. Teniendo en cuenta el manual de funciones y los grados establecidos para cada factor, se realiza la referenciación de los puntajes pertinentes para cada cargo.

Tabla 77. Asignación de puntos por cargo

Cargo	Factores					TOTAL PUNTOS
	Responsa.	Conocimi.	Experien.	Esfuerz. fisi	Comunica.	
Gerente general	240	200	144	15	96	695
Chef	187,5	200	144	67,5	75	674
Cajero	187,5	156,25	81	41,25	54	520
Mesero	135	112,5	18	120	75	460,5
Aux cocina	135	68,75	49,5	93,75	75	422

4.4.1.6 Equivalencia salarial. Es necesario realizar la equivalencia salarial de cada cargo, teniendo como referente el mercado laboral actual en Colombia, con ayuda de la regresión lineal ya realizada anteriormente, ya que es la que permite aproximar más a los valores establecidos, y así poder conocer los salarios de cada cargo. Ver Tabla 78.

Tabla 78. Equivalencia salarial 2018 (COP)

Cargos	Total, puntos	Salarios de referencia
Gerente general	695	1.984.966
Chef	674	1.184.146
Cajero	520	1.000.000
Mesero	460,5	777.665
Aux cocina	422	781.242

A continuación, se aplica regresión lineal a la equivalencia salarial de 2018 a los salarios referencia y total de puntos salariales. Ver Gráfico 27.

Gráfico 27. Salarios con regresión lineal

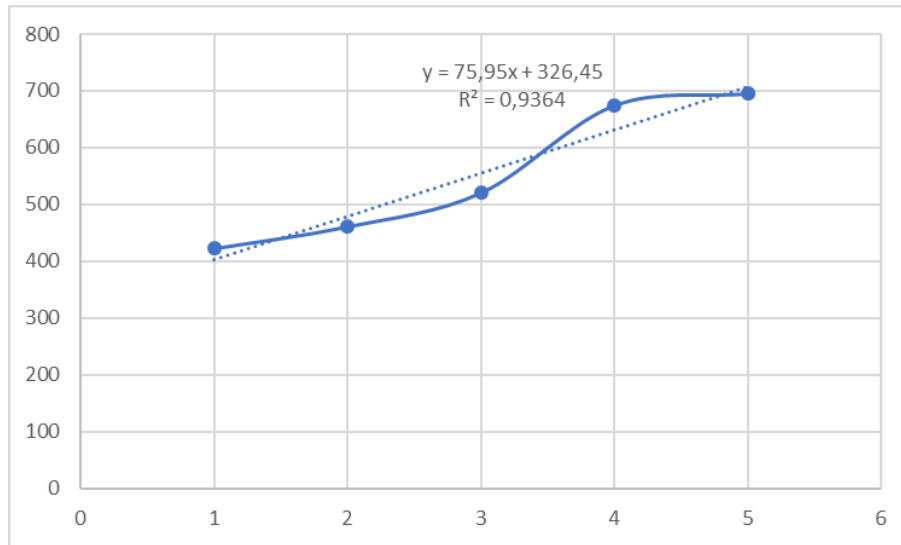


Tabla 79. Salarios evaluados

Cargos	Salarios de referencia (\$)	Salarios evaluados (\$)
Gerente general	1.984.966	2.037.677
Chef	1.184.146	1.234.663
Cajero	1.000.000	1.039.820
Mesero	777.665	812.966
Aux cocina	781.242	813.619

Se realizó los salarios evaluados teniendo en cuenta la regresión lineal de los puntos de razón de progresión de cada uno de los cargos, en referencia con los salarios aproximados del mercado laboral actual, permitiendo evaluar los salarios evaluados aproximados, para cada cargo del restaurante. Ver Tabla 79.

4.5 NÓMINA

Para realizar el estudio de nómina para el restaurante, se toma de base el año 2018, y se realiza proyecciones al 2022 determinando cada uno de los sueldos de cada cargo, teniendo en cuenta que cada uno de los cargos trabaja de martes a domingo de 1 m a 9pm.

4.5.1 Recargo dominical y festivo. Se hace necesario calcular los recargos dominicales y festivos ya que el restaurante labora todos los domingos y festivos del año exceptuando 24, 25, 30, 31 y 1 de diciembre.

Tabla 80. Recargo dominicales y festivos. (COP)

Cargo	Salario anual	Salario por día	# Domingos y Festivos Anuales	Domingos y festivos mensuales	Recargo mensual Domingos y festivos	Recargo anual Domingo y Festivos (75%)
Gerente general	24.452.400	67.923	67	6	305.655	3.413.148
Chef	14.816.400	41.157	67	6	246.940	2.068.123
Cajero	12.477.600	34.660	67	6	207.960	1.741.665
Mesero	9.756.000	27.100	67	6	162.600	1.361.775
Aux cocina	9.764.400	27.123	67	6	162.740	1.362.948
Total	71.266.800	197.963	335	30	1.085.895	9.947.658

4.5.2 Salario básico por trabajador. A continuación, de muestra la Tabla 81., la cuales se hacen las relaciones que corresponden a la nómina de cada trabajador para el año 2018 tanto mensual, como anual.

Tabla 81. Salario básico por trabajador. (COP)

Cargo	Salario mensual	Auxilio de transporte	Recargos dominicales	Salario básico total	Salario anual	Aux de transporte anual	Salario anual total
Gerente general	2.037.700	-	305.655	2.343.355	28.120.260	-	28.120.260
Chef	1.234.700	77.000	246.940	1.558.640	18.703.680	924.000	18.703.680
Cajero	1.039.800	77.000	207.960	1.324.760	15.897.120	924.000	15.897.120
Mesero	813.000	77.000	162.600	1.052.600	12.631.200	924.000	12.631.200
Aux cocina	813.700	77.000	162.740	1.053.440	12.641.280	924.000	12.641.280
TOTAL			1.085.895		87.993.540	3.696.000	87.993.540

4.5.3 Pagos de prestaciones sociales. En la Tabla 82., se realiza la liquidación de las prestaciones sociales anual para cada uno de los cargos.

Tabla 82. Prestaciones sociales anuales- 2019 (COP)

Cargo	Salario anual total	Prestaciones sociales		
		Cesantías	Prima	Interés cesantías (12%)
Gerente general	28.120.260	2.343.355	2.343.355	281.203
Chef	17.779.680	1.481.640	1.481.640	177.797
Cajero	14.973.120	1.247.760	1.247.760	149.731
Mesero	11.707.200	975.600	975.600	117.072
Aux cocina	11.717.280	976.440	976.440	117.173
Total	84.297.540	7.024.795	7.024.795	842.975

El pago de las cesantías se realiza antes del 15 de febrero del año 2019, en el fondo de cesantías de preferencia y afiliación del trabajador todos los cierres se deben realizar el 31 de diciembre del año que se está liquidando, el interés de las cesantías se realiza sobre las cesantías el 12 % como lo muestra la Tabla 82., también se debe realizar el pago de la prima el cual se paga la mitad de un salario a mitad de año y la otra al finalizar.

4.5.4 Vacaciones. A continuación, se realiza el cálculo del valor correspondiente a vacaciones de cada cargo.

Tabla 83. Liquidación vacaciones 2019 (COP)

Cargo	Salario mensual	Recargos dominicales	Salario básico total	Vacaciones
Gerente general	2.037.700	305.655	2.343.355	1.171.678
Chef	1.234.700	246.940	1.481.640	740.820
Cajero	1.039.800	207.960	1.247.760	623.880
Mesero	813.000	162.600	975.600	487.800
Aux cocina	813.700	162.740	976.440	488.220
Total	5.938.900	1.085.895	7.024.795	3.512.398

Se realiza la liquidación de vacaciones teniendo en cuenta que para el 2018 se laborarán 305 días, como se proyectó en el capítulo 3., para el mesero y auxiliar de cocina se realiza la liquidación a partir del salario básico sin tener en cuenta el auxilio de transporte.

4.5.5 Seguridad social por parte del empleador -2018. El pago de seguridad social se debe realizar un pago por parte del empleador y el otro por parte del trabajador, A continuación, se realiza la liquidación anual de seguridad social de

cada uno de los cargos teniendo en cuenta que la seguridad social se liquida por parte del empleador comprendido así: pensiones con 12%, y ARL el 0,5%, y la salud no aplica ningún porcentaje ya que gracias a la ley 1819 de 2016 en el artículo 65, exonera el pago de salud. Ver Tabla 84.

Tabla 84. Liquidación anual seguridad social pago empleador 2019 (COP)

Cargo	Salario anual	Pensiones 12%	Salud 0%	ARL 0,522%
Gerente general	28.120.260,0	3.374.431,2	-	146.787,8
Chef	17.779.680,0	2.133.561,6	-	92.809,9
Cajero	14.973.120,0	1.796.774,4	-	78.159,7
Mesero	11.707.200,0	1.404.864,0	-	61.111,6
Aux cocina	11.717.280,0	1.406.073,6	-	61.164,2
Total	84.297.540,0	10.115.704,8	-	440.033,2

4.5.6 Pagos de parafiscales. Estos pagos hacen referencia a conceptos individuales de SENA, ICBF, y caja de compensación familiar, en donde gracias a la ley 1819 de 2016, en el artículo 65 exonera a sociedades y personas jurídicas, declarantes sobre el impuesto de renta, correspondientes a trabajadores que devenguen individualmente menos de diez salarios mínimos de SENA, ICBF. Este porcentaje se toma a partir de la liquidación de sueldos del año liquidado, en este caso del año 2018 sin tener en cuenta auxilio de transporte.

Tabla 85. Pagos parafiscales por cargo-2019 (COP)

Cargo	Salario anual	SENA 0%	ICBF 0%	Caja de compensación 4%
Gerente general	28.120.260	-	-	1.124.810
Chef	17.779.680	-	-	711.187
Cajero	14.973.120	-	-	598.925
Mesero	11.707.200	-	-	468.288
Aux cocina	11.717.280	-	-	468.691
Total	84.297.540	-	-	3.371.902

4.6 COSTOS ADMINISTRATIVOS

A continuación, se realiza un resumen de la nómina perteneciente a los costos de este capítulo, primero se desarrollará un resumen de la nómina, y al final se realizará el costo total del estudio.

En los Anexo M., se encontrará la proyección del resumen de costos de nómina de los años 2019 a 2023, realizando una proyección en el IPC para poder realizar un supuesto del costo del salario anual de cada cargo, y así realizar un análisis de nómina anual para cada año.

Tabla 86. Resumen Nómina -2019 (COP)

Cargo	Gerente general	Chef	Cajero	Mesero	Aux cocina
Salario mensual	2.469.896	1.642.807	1.396.297	1.109.440	1.110.326
Salario Anual	29.638.754	19.713.679	16.755.564	13.313.285	13.323.909
Cesantías	2.343.355	1.481.640	1.247.760	975.600	976.440
Prima	2.343.355	1.481.640	1.247.760	975.600	976.440
Dotación	-	400.000	400.000	400.000	400.000
Interés cesantías (12%)	281.203	177.797	149.731	117.072	117.173
Vacaciones	1.171.678	740.820	623.880	487.800	488.220
Pensiones 12%	3.374.431	2.133.562	1.796.774	1.404.864	1.406.074
Salud 0%	-	-	-	-	-
ARL 0,522%	146.788	92.810	598.925	61.112	61.164
SENA 0%	-	-	-	-	-
ICBF 0%	-	-	-	-	-
Caja de compensación 4%	1.124.810	711.187	598.925	468.288	468.691
Costo Total Nómina	40.424.373	26.933.134	23.419.320	18.203.620	18.218.111

Tabla 87. Costos totales estudio administrativo (COP)

Descripción	Valor
Total, Nómina Anual	127.198.559
Pago Aux. Servicios	6.000.000
Pago Contador Anual	8.400.000
TOTAL (cop)	141.598.559

5. ESTUDIO LEGAL - AMBIENTAL

Este estudio permite determinar los requisitos legales necesarios para la constitución de la empresa, y por otra parte todos los requisitos y leyes ambientales a los que se debe regir el restaurante para el funcionamiento de adecuado de este.

5.1 CLASIFICACIÓN LEGAL

En esta parte del capítulo se tiene en cuenta todos los elementos necesarios para constituir el restaurante legalmente, permitiendo así identificar a que categoría pertenece, y cada uno de los pasos a seguir para realizar su adecuada clasificación.

5.1.1 Tipo de empresa. Para la creación de la empresa se debe tener en cuenta que se realiza bajo figura natural o jurídica, ya que las exigencias legales para cada una de estas son totalmente distintas.

- **Persona natural.** “Es aquella que ejerce una actividad de manera habitual, y profesional, a título personal. Asume a título personal todos los derechos y obligaciones de la actividad que ejerce, en donde la totalidad de su patrimonio, que incluye el personal y familiar, sirve como prenda de garantía por las obligaciones que adquiera en su actividad económica”.⁷²

- **Persona jurídica.** “Es una persona ficticia, capaz de ejercer y contraer derechos y obligaciones, y ser representada judicial y extrajudicialmente, clasificada como empresa unipersonal, sociedad anónima, sociedad comandita simple, entre otras.”⁷³

5.1.2 Tipo de empresa según actividad económica. En Colombia clasifican las empresas según la actividad que realicen, existen tres sectores de clasificación económica, como lo son el sector primario, en los cuales pertenecen todos los recursos que ofrece la naturaleza, como lo son la parte agrícola, ganadera entre otros; en el sector secundario en el cual pertenecen todas las materias primas que ya son procesadas para bienes de consumo, y por último los bienes del sector terciario, el cual hace referencia a actividades como comerciantes, asesoría, turismo entre otros.

⁷² CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ. Persona natural [En línea]. Bogotá: Cámara de Comercio, 2018. [Citado el 22 de abril de 2018]. Disponible en: <https://www.ccb.org.co/Cree-su-empresa/Pasos-para-crear-empresa/Constituya-su-empresa-como-persona-natural-persona-juridica-o-establecimiento-de-comercio>

⁷³ CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ. Persona jurídica [En línea]. Bogotá: Cámara de Comercio, 2018. [Citado el 22 de abril de 2018]. Disponible en: <https://www.ccb.org.co/Cree-su-empresa/Pasos-para-crear-empresa/Constituya-su-empresa-como-persona-natural-persona-juridica-o-establecimiento-de-comercio>

5.1.3 Tipo de empresa por número de operarios. En Colombia existe una clasificación por número de empleados en donde la ley 905 de agosto de 2004 modifica la ley 590 de 2000 donde la promoción del desarrollo de micro, pequeña y mediana empresa dictan otras disposiciones, en donde el artículo 2º especifica el número de trabajadores para cada clasificación de empresa.

Cuadro 33. División de empresa por número de trabajadores.

Empresa	Nº de trabajadores	Activos totales por valor
Microempresa	Planta de personal no superior a los diez trabajadores.	Inferior a quinientos SMMLV
Pequeña	Planta de personal entre once y cincuenta.	Entre quinientos uno y menos de cinco mil. SMMLV
Mediana	Planta de personal entre cincuenta y uno, y doscientos.	Entre cinco mil uno a treinta mil SMMLV.

Fuente: DEFINICIÓN TAMAÑO empresarial micro, pequeña, mediana o grande [En línea]. Bogotá: Mincit, 2018. [Citado el 22 de abril de 2018]. Disponible en: <http://www.mincit.gov.co/mipymes/publicaciones/2761>

5.2 CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA

Para la constitución legal del restaurante es necesario tener información sobre el tipo de empresa que se va a constituir, sobre la razón social y que ya no exista en el mercado, el tipo de sociedad que se va a crear entre otros.

5.2.1 Tipo de empresa para el restaurante. Teniendo en cuenta la información anterior, “Capresa” estará constituida bajo persona jurídica, y según su división de empresa y número de trabajadores, pertenece a una microempresa, ya que está compuesta por seis empleados.

5.2.2 Razón social. Jurídicamente es el nombre como se va a conocer el restaurante, el cual es único y debe estar expresada claramente en el documento que constituye a la empresa.⁷⁴

El restaurante “Capresa” será constituido bajo Sociedad por Acciones Simplificadas (S.A.S), ya que por su calificación y pertenecer a una microempresa, y otras características relevantes de las (S.A.S) permitiendo que sea una sociedad flexible y garantizar el crecimiento de esta.

⁷⁴ ¿QUE ES la razón social? [En línea]. [s.l.: s.n.], 2016. [Citado el 22 de abril de 2018]. Disponible en: <https://www.misabogados.com/blog/es/que-es-la-razon-social>

Es importante tener en cuenta que una S.A.S se puede constituir por una o varias personas naturales o jurídicas, se crea por documento privado el cual se puede ejecutar después de realizar el registro en cámara de comercio.

Siguiendo la ley 5 de 1258, es necesario que para la constitución de una S.A.S el documento privado conste de, nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas, razón social seguida de las letras " S.A.S" el domicilio principal de la sociedad, termino de duración, la cual puede ser a término indefinido, enunciación clara de las actividades que se realizan en el restaurante, capital autorizado, suscrito y pagado, y por último la forma en la que se administrará.

5.2.3 Nombre de la empresa consulta RUES. Es totalmente necesario realizar la consulta sobre el nombre de la empresa, ya que como se mencionó anteriormente el nombre es único, así que la Cámara de Comercio ofrece un servicio llamado RUES, el cual se puede consultar en internet como RUES consultar, en donde se puede encontrar la razón social de todas las empresas legalmente constituidas.

Realizando la consulta arrojo que el nombre de "Capresa S.A.S" no ha sido utilizado por ninguna otra empresa legalmente constituida como lo muestra la Imagen 19.

Imagen 19. Consulta nombre del restaurante

The screenshot displays the RUES website interface. At the top, there is a navigation bar with 'Inicio', 'Consultas', 'Veedurias', and 'Servicios Virtuales'. The main content area features a search form with the following elements:

- Search criteria tabs: 'Razón Social Nombre', 'Razón Social Palabra Clave', 'Número de Identificación', 'Matrícula Mercantil', and 'Registro Nacional de Turismo'.
- Text: 'Consulte si una empresa o persona natural está inscrita en el registro mercantil de las cámaras de comercio del país. Escoja el criterio que se ajuste a sus necesidades.'
- Text: 'Los resultados de la consulta por nombre siempre se mostrarán en orden alfabético, y retorna todos aquellos comerciantes cuya razón social o sigla inicie con las palabras ingresadas.'
- Text: 'Instrucciones adicionales para la consulta de Homonimia y Condiciones de Uso'
- Search input: 'Razón social: Capresa S.A.S'
- Search button: 'Consultar'
- Warning banner: 'Advertencia: La consulta por Nombre no ha retornado resultados'

At the bottom of the page, there is a footer with logos for 'RM - Registro Mercantil', 'RUP - Registro Único de Proponentes', 'ESAL - Entidad Sin Animo de Lucro', and 'RNT - Registro Nacional de Turismo'. The address 'CONFECAMARAS - Gerencia Registro Único Empresarial y Social Av. Calle 26 # 57-41 Torre 7 Of. 1501 Bogotá, Colombia' is also present.

Fuente: CÁMARAS DE COMERCIO. REGISTRO ÚNICO EMPRESARIAL Y SOCIAL. [En línea]. Bogotá: RUES, 2018. [Citado el 22 de abril de 2018]. Disponible en: http://versionanterior.rues.org.co/RUES_Web/Consultas

5.2.4 Consulta Código Internacional Industrial Uniforme (CIIU). Este código permite clasificar las actividades económicas de manera más precisa, dando así la posibilidad de manejar y clasificar de manera más efectiva todas las actividades económicas de un país.

Es necesario realizar la clasificación y actividades económicas para el restaurante, para realizar el proceso de la constitución adecuada de este, ingresando a la consulta y actualizaciones de la actividad económica de la Cámara de Comercio, permitiendo así tener la clasificación acertada para el restaurante según el CIIU. Ver Tabla 88.

Tabla 88. Tabla Código CIIU restaurante “Capresa”

Código	Actividad económica
5619	Otros tipos expendio de comidas preparadas n.c.p
1020	Procesamiento y conservación de frutas, legumbres, hortalizas y tubérculos.
1040	Elaboración de productos lácteos.

5.3 PROCESO DE FORMALIZACIÓN DE LA EMPRESA

Ya que el restaurante “Capresa” será constituido por persona jurídica es completamente necesario, cumplir con algunos requerimientos en cuanto a documentos y formularios, para completar la constitución adecuada del restaurante.

5.3.1 Documento de identidad original. Es necesario presentar ante la Cámara de comercio de Paipa, el documento original es un documento necesario para la constitución de este.

5.3.2 Formulario Registro Único Tributario (RUT). “Es un mecanismo único para identificar, ubicar y clasificar a las personas y entidades que tengan la calidad de contribuyentes declarantes del impuesto de renta y no contribuyentes declarante de ingresos y patrimonio, los responsables del régimen común, los pertenecientes al régimen simplificado, los agentes retenedores entre otros”⁷⁵

Para la adecuada clasificación de maneja un número de identificación para cada entidad legalmente constituida, que es el Número de Identificación Tributaria (NIT) el cual permite identificar estar inscrito en el RUT. Este documento permite diligenciar de manera presencial o virtual, en donde es necesario presentar los siguientes documentos:

- Documento de identificación original

⁷⁵ RIVAS, Andrés. ¿Cómo sacar el RUT en Colombia? [En línea]. [s.l.: s.n.], 2012. [Citado el 22 de abril de 2018]. Disponible en: <https://www.colconectada.com/como-sacar-el-rut-en-colombia/>

- Poder debidamente otorgado, cuando se actué a través del apoderado
- Documento de autenticación de firma del interesado o quien ejerza la representación legal (si se actúa a través de terceros)
- Documento acreditando la constitución de la sociedad y/o representación legal con información vigente.
- Documento de identificación del representante legal, si es persona natural o jurídica⁷⁶.

5.3.3 Formulario de Registro Único Empresarial y Social RUES. Es un formulario el cual integra la información del registro mercantil, el registro único de proponentes, registro de entidades sin ánimo de lucro, régimen Común, registro de actividades y juegos de azar, registro de veedurías ciudadanas y registro de economía solidaria⁷⁷, este formulario es administrado por la Cámara de comercio.

5.3.4 Registro de Matricula Mercantil. Este registro lo deben realizar todas la personas naturales y jurídicas, el cual certifica la existencia y constitución de empresas y negocios, el cual es necesario estar inscritos en registro mercantil de la Cámara de Comercio de Paipa para dar cumplimiento a una de las obligaciones mercantiles dispuestas en el Código de Comercio.

5.4 ACTA DE CONSTITUCIÓN

Esta acta es un documento legal necesario para la constitución e inauguración del restaurante, esta debe ser leída autorizada y elaborada por un abogado, y se debe presentar en una notaría para realizar una radicación con el fin de cumplir con los requisitos allí estipulados.

El acta de constitución debe contar con datos y documentos como lo son el domicilio, nombre y nacionalidad de las personas que constituyen la sociedad, por otra parte debe estar claro la razón social y el objeto social de la sociedad, las aportaciones que realizará cada socio, también se estipula como se realizará la administración de la sociedad y designación de las personas que llevan la firma fiscal, y aclarar que en caso de disolución de la sociedad que bases se plantarán y

⁷⁶ REGISTRO ÚNICO Tributario -RUT-: pasos para realizar la inscripción [En línea]. Bogotá: Actualícese.com, 2017. [Citado el 22 de abril de 2018]. Disponible en: <https://actualicese.com/actualidad/2017/06/13/registro-unico-tributario-rut-pasos-para-realizar-la-inscripcion/>

⁷⁷ CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ. Registro único empresarial [En línea]. Bogotá: La Entidad, 2018. [22 de abril de 2018]. Disponible en: <https://www.ccb.org.co/Inscripciones-y-renovaciones/Matricula-Mercantil/Registro-Unico-Empresarial-y-Social-RUES>

como se realiza la respectiva sociedad mercantil. El acta de constitución del restaurante “Capresa” se encuentra en el Anexo N.

5.5 OBLIGACIONES DE LA ORGANIZACIÓN

El restaurante debe realizar afiliación para pago de seguridad social y prestaciones sociales de sus trabajadores, administración de riesgos laborales, entidades promotoras de salud y todos los pagos de nómina del Capítulo 4., así que es necesario realizar las respectivas cotizaciones para cada una de estas.

5.6 ESTATUTO TRIBUTARIO

El estatuto tributario está compuesto y clasificado por seis divisiones, que son el impuesto de renta y complementarios, la retención en la fuente, los impuestos sobre las ventas, impuesto de timbre nacional, el procedimiento tributario y gravamen de los movimientos financieros, es necesario limitar el título preliminar para identificar la obligación tributaria a los contribuyentes y responsables de los tributos.

Las obligaciones tributarias para las empresas S.A.S fundamentada en el artículo 95, los cuales generan obligaciones especiales y procedimientos de pago, son: el impuesto de renta, el impuesto de valor agregado, el impuesto de timbre, impuesto de gravámenes financieros y la retención en la fuente⁷⁸. Teniendo en cuenta lo anterior el restaurante aplica a estas obligaciones tributarias.

5.6.1 Impuesto de renta y complementarios. Este impuesto es de carácter nacional el cual grava ingresos ordinarios y extraordinarios realizados en el año o periodo gravable los cuales produzcan un incremento neto del patrimonio, los cuales deben ser depurados en el cual se pueda determinar la base gravable⁷⁹, así que el contribuyente debe realizar anualmente una declaración tributaria anual frente a entes regulantes como lo es la DIAN, la cual determina el costo, sanciones e intereses que deba pagar el contribuyente.

5.6.2 Impuesto sobre las ventas o impuesto sobre el valor agregado (IVA). Este es el impuesto al consumo, es de carácter nacional y de naturaleza real, y recae en general sobre la venta de bienes corporales muebles gravados, debe ser cobrado y liquidado por responsables del régimen común, bien sea productores, importadores, comerciantes de bienes gravados y por quienes presten los servicios gravados⁸⁰.

⁷⁸ FAJARDO-CALDERÓN, Constanza Loreth; ROMERO RESTREPO, Miryam y VÉLEZ ROMERO, Carlos Andrés. Régimen legal, tributario, contable y social de las S.A.S. En: Criterio Libre [En línea]. 2009, Enero – Junio, vol. 7, no. 10, p. 147-155. [Citado el 22 de abril de 2018]. Disponible en: <http://www.unilibre.edu.co/CriterioLibre/images/revistas/10/CriterioLibre10art06.pdf>

⁷⁹ *Ibíd.*

⁸⁰ *Ibíd.*

Constituye la obligación tributaria, la venta de bienes corporales muebles en el territorio nacional, que no hayan sido excluidos, la importación de bienes corporales, muebles que no hayan sido excluidos, la presentación de servicios, salvo los excluidos, y la circulación de venta u operación, de juegos de suerte y azar.

5.6.3 Retención en la fuente. Este es un sistema de recaudo anticipado ordenado en la ley 38 de 1969 en el artículo 17, al aplicar como retenedor, este debe retener una parte del pago por diferentes conceptos, y se debe contabilizar en la retención del impuesto de renta y debe declararse y pagarse de acuerdo con lo recaudado. La retención en la fuente es un simple cobro anticipado de un determinado impuesto y no aplica como impuesto, ya que los impuestos son periódicos, mensuales, bimestrales, así que el estado necesitando dinero diariamente recurre al impuesto en la fuente, generado por compra o prestación de algún servicio⁸¹.

5.7 REQUISITOS LEGALES DE FUNCIONAMIENTO

Para la creación del restaurante es importante tener en cuenta todos los requisitos exigidos por el estado, aplicables en el departamento y en Paipa, los cuales deben ser de carácter obligatorio, los formatos de constitución se encuentran en el Anexo O.

5.7.1 Sayco y Acinpro (OSA). Es una organización de la personería jurídica, y autorización de funcionamiento otorgado por la Dirección Nacional de Derechos de Autor, el cual funciona cuando un establecimiento desea comunicar obras, en el cual OSA realizará el respectivo estudio y establecerá cual será la tarifa de pago de Derechos de Autor y Conexos⁸².

Según la Constitución Nacional en el artículo 16 que todo establecimiento comercial abierto al público que haga uso de música para explotarla comercialmente, de pagar derechos de estos, como lo son los restaurantes y almacenes.

5.7.2 Manipulación de alimentos. Es necesario que el restaurante adquiera el certificado de manipulación de alimentos, ya que es uno de los requisitos más importantes para el funcionamiento adecuado de este, y ya que al hacer parte de las empresas que tienen contacto directo con la preparación, fabricación, transformación o almacenamiento de alimentos, es necesario que cada uno de los trabajadores que tienen contacto directo con estos, adquiera buenas prácticas para la manipulación de estos.

⁸¹ GERENCIE.COM. Retención en la fuente [En línea]. [s.l.: Gerencie.com], 2018. [Citado el 22 de abril de 2018]. Disponible en: <https://www.gerencie.com/retencion-en-la-fuente.html>

⁸² ORGANIZACIÓN SAYCO Y ACINPRO [En línea]. Bogotá: OSA, 2018. [Citado el 22 de abril de 2018]. Disponible en: <http://www.osa.org.co/>

Este certificado debe ser avalado por entidades aptas, profesionales y certificadas por el estado, la cual debe contar con herramientas e infraestructura adecuada, y ofrecer buenas prácticas sobre todo en la parte higiénica, con el fin de evitar cualquier tipo de enfermedad transmitido por alimentos.

5.7.3 Registro sanitario (INVIMA). Toda entidad que expendiera alimentos directamente al público, debe contar con el registro sanitario, según el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y alimentos (INVIMA), el cual permite fabricar y expender alimentos de consumo humano.

“El registro sanitario implica un reconocimiento del producto por parte del estado, que concede el registro una vez comprobado que el alimento cumple con todos los requisitos legales en materia de calidad, estado, entre otros, para poder conseguir el citado registro, se hace necesario que las autoridades sanitarias pertinentes previamente al mismo, procedan a visitar las instalaciones de la empresa, revisando los locales estudiando y analizando que cuenten con las mínimas condiciones higiénico-sanitarias necesarias, buscando que el producto o alimentos que se ofrezcan no tengan ningún tipo de peligro para la salud de los consumidores”⁸³

5.7.4 Uso del suelo. Es un documento donde se informa y aprueba por dictamen del curador urbano o la autoridad municipal o distrital competente donde se informa que uso se le podría dar a un inmueble según su ubicación geográfica, establecido en la norma vigente correspondiente.⁸⁴

Para el desarrollo de este proyecto es necesario hacer solicitud de licencia de construcción y todas las modalidades, en donde se debe solicitar autorización previa para poder desarrollar áreas de circulación y zonas comunes de uno o varios predios, ya establecido en el Plan de Ordenamiento Territorial, en este documento se especifica la accesibilidad, edificabilidad, volumetría y todos los aspectos técnicos aprobados para la edificación. Las modalidades aplicables para la construcción del restaurante “Capresa” en obra nueva, es la autorización para adelantar obras de edificación en terrenos no construidos o donde el área es libre por autorización de demolición total.

5.7.5 Normatividad ambiental de alimentos. Para realizar el adecuado funcionamiento del restaurante es necesario seguir con leyes y directrices legales, en el sector de alimentos, en donde se caracteriza por la generación de residuos sólidos y líquidos no tóxicos, entre otros, a continuación, se nombran los requisitos y normas aplicables al proyecto del restaurante.

⁸³ DEFINICION.DE Registro sanitario [En línea]. [s.p.i.]. [Citado el 22 de abril de 2018]. Disponible en: <https://definicion.de/registro-sanitario/>

⁸⁴ IREGUI, María. Concepto sobre el uso de suelo y las licencias de construcción [En línea]. [s.l.]: Asuntos Legales, 2013. [Citado el 22 de abril de 2018]. Disponible en: <https://www.asuntoslegales.com.co/consultorio/concepto-sobre-el-uso-de-suelo-y-las-licencias-de-construccion-2061441>

Cuadro 34. Normatividad ambiental de alimentos

Medio	Normatividad	Descripción
Recurso (Aire)	Resolución 0627 de 2006	Norma nacional de emisión de ruido.
	Decreto 948 de 1995	Regulación de silenciador de generadores eléctricos de emergencia.
Residuos sólidos	Decreto 605 de 1996	Manejo, transporte y disposición de residuos sólidos
	Documento CONPES 2750 de 1994	Políticas sobre el manejo de residuos sólidos
	Ley 09 de 1979	Medidas sanitarias sobre manejo de residuos
Recurso Hídrico	Decreto 79 de 1989	Conservación y protección del agua
	Documento CONPES 1750 DE 1995	Políticas sobre el manejo de aguas
	Ley 373 de 1979	Uso eficiente y ahorro de agua
	Decreto 1597 de 1984	Normas de vertimientos de residuos líquidos.

Es necesario y esencial que el restaurante cumpla con una integración sostenible, en todos sus procedimientos a realizar, teniendo en cuenta la normatividad descrita en el Cuadro 34., para el control de sus desechos y control de materia prima, así que se debe reconocer la afectación con cada uno de los procesos que realiza y se debe generar estrategias para cumplir con todas las leyes ambientales.

5.8 IDENTIFICACIÓN DE IMPACTO AMBIENTAL

Existen varios elementos en los diferentes procesos y actividades, que pueden generar cualquier modificación al medio ambiente, siendo necesario identificar cada uno de estos impactos con el fin de buscar buenas prácticas para evitar la menor modificación de este.

5.8.1 Impacto ambiental de los elementos de entrada. El impacto ambiental generado por los insumos necesarios para la realización de la producción de los productos, generan un impacto de nivel bajo, ya que requieren poca emisión de energía eléctrica y de agua, por otra parte, se debe realizar la adecuada administración con cada uno de los envases donde vienen empacados cada uno de los insumos.

5.8.2 Impacto ambiental de los elementos de salida. Los residuos generados por los elementos de salida generan impacto en la presentación en la que se ofrecen cada uno de los productos, ya que están hechos en material de cartón, generando un consumo diario el cual afecta directamente la tala de árboles ya que el cartón es un material que viene de estos. También es importante tener en cuenta los desechos que se generan, en la utilización de cada uno de los insumos necesarios, como lo son el aceite y empaque de estos, ya que provienen de combustibles

fósiles, los materiales como aluminio y bolsas plásticas debe desarrollarse su utilización al mínimo, y por medio de un adecuado proceso de reciclaje generar un impacto mínimo en el medio ambiente.

Para identificar la clasificación del impacto ambiental se realiza la siguiente ponderación para clasificarlo en Alto, medio y bajo.

Cuadro 35. Ponderación clasificación impacto ambiental

Nivel	Clasificación de Impacto
Alto	Todas o la mayoría de actividades contaminan y agotan el recurso máximo, y daño irreversible.
Medio	Varias actividades contaminan y agotan el recurso, existen métodos para revertir el daño.
Bajo	Una o dos actividades contaminan el recurso, no producen agotamiento del recurso.

Fuente: ECOLOGIA. Clasificación de impacto ambiental [En línea]. Bogotá, 2018. [22 de abril de 2018]. Disponible en: <http://desarrollosustentable11.blogspot.com/2011/08/impacto-ambiente.html>

Cuadro 36. Matriz de impacto ambiental

ÍTEM	ASPECTO	IMPACTO	CLASIFICACIÓN	DESCRIPCIÓN
Energía	Consumo de energía	Agotamiento del recurso	Media	Este impacto evidencia el agotamiento a largo plazo a través del tiempo por esto se clasifica en clasificación media.
Agua	Consumo de agua	Agotamiento de recurso	Alto	Este impacto evidencia que el recurso se agotará a plazo alto, siendo permanente y regional, sin ser reversible.
	Vertimientos	Contaminación, agua, aire y suelo.	Medio	La contaminación sería evidente a mediano plazo, generando un daño temporal.
	Recirculación de agua	Agotamiento del recurso	Alto	Este impacto evidencia que el recurso se agotará, a mediano plazo a través del tiempo.
Sólidos	Generación de residuos sólidos	Contaminación del aire y afectación a la comunidad.	Bajo	Este impacto es a corto plazo temporal, reversible y mitigable por esto su clasificación es baja.
	Generación de residuos orgánicos	Contaminación del aire y afectación a la comunidad.	Bajo	Es un impacto a corto plazo temporal, local reversible y mitigable, se clasifica en clasificación baja.
	Reciclaje	Disminución de residuos.	Bajo	El reciclaje, no representa un impacto negativo, y su clasificación es baja.

5.9 PLAN DE MANEJO AMBIENTAL

El restaurante debe tener un plan de manejo ambiental, evaluando cada una de las actividades y procesos buscando mitigar al máximo el impacto que pueden generar

al medio ambiente, incluyendo planes de seguimiento y vigilancia, Capresa buscará generar estrategias, que busquen minimizar en cada uno de sus procesos el impacto que le pueden generar al medio ambiente, y generar conciencia en sus trabajadores y visitantes.

5.9.1 Estrategias preventivas por medio de buenas prácticas de manufactura (BPM). Son cada uno de los procesos y actividades del restaurante, a los que se les debe tener un seguimiento continuo, para evitar cualquier impacto ambiental.

5.9.1.1 Uso eficiente de materias primas y manejo de residuos. Actualmente es necesario realizar el manejo adecuado de residuos sólidos para el restaurante, ya que es uno de los impactos más altos de contaminación. Es necesario tener técnicas de prevención buscando reducir al máximo los residuos, y hacer un aprovechamiento máximo de todos los insumos, una de las técnicas ya establecidas, son el reúso y reciclable, donde se manejarán las tres canecas ya establecidas en Colombia, en donde se realiza la separación adecuada de los residuos, dividido así:

- **Caneca negra.** para papel y cartón (Papel cartón y periódicos)
- **Caneca Verde.** Ordinarios que son los no reciclables, (Envolturas de alimentos, papel sucio y engrasado, papel cartón y aluminio, barrido y servilletas)
- **Caneca azul.** Plástico (Envases no retornables, desechos plásticos y bolsas plásticas).

Imagen 20. Canecas de separación de residuos.



Fuente: CANECAS DE separación de residuos [En línea]. [s.p.i.]. [Citado el 23 de abril de 2018]. Disponible en: https://www.google.com.co/search?rlz=1C1NHXL_enCO761

5.9.1.2 Uso eficiente de agua. En el tipo de proyecto que se quiere realizar uno de los insumos más importante es el agua, ya que para la realización adecuada en sus procesos es necesario el buen uso de este en maquinaria y equipo, por esta razón el restaurante Capresa tomará como estrategia de prevención, la racionalización del agua y el control de higiene para evitar su contaminación.

Actualmente en la mayoría de procesos de cualquier tipo de industria, uno de los factores faltantes es la identificación y medida del agua que se necesita para la realización de cualquier proceso, por esta razón el restaurante buscará como estrategia realizar un estudio, de cuánta agua se gasta en cada proceso, sin necesidad de algún malgaste de esta, y así en cada ejecución de los procesos realizar la medida adecuada de agua y así realizar un uso eficiente de esta.

5.9.1.3 Uso eficiente de la energía. Este recurso permite realizar un proceso de ahorro eficiente generando altas oportunidades, ya que la energía eléctrica es totalmente necesaria para el proceso de producción de los productos, aparte hace parte de la iluminación del lugar, y de uso para almacenamiento de comida, por una parte, el restaurante generará estrategias en cuanto a la iluminación del lugar buscando que la generación de iluminación se transmita por bombillas LED ya que solo gastan 9 vatios/hora, en comparación con una bombilla ahorradora que gasta 25 vatios/hora, por otra parte se tendrá en cuenta las toma corriente, ya que se instalarán toma corriente con tecnología actual, ya que las toma corriente normales siempre están en consumo de energía, se utilizando o no algún medio que necesite energía, estas tomas solo consumen la energía que realmente se gasta por cada maquinaria o electrodoméstico que se utilice permitiendo ahorrar hasta un 90% del consumo normal de energía, y estar actualizados en cuanto el uso de maquinaria buscando siempre las que tengan el consumo más bajo de energía eléctrica.

5.9.2 Resumen Plan de Manejo Ambiental (PMA). El restaurante por medio de buenas prácticas y estrategias busca de la manera correcta disminuir los impactos ambientales que puede generar con cada una de sus actividades y procesos. A pesar de tener un plan de manejo ambiental adecuado, el restaurante buscará su actualización constante en recursos renovables aplicables para cada proceso y actividad, y actualización en técnicas y buenas prácticas.

Cuadro 37. Plan de manejo ambiental

Recurso	Impacto	Clasificación	Descripción	Objetivos	Estrategia
Energía	Agotamiento del recurso	Media	Este impacto evidencia el agotamiento a largo plazo a través del tiempo por esto se clasifica en clasificación media.	Tener la relación entre el desempeño ambiental y crecimiento económico, haciendo que entre más crece la empresa más responsabilidad se adquiere.	Realizar una actualización constante de mantenimiento preventivo, buscando adquirir una planta eficiente ecológica.
Agua	Agotamiento de recurso	Alto	Este impacto muestra que el recurso se agotará a plazo alto, siendo permanente y regional, sin ser reversible.	Desde la apertura del restaurante realizar implementación de buenas prácticas, por medio de adecuadas capacitaciones a los trabajadores.	Mantener investigaciones constantes y adquirir a mediano plazo maquinas eficientes.
	Vertimientos	Medio	La contaminación sería evidente a mediano plazo, generando un daño temporal.	Implementar constantemente buenas prácticas ambientales, por medio de capacitaciones para ahorro de los recursos naturales.	Realizar un plan enfocado en la contaminación generada por el restaurante y las medidas necesarias tanto en compra de elementos, como en capacitaciones.
	Recirculación de agua.	Alto	Este impacto evidencia que el recurso se agotará, a mediano plazo a través del tiempo.	Ya que el impacto es alto evidencia que se agotará el recurso a mediano plazo, el daño que se realiza es permanente e irreversible.	Promover tanto en los trabajadores como en clientes la cultura ambiental, buscando una cadena de abastecimiento, generando conciencia.
Solidos	Generación de residuos solidos	Bajo	Este impacto es a corto plazo temporal, reversible y mitigable por esto su clasificación es baja.	El restaurante buscará formar parte de campañas ambientales, enfocado en proteger el suelo.	Realizar cambios evaluados en todos los procesos buscando el uso eficiente del recurso de materia prima, y manejo adecuado de residuos bajo un programa establecido.
	Generación de residuos orgánicos	Bajo	Es un impacto a corto plazo temporal, local reversible y mitigable, se clasifica en clasificación baja.		Crear un programa de manejo de residuos, teniendo en cuenta los planes propuestos por el municipio, ya que está bastante enfocado con sus planes de reciclaje.
	Reciclaje	Bajo	El reciclaje, no representa un impacto negativo, y su clasificación es baja.		

5.10 COSTOS ESTUDIO LEGAL - AMBIENTAL

Se asocian todos los costos necesarios para la realización adecuada del estudio legal - ambiental, regido por todas las leyes y principios para la constitución adecuada del restaurante, con manejo de buenas prácticas ambientales, buscando la consciencia social y mitigar al máximo los impactos ambientales, las cotizaciones de constitución se encuentran en el Anexo P.

Tabla 89. Costos estudio ambiental

Concepto	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Canecas	3	\$80.000	\$240.000
Luces LED	25	\$12.000	\$300.000
Tomas	18	\$6.000	\$108.000
Costo total			\$648.000

Tabla 90. Costos estudio legal.

Descripción	Total (\$)
Matricula mercantil	\$1.065.000
Sayco y Acinpro	\$173.000
Concepto sanitario (INVIMA)	\$2.410.000
Certificación manipulación de alimentos	\$0
Registro de marca	\$202.875
Total	\$3.851.000

Tabla 91. Costos totales estudio legal y ambiental.

Costos	Total
Costos ambientales	\$648.000
Costos administrativos	\$3.851.000
Costo Total	\$4.499.000

6. ESTUDIO FINANCIERO

En este estudio se realiza la evaluación financiera de la creación de un restaurante de crepes y helados con técnicas tailandesa y japonesa en la ciudad de Paipa, Boyacá, teniendo en cuenta cada uno de los estudios anteriormente realizados, permitiendo evaluar la viabilidad de este.

En la evaluación financiera se determina indicadores como el valor presente neto (VPN), tasa interna de retorno (TIR), la relación beneficio costo y el periodo de recuperación de la inversión, proyectado a un periodo de 5 años, los cuales permiten identificar la viabilidad y rentabilidad del proyecto, donde se basa como indicador económico aplicable a este, el índice de precios al consumidor (IPC), teniendo en cuenta las proyecciones realizadas en los capítulos anteriores, y permitiendo determinar la tasa interna de oportunidad (TIO), la tasa interna del inversionista, y el DTF.

6.1 INDICADOR ECONÓMICO

Por medio del indicador de Índice de Precios al Consumidor (IPC) se evalúa y pronostica los valores de bienes y servicios de la canasta familiar, para un periodo comprometido de 5 años, basado la proyección de la entidad grupo Bancolombia el cual actualiza la proyección constantemente.

Tabla 92. Proyección índice de Precios al Consumidor (IPC)

Año	2019	2020	2021	2022	2023
IPC	3,40%	3,90%	3,65%	3,35%	3,00%

Fuente: PROYECCION DE índices de precios al consumidor [En línea]. [s.p.i.]. [Citado el 23 de abril de 2018]. Disponible en: <file:///C:/Users/SofiMateus26/Downloads/Tabla%20Macroecon%C3%B3micos%20Proyectados%20-%20Marzo%202018.pdf>

6.2 INVERSIÓN INICIAL

Es el desembolso inicial en los que se incurre para poner en marcha el proyecto, en donde se tiene en cuenta cada uno de los activos, capital de trabajo y cargos diferidos.

6.2.1 Activos fijos. Es el bien tangible del restaurante, necesario para el funcionamiento adecuado de este, en donde se incluyen los muebles y enseres, material de oficina, inversiones y equipo tecnológico, entre otros.

Tabla 93. Activos fijos restaurante “Capresa”

Activos Fijos \$	
Lote	57.600.000
Construcción	70.000.000
Maquinaria Equipos	26.882.000
Equipo tecnología	3.405.000
Muebles y enseres	1.477.000
TOTAL	159.364.000

6.2.2 Capital de trabajo. Son todos los recursos que requiere el restaurante para poder operar, como son los insumos, materia prima, mano de obra entre otros, los cuales deben estar disponibles a corto plazo con el fin de cubrir todas las necesidades del restaurante.

Tabla 94. Capital de trabajo restaurante “Capresa”

Capital de trabajo	Valor \$
(+)Costo de producción anual	162.322.987
(/)Número de días laborales	313
(=)Costo de producción diaria	518.604
(+)Gastos de administración	60.029.453
(/)Número de días laborales	313
(=)Gasto de administración diario	191.787
(+)Gasto de ventas	47.417.548
(/)Número de días laborales	313
(=)Gasto ventas diario	151.494
Total costos y gastos	861.885
(x)Número de ciclo productivo	3
(=)Capital de trabajo	2.585.655
imprevistos 10%	258.565
TOTAL CAPITAL TRABAJO	2.844.000

6.2.3 Cargos diferidos. Pertenecen a los cargos diferidos del restaurante los costos pertenecientes a mercadeo, constitución del restaurante, seguridad industrial, en donde cada uno de estos, está estipulado en los capítulos anteriores, a continuación, se presenta la tabla con el total de diferidos.

Tabla 95. Cargos diferidos, restaurante “Capresa”

Diferidos	
Mercadeo	3.050.000
Constitución	4.499.000
Seguridad Industrial	151.000
Herramientas trabajo	1.360.000
TOTAL	9.060.000

Se realiza la amortización de los gastos incluidos en los cargos diferidos, para cada año. Teniendo en cuenta que la inversión se realiza en diciembre del año 2018.

Tabla 96. Amortización de diferidos (COP)

Amortización costos diferidos					
Cargo Diferido	2019	2020	2021	2022	2023
9.060.000	1.812.000	1.812.000	1.812.000	1.812.000	1.812.000

A continuación, se muestra la inversión inicial que se debe realizar para la inauguración y funcionamiento del restaurante.

Tabla 97. Inversión inicial. (COP)

Inversión Inicial		
Concepto	Monto	% Part
Activos Fijos	159.364.000	93%
Capital de trabajo	2.844.000	2%
Diferidos	9.060.000	5%
TOTAL INV. INICIAL	171.268.000	100%

6.3 FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

Para el funcionamiento del restaurante se requiere una inversión de \$ 171.268.000, así que la forma de financiación, será un 100%, por parte de aporte de socios.

Tabla 98. Financiamiento del proyecto (COP)

Financiamiento del proyecto		
Aportes socios	100%	171.268.000

6.4 DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS

A continuación, se realiza las depreciaciones de los activos fijos para los siguientes 5 años a partir de 2019 los cuales se realizaron por área de producción, administración y ventas, el cálculo de depreciación calculada se presenta en el Anexo Q.

Tabla 99. Depreciación activos fijos por área 2019-2023. (COP)

Área	2019	2020	2021	2022	2023
Producción	4.438.000	4.438.000	4.438.000	4.438.000	4.438.000
Administración	1.381.000	1.381.000	1.381.000	1.381.000	1.381.000
Ventas	1.198.000	1.198.000	1.198.000	1.198.000	1.198.000
Total (\$)	7.017.000	7.017.000	7.017.000	7.017.000	7.017.000

6.5 COSTOS DE PRODUCCIÓN

Se tienen en cuenta en los costos de producción, la materia prima, la mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación, para los cinco años, en el Anexo R., se presenta los costos asociados a la producción del restaurante y la proyección a partir del año 2019 hasta el 2023.

Tabla 100. Costos de producción anual (COP)

Costo	2019	2020	2021	2022	2023
Materia Prima	107.252.000	127.426.000	151.395.000	179.872.000	191.230.000
MOD	45.151.000	49.237.000	52.005.000	54.774.000	57.503.000
CIF:					
Htas de trabajo	272.000	272.000	272.000	272.000	272.000
Depreciación	4.438.000	4.438.000	4.438.000	4.438.000	4.438.000
Servicios Públicos	5.040.000	5.494.000	5.988.000	6.527.000	7.114.000
Capacitaciones	170.000	176.000	183.000	189.000	194.000
Total Costos	162.323.000	187.043.000	214.280.000	246.073.000	260.752.000

6.6 PRECIO DE VENTAS

Precio del restaurante, se presenta detalladamente en el Anexo S., A continuación, se ilustran los ingresos anuales para los 5 años.

Tabla 101. Ingresos anuales restaurante “Capresa” (COP)

Año	2019	2020	2021	2022	2023
Ingresos anuales (\$)	307.979.000	354.881.000	406.559.000	466.879.000	537.374.000

El precio de venta para cada uno de los productos que se ofrecen en el menú

6.7 GASTOS

Implica los gastos en el área administrativa y de ventas, en el Anexo T. Se encuentran cada uno de los gastos que se producen anualmente. A continuación, se ilustran el total de gastos en los que se incurre en él proyecto. Ver Tabla 102.

Tabla 102. Gastos Totales (COP)

Gastos	2019	2020	2021	2022	2023
Gatos de administración	60.029.000	64.527.000	68.609.000	72.839.000	77.190.000
Gatos de ventas	47.418.000	51.082.000	54.038.000	57.035.000	60.035.000

6.8 ESTADO DE RESULTADOS

El estado de resultados permite determinar la utilidad a partir de los ingresos obtenidos por el restaurante, de los cuales se extraen costos y gastos en los que se incurre. A continuación, en la Tabla 103., se presenta el estado de resultados del restaurante

Tabla 103. Estado de resultados (COP)

CAPRESA S.A.S					
Estado de resultados					
Ingresos	2019	2020	2021	2022	2023
Ventas	307.979.000	354.881.000	406.559.000	466.879.000	537.374.000
Costo de Ventas	162.323.000	187.043.000	214.280.000	246.073.000	260.752.000
Utilidad bruta	145.656.000	167.838.000	192.279.000	220.806.000	276.622.000
Margen Bruto	47%	47%	47%	47%	51%
Gastos de administración	60.029.000	64.527.000	68.609.000	72.839.000	77.190.000
Gastos de ventas	47.418.000	51.082.000	54.038.000	57.035.000	60.035.000
Utilidad operacional	38.209.000	52.230.000	69.631.000	90.933.000	139.397.000
Margen Operacional	12%	15%	17%	19%	26%
Impuesto de renta	12.011.000	16.638.000	22.380.000	29.410.000	45.403.000
Utilidad Neta	24.386.000	33.780.000	45.439.000	59.711.000	92.182.000
Margen Neto	8%	10%	11%	13%	17%

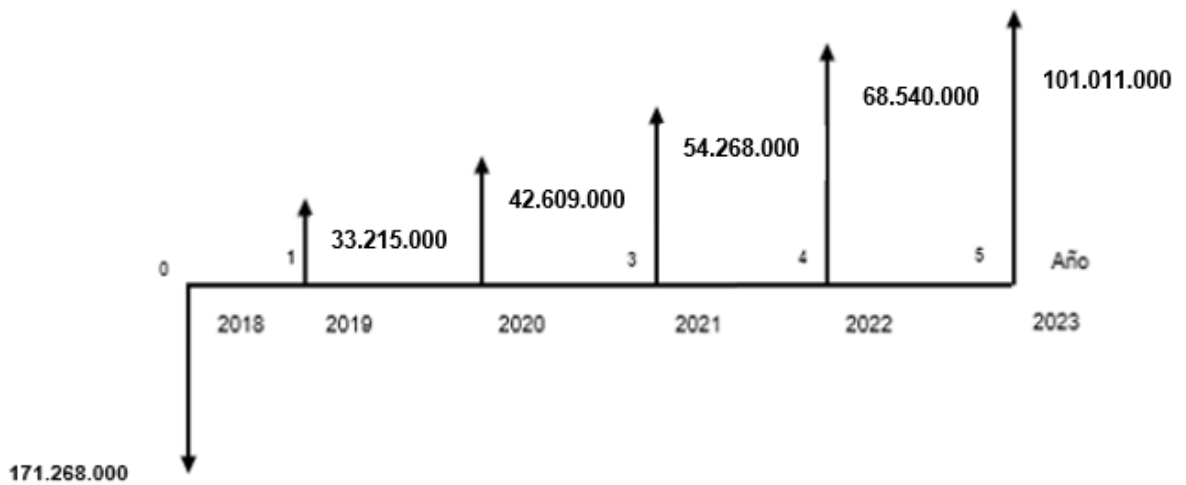
6.9 FLUJO DE CAJA

El flujo de caja hace referencia a las entradas y salidas netas de dinero que tiene el restaurante en un periodo de tiempo, el cual permite conocer la liquidez del restaurante; en donde su principal función es organizar y dar información relevante sobre los ingresos y egresos del restaurante, en un periodo de tiempo. En la Tabla 104., se ilustra el flujo de caja.

Tabla 104. Flujo de caja (COP)

CAPRESA S.A.S						
Flujo de caja Operativo						
Ingresos	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Ventas		307.979.000	354.881.000	406.559.000	466.879.000	537.374.000
Total Ingresos		307.979.000	354.881.000	406.559.000	466.879.000	537.374.000
Egresos						
Proveedores materia prima		107.252.000	127.426.000	151.395.000	179.872.000	191.230.000
CIF		9.750.000	10.204.000	10.698.000	11.237.000	11.825.000
Nómina		45.151.000	49.237.000	52.005.000	54.774.000	57.503.000
Gastos de administración		60.029.000	64.527.000	68.609.000	72.839.000	77.190.000
Gastos de ventas		47.418.000	51.082.000	54.038.000	57.035.000	60.035.000
Total Egresos		269.770.000	302.652.000	336.928.000	375.946.000	397.977.000
Amortización		1.812.000	1.812.000	1.812.000	1.812.000	1.812.000
Utilidad antes de Imp		36.397.000	50.418.000	67.819.000	89.121.000	137.585.000
Impuesto de renta		12.011.000	16.638.000	22.380.000	29.410.000	45.403.000
Utilidad después Imp		24.386.000	33.780.000	45.439.000	59.711.000	92.182.000
Inversiones iniciales	-171.268.000					
(+) Depreciaciones		7.017.000	7.017.000	7.017.000	7.017.000	7.017.000
(+)Amort. Diferidos		1.812.000	1.812.000	1.812.000	1.812.000	1.812.000
Flujo de caja	-171.268.000	33.215.000	42.609.000	54.268.000	68.540.000	101.011.000

Gráfico 28. Flujo de caja



6.10 INDICADORES DE EVALUACIÓN FINANCIERA

Son herramientas que se diseñan bajo la información financiera del restaurante, los cuales permiten medir la estabilidad, capacidad de generar liquidez, capacidad de endeudamiento, información general, entre otros. Los indicadores permiten analizar de manera individual, la realidad financiera, los cuales permiten comparar el restaurante con la competencia en el mercado⁸⁵.

6.10.1 Tasa interna de oportunidad (TIO). Esta es la tasa mínima a la que el gestor o el inversor, está dispuesto a ganar o invertir en el proyecto, determina el valor actual neto de los flujos futuros de caja del proyecto, permitiendo así determinar y tomar la decisión de invertir o no en un uso alternativo de los recursos o en otro proyecto⁸⁶.

La tasa interna de oportunidad sería el interés que se gana en el lugar donde se está depositando el capital (DTF) más el costo de índice de precio al consumidor (IPC) más la tasa mínima a que aspira el inversionista.

⁸⁵ DEFINICIÓN DE indicadores financieros. [En línea]. [s.l.]: Actualícese, 2015 [Citado el 2 de mayo de 2018]. Disponible en: <https://actualicese.com/2015/02/26/definicion-de-indicadores-financieros/>

⁸⁶ EVALUACIÓN DE la inversión. [En línea]. [s.p.i.]. [Citado el 2 de mayo de 2018]. Disponible en: <http://manejatusfinanzas.blogspot.com.co/p/evaluacion-de-la-inversion.html>

Tabla 105. DTF

-Mes(mm)	DTF
2018-03	5,01%
2018-02	5,07%
2018-01	5,21%
2017-12	5,28%
2017-11	5,35%
2017-10	5,46%
2017-09	5,52%
2017-08	5,58%
2017-07	5,65%
2017-06	5,96%
2017-05	6,17%
2017-04	6,53%
Promedio año	5,57%

Para hallar la Tasa Interna de Oportunidad se tiene en cuenta en Índice de Precios al Consumidor (IPC) descrito en el capítulo “ESTUDIO DE MERCADO” se realiza bajo el IPC del año 2019.

Tabla 106. Tasa Interna de Oportunidad (TIO)

Concepto	Porcentaje
Promedio DTF	5,57%
IPC 2019	3,40%
Tasa esperada	6,00%
Total, TIO	16,00%

Para hallar el Valor presente Neto se fundamenta la TIO del 16%

6.10.2 Valor presente neto (VPN). Es la herramienta más conocida para evaluar proyectos de inversión a largo plazo, el Valor presente Neto permite determinar si la inversión cumple con el objetivo de maximizar sus ganancias. Para determinar el VPN aplicable para el restaurante teniendo en cuenta la Ecuación 4.

Ecuación 4. Valor Presente Neto

$$VPN = -FF0 + \frac{FF1}{(1 + K)} + \frac{FF2}{(1 + K)^2} + \frac{FF3}{(1 + K)^3} + \frac{FF4}{(1 + K)^4} + \frac{FF5}{(1 + K)^5}$$

Fuente: <https://actualicese.com/actualidad/2014/11/27/el-valor-presente-neto-como-herramienta-basica-para-evaluacion-de-proyectos/>

Donde,

FF0: Inversión inicial

FF: Flujo Neto de efectivo

K: Tasa de interés (TIO)

$$VPN = -171.268.000 + \frac{33.215.000}{1.16} + \frac{42.609.000}{(1 + 16\%)^2} + \frac{54.268.000}{(1 + 16\%)^3} + \frac{68.540.000}{(1 + 16\%)^4} + \frac{101.011.000}{(1 + 16\%)^5}$$

$$VPN = -171.268.000 + 28.634.000 + 31.665.000 + 34.767.000 + 37.854.000 + 48.093.000$$

$$VPN = \$9.744.000$$

Calculando el VPN permite establecer que el proyecto es factible, ya que su valor de inversión es positivo de \$9.744.000.

6.10.3 Tasa Interna de Retorno (TIR). Es la tasa de rentabilidad que ofrece la inversión del restaurante, es decir, es el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá la inversión para las cantidades que no se han retirado del proyecto.

Para hallar la TIR se tiene en cuenta una inversión en el año cero, e ingresos en un tiempo futuro, por lo que es necesario calcular el VPN con una tasa de interés TIR, permitiendo así que el VPN se acerque a cero. Para el proyecto se estima una TIR del 18%, ya que es la tasa para el VPN que más se acerca a cero.

$$VPI = -171.268.000 + \frac{33.215.000}{(1 + 18\%)} + \frac{42.609.000}{(1 + 18\%)^2} + \frac{54.268.000}{(1 + 18\%)^3} + \frac{68.540.000}{(1 + 18\%)^4} + \frac{101.011.000}{(1 + 18\%)^5}$$

$$VPI = -171.268.000 + 28.148.000 + 30.601.000 + 33.029.000 + 35.352.000 + 44.153.000$$

$$VPI = \$15.000$$

La tasa interna de retorno es mayor que la tasa interna de oportunidad, indicando que el proyecto es rentable.

$$\begin{array}{lcl} \text{TIR} & > & \text{TIO} \\ 18\% & > & 16\% \end{array}$$

$$\text{El margen de rentabilidad} = 18\% - 16\% = 2\%$$

6.10.4 Relación beneficio costo (RB/C). Teniendo en cuenta los ingresos y egresos del flujo de caja, permite determinar el bienestar que el restaurante ofrece a la comunidad. Por medio de la Ecuación 5 permite el análisis de este.

Ecuación 5. Relación beneficio/costo

$$\text{Relación } B/C = \frac{\sum VPI}{\sum VPE}$$

Fuente: [https://www.gestiopolis.com/calculo-de-la-relacion-beneficio-coste/\(consultado 02/05/2018\)](https://www.gestiopolis.com/calculo-de-la-relacion-beneficio-coste/(consultado%2002/05/2018))

Donde,

$\sum VPI$: sumatoria ingresos valor presente

$\sum VPE$: sumatoria egresos valor presente

$$VPI = -171.268.000 + \frac{307.979.000}{1.16} + \frac{354.881.000}{(1 + 16\%)^2} + \frac{406.559.000}{(1 + 16\%)^3} + \frac{466.879.000}{(1 + 16\%)^4} + \frac{537.374.000}{(1 + 16\%)^5}$$

$$\sum VPI = -171.268.000 + 265.499.000 + 263.735.000 + 260.465.000 + 257.853.000 + 255.851.000$$

$$\sum VPI = \$1.132.135.000$$

$$VPE = -171.268.000 + \frac{269.770.000}{1.16} + \frac{302.652.000}{(1 + 16\%)^2} + \frac{336.928.000}{(1 + 16\%)^3} + \frac{375.946.000}{(1 + 16\%)^4} + \frac{397.977.000}{(1 + 16\%)^5}$$

$$\sum VPE = -171.268.000 + 232.560.000 + 224.920.000 + 215.856.000 + 207.632.000 + 189.482.000$$

$$\sum VPE = \$899.181.000$$

$$\text{Relación } \frac{B}{C} = \frac{\$1.132.135.000 \text{ valor presente del ingreso}}{\$899.181.000 \text{ valor presente del egreso}} = 1.26$$

La relación beneficio costo del restaurante es mayor que uno, indicando así la viabilidad de este, ya que los beneficios son mayores al costo total del proyecto, en donde se obtiene 1,26 pesos de cada peso invertido.

6.10.5 Periodo de recuperación de la inversión (PRI). Este indicador mide la liquidez del proyecto, y el riesgo relativo que permite anticipar eventos a corto plazo.

El periodo de recuperación de la inversión estipulado para el proyecto del restaurante, se recupera en su totalidad para el cuarto año.

Tabla 107. Periodo de recuperación de la inversión.

AÑO	0	1	2	3	4	5
ACUMULADO	-171.268.000	-138.053.123	-95.444.484	-41.176.951	27.362.779	128.373.744

7. CONCLUSIONES

- En Paipa el sector de restaurantes está en gran crecimiento, siendo uno de los municipios de Boyacá con más demanda de visitantes y alto nivel gastronómico, convirtiéndolo en uno de los municipios más apetecidos en el departamento.
- El mercado de restaurantes tipo postres, existe una demanda insatisfecha, la cual permite dar cabida a la creación de un restaurante de crepes y helados con técnicas tailandesa y japonesa, que no contienen químicos y conservantes; llevando así inclusión a los postres saludables y ofreciendo una capacidad laboral, siendo una fortaleza para el proyecto.
- El estudio técnico permitió dar un resultado de capacidad diaria de 120 personas diarias, según la demanda del 20% siendo 36.095, con 20 puestos, 5 mesas y la capacidad de brindar el servicio de martes a domingo, ofreciendo un menú variado para cualquier tipo de gusto.
- El restaurante “Capresa” contará con una nómina de 5 personas como planta de trabajo, con contrato directo bajo las exigencias de la ley Colombiana, y 2 bajo prestación de servicio.
- El restaurante “Capresa” ha decidido formalizarse bajo una sociedad por acciones simplificadas (S.A.S), debido a los beneficios que esta sociedad ofrece, cuando se conforma por uno o más socios, constituido por un documento privado, con un tiempo de duración indefinido, y su objeto social es determinado, se obliga a revisión fiscal.
- Para la realización del proyecto se requiere una inversión \$171.268.000, en donde los aportes de socios serán el 100%, de la inversión; el estudio financiero, permitió evaluar indicadores financieros en donde estableció una TIO del 16%, un Valor Presente Neto (VPN) \$9.744.000, demostrando que el proyecto es factible, una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 18% dando así un margen de rentabilidad del 2% frente a la TIO, determinando que el proyecto es rentable, el periodo de recuperación de la inversión se realiza en el cuarto año y por último la Relación Beneficio Costo (B/C) es de 1.26 en donde se obtiene 1,26 pesos por cada peso invertido, confirmando que el proyecto en su totalidad es factible, rentable y viable.

8. RECOMENDACIONES

- Se recomienda utilizar una estrategia de diversificación, ya que el modelo estudiado demuestra una amplia rentabilidad mediante la comercialización de alimentos gourmet.
- Realizar asociaciones culturales con municipios cercanos con el fin de dar conocer la marca “Capresa”
- Generar constante innovación tanto en infraestructura, como en estandarización de productos, ampliando así los niveles de interés de sus clientes permitiendo aumentar considerablemente la demanda.
- Realizar asociación con un gremio actualmente consolidado del municipio, con el fin de relacionar “Capresa” en eventos de reconocimiento de diversos sectores.

BIBLIOGRAFÍA

ANÁLISIS OFERTA-COMPETENCIA [En línea]. Bogotá: Universidad Santo Tomás, [s.f.]. [Citado el 6 de marzo 2018]. Disponible en: http://soda.ustadistancia.edu.co/enlinea/Proyecto%20de%20Grado%20Fase%20I%20%28Segundo%20Momento%29/anlisis_ofertacompetencia.html

BACA C. Guillermo, Ingeniería económica. Fondo educativo panamericana, Octava edición, 2005.P 237

BARRIENTOS MARIN, Jorge. El subdesarrollo y la inversión en ciencia, tecnología e Innovación. [En línea]. [s.l.: s.n.], 2016. [Citado el 29 de enero de 2018]. Disponible en: <http://blogs.portafolio.co/el-irracional-accidental/subdesarrollo-la-inversion-ciencia-tecnologia-e-innovacion/>

BOYACÁ. GOBERNACION. Análisis de situación de salud con el modelo de los determinantes sociales de Salud, Paipa, Boyacá 2016 [En línea]. Paipa: La Entidad, 2016. [Citado el 31 de enero de 2018]. Disponible en: <https://www.boyaca.gov.co/SecSalud/images/Documentos/asis2016/asis-municipal-2016-paipa.pdf>

_____. Plan de desarrollo 2016-2019 creemos en Boyacá, tierra de paz y libertad [En línea]. Tunja: La Gobernación, 2016. [Citado el 29 de enero de 2018]. Disponible en: <http://www.boyaca.gov.co/gobernacion/politicas-planes-y-programas/9498-pdd-boyaca-2016-2019>

_____. Plan de desarrollo 2016-2019 creemos en Boyacá, tierra de paz y libertad: Preliminares [En línea]. Tunja: La Gobernación, 2016. [Citado el 29 de enero de 2018] <http://www.boyaca.gov.co/images/planes/plan-de-desarrollo/pdd2016-0-Preliminares.pdf>

CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ. Persona jurídica [En línea]. Bogotá: Cámara de Comercio, 2018. [Citado el 22 de abril de 2018]. Disponible en: <https://www.ccb.org.co/Cree-su-empresa/Pasos-para-crear-empresa/Constituya-su-empresa-como-persona-natural-persona-juridica-o-establecimiento-de-comercio>

_____. Persona natural [En línea]. Bogotá: Cámara de Comercio, 2018. [Citado el 22 de abril de 2018]. Disponible en: <https://www.ccb.org.co/Cree-su-empresa/Pasos-para-crear-empresa/Constituya-su-empresa-como-persona-natural-persona-juridica-o-establecimiento-de-comercio>

_____. Registro único empresarial [En línea]. Bogotá: La Entidad, 2018. [22 de abril de 2018]. Disponible en: <https://www.ccb.org.co/Inscripciones-y-renovaciones/Matricula-Mercantil/Registro-Unico-Empresarial-y-Social-RUES>

CÁMARA DE COMERCIO DE TUNJA. Boyacá en cifras 2015-2016 [En línea]. Tunja: La Entidad, 2017. [Citado el 30 de enero de 2018]. Disponible en: <http://ccomerciotunja.org.co/ccomercio/boyacaencifras/BoyacaEnCifras2015-2016.pdf>

CAMPOS, Ana; MARQUEZ, Yolimar y MORENO, Mónica. Matriz DOFA [En línea]. [s.l.]: La autora, [s.f.]. [Citado el 5 de febrero de 2018]. Disponible en: <http://dofamatriz.blogspot.com.co/2009/06/matriz-dofa.html>

COLOMBIA. BANCO DE LA REPÚBLICA. ¿Qué es producto interno bruto? [En línea]. Bogotá: La Entidad, 2013. [Citado el 28 de enero de 2018]. Disponible en: <http://www.banrep.gov.co/es/contenidos/page/qu-producto-interno-bruto-pib>

COLOMBIA. DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS. Principales indicadores del mercado laboral En: Boletín Técnico [En línea]. 2017, noviembre. [Citado el 28 de enero de 2018]. Disponible en: http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech/bol_empleo_nov_17.pdf

_____. Cuentas Trimestrales – Colombia. En: Boletín Técnico [En línea]. 2017, noviembre. [Citado el 28 de enero de 2018]. Disponible en: http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/bol_PIB_IIItrim17_oferta_demanda.pdf

_____. Cuentas Trimestrales – Colombia. En: Boletín Técnico [En línea]. 2018. Febrero [Citado el 19 de febrero de 2018]. Disponible en: http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/bol_PIB_IVtrim17_oferta.pdf

_____. Estadísticas vitales – EEVV. En: Boletín Técnico [En línea]. Bogotá: DANE, 2017. [Citado el 29 de enero de 2018]. Disponible en: http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/poblacion/bt_estadisticasvital_2016_def-2017pre.pdf

_____. Estadísticas vitales – EEVV. En: Boletín Técnico [En línea]. Bogotá: DANE, 2017. [Citado el 28 de enero de 2018]. Disponible en: http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/poblacion/bt_estadisticasvital_2016_def-2017pre.pdf

_____. Índice de precios al consumidor. En: Boletín Técnico [En línea] Bogotá: DANE, 2018. [Citado el 28 de enero de 2018]. Disponible en: https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ipc/ipc_autocapacita.pdf

COLOMBIA. DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS. Principales indicadores del mercado laboral En: Boletín Técnico [En línea]. 2017, noviembre. [Citado el 28 de enero de 2018]. Disponible en: http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech/bol_empleo_nov_17.pdf

_____. Índice de precios al consumidor. En: Boletín Técnico [En línea] Bogotá: DANE, 2018. [Citado el 28 de enero de 2018]. Disponible en: https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ipc/ipc_autocapacita.pdf>.

_____. Índice de precios al consumidor. En: Boletín Técnico [En línea] Bogotá: DANE, 2018. [Citado el 28 de enero de 2018]. Disponible en: https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ipc/ipc_autocapacita.pdf>.

_____. Índice de Precios al Consumidor En: Boletín Técnico [En línea]. 2018. Febrero [Citado el 19 de febrero de 2018]. Disponible en: http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ipc/bol_ipc_feb18.pdf

_____. Proyecciones de Población [En línea]. Bogotá: DANE, 2017. [Citado el 29 de enero de 2018]. Disponible en: <http://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/proyecciones-de-poblacion>

_____. Principales indicadores mercado laboral. En: Boletín Técnico [En línea]. 2018, enero [citado el 19 de febrero de 2018]. Disponible en: http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech/bol_empleo_ene_18.pdf

_____. Variaciones anuales [En línea]. Bogotá: DANE, 2018 [Citado el 1 de enero de 2018]. Disponible en: https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ipc/ipc_autocapacita.pdf>.

COLOMBIA. PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA. Decreto 1713 del 2002, Por el cual se reglamenta la Ley 142 de 1994, la Ley 632 de 2000 y la Ley 689 de 2001, en relación con la prestación del servicio público de aseo, y el Decreto Ley 2811 de 1974 y la Ley 99 de 1993 en relación con la Gestión Integral de Residuos Sólidos. En: Diario Oficial [En línea]. 2002, Agosto 7, no. 44.893 [Citado el 22 de febrero 2018]. Disponible en: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=5542>

COLOMBIA. SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE. Como hacer el pronóstico de la demanda [En línea]. Bogotá: SENA, [s.f.]. [Citado el 4 de marzo 2018]. Disponible en: https://senaintro.blackboard.com/bbcswebdav/institution/semillas/121518_1_VIRTUAL/OAAPs/OAPP8/aa2/pronostico_de_ventas/oc.pdf

CONGRESO VISIBLE. Ramas del poder público [En línea] Bogotá: Universidad de Los Andes, 2010. [Citado el 11 de diciembre de 2017]. Disponible en: <https://www.congresovisible.org/democracia/ramaspoderpublico/>

CREPES A la japonesa [En línea]. [s.l.]: Kiainet.com, 2007. [Citado el 13 de mayo de 2018]. Disponible en: <http://www.kirainet.com/crepes-a-la-japonesa/>

DEFINICIÓN ABC. Definición de restaurante [En línea]. [s.l.: s.n.], 2018. [Citado el 5 de febrero de 2018]. Disponible en: <https://www.definicionabc.com/social/restaurante.php>

DEFINICIÓN DE. Indicadores financieros. [En línea]. [s.l.]: Actualícese, 2015 [Citado el 2 de mayo de 2018]. Disponible en: <https://actualicese.com/2015/02/26/definicion-de-indicadores-financieros/>

DEFINICION DE. Definición de restaurante [En línea]. [s.l.: s.n.], 2018. [Citado el 5 de febrero de 2018]. Disponible en: <https://definicion.de/restaurante/>

DEFINICION.DE Registro sanitario [En línea]. [s.p.i.]. [Citado el 22 de abril de 2018]. Disponible en: <https://definicion.de/registro-sanitario/>

DEFINICIÓN DIAGRAMA de proceso [En línea]. [s.l.: s.n.], 2012. [Citado el 10 de abril de 2018]. Disponible en: <https://es.slideshare.net/ferantonio-93/definicin-de-diagrama-de-proceso>

DIAZGRANA. Sonia. Comparendo ambiental para infractores de aseo, limpieza y recolección de escombros [En línea] [s.l.: s.n.], 2011. [Citado el 29 de enero de 2018]. Disponible en: <http://laud.udistrital.edu.co/noticias/comparendo-ambiental-para-infractores-de-aseo-limpieza-y-recolecci%C3%B3n-de-escombros>

DIFERENCIAS ENTRE helados artesanales e industriales [En línea] [s.l.: s.n.], 2009. [Citado el 13 de mayo de 2018]. Disponible en: <http://www.artesblancas.com/diferencias-entre-helados-artesanales-e-industriales/>

ESPINOSA, Roberto. Marketing mix:4Ps [En línea]. [s.f.], el autor, 2014. [Citado el 6 de marzo 2018]. Disponible en: <http://robertoespinosa.es/2014/05/06/marketing-mix-las-4ps-2/>

_____. Segmentación de mercado, concepto y enfoque [En línea]. [s.l.: s.n.], 2013. [Citado el 22 de febrero 2018]. Disponible en: <http://robertoespinosa.es/2013/09/17/segmentacion-de-mercado-concepto-y-enfoque/>

ESTOS SON los cambios que trae la reforma tributaria. En: Semana.com [En línea]. 2016, Octubre [Citado el 28 de enero de 2018]. Disponible en:

<http://www.semana.com/nacion/articulo/los-cambios-que-trae-la-reforma-tributaria/499829>

ESTRATEGIAS DE promoción dentro de las 4P” [En línea]. [s.p.i.]. [06 de marzo 2018]. Disponible en: <https://www.gestiopolis.com/estrategias-de-promocion-dentro-de-las-4-p/>

EVALUACIÓN DE la inversión. [En línea]. [s.p.i.]. [Citado el 2 de mayo de 2018]. Disponible en: <http://manejatusfinanzas.blogspot.com.co/p/evaluacion-de-la-inversion.html>

FAJARDO-CALDERÓN, Constanza Loreth; ROMERO RESTREPO, Miryam y VÉLEZ ROMERO, Carlos Andrés. Régimen legal, tributario, contable y social de las S.A.S. En: Criterio Libre [En línea]. 2009, Enero – Junio, vol. 7, no. 10, p. 147-155. [Citado el 22 de abril de 2018]. Disponible en: <http://www.unilibre.edu.co/CriterioLibre/images/revistas/10/CriterioLibre10art06.pdf>

FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS. Análisis de la demanda [En línea]. [s.l.: s.n.], 2011. [Citado el 4 de marzo 2018]. Disponible en: <http://proyectos-ittla.blogspot.com.co/2011/06/33-analisis-de-la-demanda.html>

FRED R. David, “How Companies Define Their Mission “, Long Range Planning 22, núm. 3 (junio de 1988): p 40

GERENCIE.COM. Retención en la fuente [En línea]. [s.l.: Gerencie.com], 2018. [Citado el 22 de abril de 2018]. Disponible en: <https://www.gerencie.com/retencion-en-la-fuente.html>

GÓMEZ CARVAJAL, Natalia. Restaurante la Puerta falsa Cumplirá dos siglos este año. En: El Tiempo.com [En línea]. 2016, Enero [Citado el 5 de febrero de 2018]. Disponible en: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-16483940>

GUIERAS, Xavier. La segmentación psicográfica [En línea]. [s.l.: s.n.], 2013. [Citado el 25 de febrero 2018]. Disponible en: <http://marketingyconsumo.com/segmentacion-psicografica.html>

INSTITUTO COLOMBIANO EN TÉCNICAS Y CERTIFICACIÓN, Referencias bibliográficas, Contenido, forma y estructura, NTC 5613. Bogotá D.C.

_____. Documentación, Presentación de tesis de grado y otros trabajos de investigación. NTC1486. Bogotá D.C.: El instinto, 2008 36p, 2008.

_____. Referencias documentales para fuentes de información electronicas. NTC 4490. Bogotá D.C.:El instituto, 1998. 23p

IREGUI, María. Concepto sobre el uso de suelo y las licencias de construcción [En línea]. [s.l.]: Asuntos Legales, 2013. [Citado el 22 de abril de 2018]. Disponible en: <https://www.asuntoslegales.com.co/consultorio/concepto-sobre-el-uso-de-suelo-y-las-licencias-de-construccion-2061441>

JIMÉNEZ SÁNCHEZ, Araceli. El rincón del marketing [En línea]. [s.l.: s.n.], 2014. [Citado el 6 de marzo 2018]. Disponible en: <http://elricondelmarketing.blogspot.com.co/2011/12/analisis-de-tres-ejemplos-de.html>

LA ESTIMACIÓN de la demanda en proyectos de negocio. En: Wiki EOI [En línea]. [s.p.i.]. [Citado el 6 de marzo 2018]. Disponible en: http://www.eoi.es/wiki/index.php/La_estimaci%C3%B3n_de_la_Demanda_en_Proyectos_de_negocio

LAS REGALÍAS y la inversión en ciencia y tecnología en Colombia y tecnología en Colombia. En: Portafolio.com [En línea] [Citado el 29 de enero de 2018]. Disponible en: <http://www.portafolio.co/economia/las-regalias-y-la-inversion-en-ciencia-y-tecnologia-en-colombia-506>

LAS VARIABLES macroeconómicas [En línea]. [s.p.i.]. [Citado el 19 de febrero de 2018]. Disponible en: <https://www.economiasimple.net/las-variables-macroeconomicas.html>

LOS BENEFICIOS y costos que deja el acuerdo de paz. En: Revista Dinero [En línea]. 2016, Julio [Citado el 11 de diciembre de 2017]. Disponible en: <http://www.dinero.com/edicion-impresa/pais/articulo/las-beneficios-y-costos-de-la-firma-del-acuerdo-de-paz/225437>

LOS RESTAURANTES esperan crecer 1,8 por ciento este año. En: El Tiempo.com [En línea]. 2017, Julio [Citado el 05 de febrero de 2018]. Disponible en: <http://www.eltiempo.com/economia/sectores/restaurantes-esperan-crecer-en-ventas-en-2017-112098>

MONTAR UN restaurante saludable: tendencia 2016 [En línea]. [s.l.: s.n.], 2016. [Citado el 5 de febrero de 2018]. Disponible en: <https://www.theforkmanager.com/es/blog/montar-restaurante-saludable/>

NIEBEL, Benjamin. Ingeniería industrial. 12 ed. México, D.F. Mc Graw Hill, 2009.225 p.

NIEBEL, Benjamin. Ingeniería industrial 12 ed. México, D.F: Mc Graw Hill, 2009. 225 p

ORGANIZACIÓN SAYCO Y ACINPRO [En línea]. Bogotá: OSA, 2018. [Citado el 22 de abril de 2018]. Disponible en: <http://www.osa.org.co/>

PAIPA. ALCALDIA MUNICIPAL. Alcaldía de Paipa: presentación [En línea]. Paipa: La Alcaldía, 2018. [Citado el 30 de enero de 2018]. Disponible en: <http://www.paipa-boyaca.gov.co/MiMunicipio/Paginas/Presentacion.aspx>

PAIPA. CONCEJO MUNICIPAL. Acuerdo N° 004” [En línea]. Paipa: El Concejo, 2017. [Citado el 30 de enero de 2018]. Disponible en: <http://www.paipa-boyaca.gov.co/Transparencia/Normatividad/Acuerdo%20N%C2%B0%20004.pdf>

PLAN DE desarrollo. [En línea]. [s.l.: s.n.], 2008. [Citado el 25 de febrero 2018]. Disponible en: <http://cdim.esap.edu.co/BancoMedios/Documentos%20PDF/paipa%20-%20boyac%C3%A1%20-%20pd%20-%202008%20-%202011.pdf>

QUE ES el ice roll, la nueva tendencia de helados [En línea]. [s.l.: s.n.], 2017. [Citado el 13 de mayo de 2018]. Disponible en: <https://losandes.com.ar/article/que-es-el-ice-roll-la-nueva-tendencia-en-helados>

¿QUÉ ES la Figura corporativa? [En línea]. [s.p.i.]. [Citado el 6 de marzo 2018]. Disponible en: <https://www.somoswaka.com/blog/2017/03/que-es-la-Figura-corporativa/>

¿QUE ES la razón social? [En línea]. [s.l.: s.n.], 2016. [Citado el 22 de abril de 2018]. Disponible en: <https://www.misabogados.com/blog/es/que-es-la-razon-social>

QUESTIONPRO. Introducción a la investigación de mercados [En línea]. [s.l.]: Question Pro, 2018. [Citado el 28 de febrero 2018]. Disponible en: <https://www.questionpro.com/es/investigacion-de-mercados.html>

REGISTRO ÚNICO Tributario -RUT-: pasos para realizar la inscripción [En línea]. Bogotá: Actualícese.com, 2017. [Citado el 22 de abril de 2018]. Disponible en: <https://actualicese.com/actualidad/2017/06/13/registro-unico-tributario-rut-pasos-para-realizar-la-inscripcion/>

RIVAS, Andrés. ¿Cómo sacar el RUT en Colombia? [En línea]. [s.l.: s.n.], 2012. [Citado el 22 de abril de 2018]. Disponible en: <https://www.colconectada.com/como-sacar-el-rut-en-colombia/>

WIGODSKI, Jacqueline. Población y muestra [En línea]. [s.l.]: La autora, 2018. [Citado el 03 de marzo 2018]. Disponible en: <http://metodologiaeninvestigacion.blogspot.com.co/2010/07/poblacion-y-muestra.html>

ANEXO A.
ENCUESTA

Buenos días/ tardes/ noches, soy estudiante de ingeniería industrial de la Universidad de América, la siguiente encuesta está dirigida a conocer sus opiniones en material de restaurantes, para el estudio de factibilidad para la creación de un restaurante de crepes y helados con técnicas tailandesa y japonesa en la ciudad de Paipa, Boyacá.

Agradezco brindarme un minuto de su tiempo para responder las siguientes preguntas.

1.¿Suele acudir a restaurantes?

Sí

No

2.¿Qué tipo de comida prefiere usted? (en restaurantes)

Comida Criolla

Comida italiana

Saludable

Pollo a la brasa

Comida rápida (Mcdonalds, KFC, Corral, entre otros)

Otro: _____

3.¿Cuántas veces al mes come en un restaurante?

1-2 veces

3-5 veces

5-10 veces

10 o más

4.¿Porque razón prefiere comer en un restaurante?

No, yo prefiero comer en casa

Por diversión

Por falta de tiempo para cocinar

___ Otro: _____

5. ¿Qué es lo que más valora en un restaurante?

___ Precio

___ Calidad de servicio

___ Calidad de producto

___ Valor agregado (espectáculo, música, delivery)

6. ¿A qué tipo de restaurante acude normalmente?

___ Restaurantes de comida rápida (McDonalds, KFC, Corral, entre otros)

___ Restaurantes de otro tipo

___ Restaurantes que tengan bufet libre

___ Restaurantes que sean saludables “No quiero comer cualquier cosa”

7. ¿Qué importancia le da a que la comida que consume sea saludable?

___ Solo acudo a restaurantes saludables

___ Alterno restaurantes saludables a los que no son tanto.

___ Voy variando de tipo de restaurantes (me gusta probarlo todo)

___ No importa si es saludable, importa el precio.

___ ¡No importa si es saludable, a mí me gusta!

___ Otro: _____

Responda las siguientes preguntas a partir de la siguiente información:

La técnica tailandesa consiste en una plancha congelada de metal, y un par de espátulas que permiten fusionar ingredientes, y convertirlos en rollos de helado. La técnica japonesa en la clásica técnica de la plancha circular caliente, y una espátula de madera, la cual permite dar a la masa una forma triangular, generando el espacio para agregar cualquier tipo de ingrediente.

8. ¿Visitaría un restaurante de crepes y helados que apliquen las técnicas tailandesa y japonesa?

Sí

No

9. ¿Le gustaría visitar un restaurante, que le permita escoger ingredientes a su gusto?

Sí

No

Me da igual

10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar, por un crepe o un helado, basado en las técnicas mencionadas anteriormente?

de \$3.000 a \$5.000

de \$5.000 a \$10.000

de \$10.000 a \$15.000

más de \$15.000

Encuesta diligenciada:

Buenos días/ tardes/ noches, soy estudiante de ingeniería industrial de la Universidad de América, la siguiente encuesta está dirigida a conocer sus opiniones en material de restaurantes, para el estudio de factibilidad para la creación de un restaurante de crepes y helados con técnicas tailandesa y japonesa en la ciudad de Paipa, Boyacá.

Agradezco brindarme un minuto de su tiempo para responder las siguientes preguntas.

1.¿Suele acudir a restaurantes?

Si

No

2.¿Qué tipo de comida prefiere usted? (en restaurantes)

Comida Criolla

Comida italiana

Saludable

Pollo a la brasa

Comida rápida (Mcdonalds, KFC, Corral, entre otros)

Otro: _____

3.¿Cuántas veces al mes come en un restaurante?

1-2 veces

3-5 veces

5-10 veces

10 o más

4.¿Porque razón prefiere comer en un restaurante?

No, yo prefiero comer en casa

Por diversión

Por falta de tiempo para cocinar

Otro: _____

5. ¿Qué es lo que más valora en un restaurante?

Precio

Calidad de servicio

Calidad de producto

Valor agregado (espectáculo, música, delivery)

6. ¿A qué tipo de restaurante acude normalmente?

Restaurantes de comida rápida (McDonalds, KFC, Corral, entre otros)

Restaurantes de otro tipo

Restaurantes que tengan bufet libre

Restaurantes que sean saludables "No quiero comer cualquier cosa"

7. ¿Qué importancia le da a que la comida que consume sea saludable?

Solo acudo a restaurantes saludables

Alterno restaurantes saludables a los que no son tanto.

Voy variando de tipo de restaurantes (me gusta probarlo todo)

No importa si es saludable, importa el precio.

¡No importa si es saludable, a mí me gusta!

Otro: _____

Responda las siguientes preguntas a partir de la siguiente información:

La técnica tailandesa consiste en una plancha congelada de metal, y un par de espátulas que permiten fusionar ingredientes, y convertirlos en rollos de helado.

La técnica japonesa es la clásica técnica de la plancha circular caliente, y una espátula de madera, la cual permite dar a la masa una forma triangular, generando el espacio para agregar cualquier tipo de ingrediente.

8. ¿Visitaría un restaurante de crepes y helados que apliquen las técnicas tailandesa y japonesa?

Sí

No

9. ¿Le gustaría visitar un restaurante, que le permita escoger ingredientes a su gusto?

Sí

No

Me da igual

10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar, por un crepe o un helado, basado en las técnicas mencionadas anteriormente?

de \$3.000 a \$5.000

de \$5.000 a \$10.000

de \$10.000 a \$15.000

más de \$15.000

ANEXO B.
MENÚ

Capresa

RESTAURANTE DE CREPES Y HELADOS

HELADOS

Rojito y chapeadito

BASE: Yogurt Natural
Fruta: Mora agraz y fresa
Endulzante: Arequipe de la casa o normal

Amarillo y acidito

BASE: Yogur griego
Fruta: Maracuya
Endulzante: Leche condensada de la casa o normal

Toquecito final

BASE: Sémola de maíz
Fruta: Cerezas
Endulzante: Chocolate 100% Cacao o normal

CREPES

DULCECITO

SILVESTRE:
Masa de avena o trigo, crema de avellana,
Mora agraz y fresa

DELICIO:
Tortilla gallette o totilla de vainilla o
chocolate, framblesas.

SALADITOS

CAPRESA:
Masa de avena o trigo, pesto, tomate cherry,
queso de búfala o mozzarella.

AHUMADITO:
Galette (Masa a base de trigo), Jamón
ahumado, rñugula, queso de búfala o
mazzarella y almendras.

CRIOLLITO:
Galette (Masa a base de trigo), Huevo,
Jamón, albahaca, tomate seco, y queso
mozzarella o búfala.

ANEXO C.
FICHA TÉCNICA DE CADA PRODUCTO



FICHA TÉCNICA PARA
AMARILLITO Y ACIDITO

02/04/2017

Realizó y revisó	Laura Sofía Mateus Mateus
Clasificación	Helado
Nº de porciones	1
Descripción del producto	Helado de Maracuyá, yogurt griego y leche condensada.



Ingrediente	Cantidad	Unidad	Valor/ Cantidad	Total
Maracuyá	110	gr	\$5,3	\$583,9
Leche condensada (Casa)	20	gr	\$16,15	\$323
Yogur Griego	80	gr	\$15,525	\$1242
COSTO DE MATERIA PRIMA				\$2148,9
VARIACIÓN DE COSTOS 10%				\$214,89
IMPUESTO AL CONSUMO 8%				\$171,912
COSTO TOTAL DEL PRODUCTO				\$2500





FICHA TÉCNICA TOQUECITO FINAL



02/04/2017



Realizó y revisó	Laura Sofía Mateus Mateus
Clasificación	Helado
Nº de porciones	1
Descripción del producto	Helado de cerezas con base en sémola de maíz y chocolate 100% cacao.



Ingrediente	Cantidad	Unidad	Valor/ Cantidad	Total
Cereza	80	gr	\$5	\$480
Chocolate 100% Cacao	10	gr	\$54	\$568
Sémola de maíz	90	gr	\$9	\$653,6
COSTO DE MATERIA PRIMA				\$1701,6
VARIACIÓN DE COSTOS 10%				\$170,16
IMPUESTO AL CONSUMO 8%				\$16,08
COSTO TOTAL DEL PRODUCTO				\$2,003

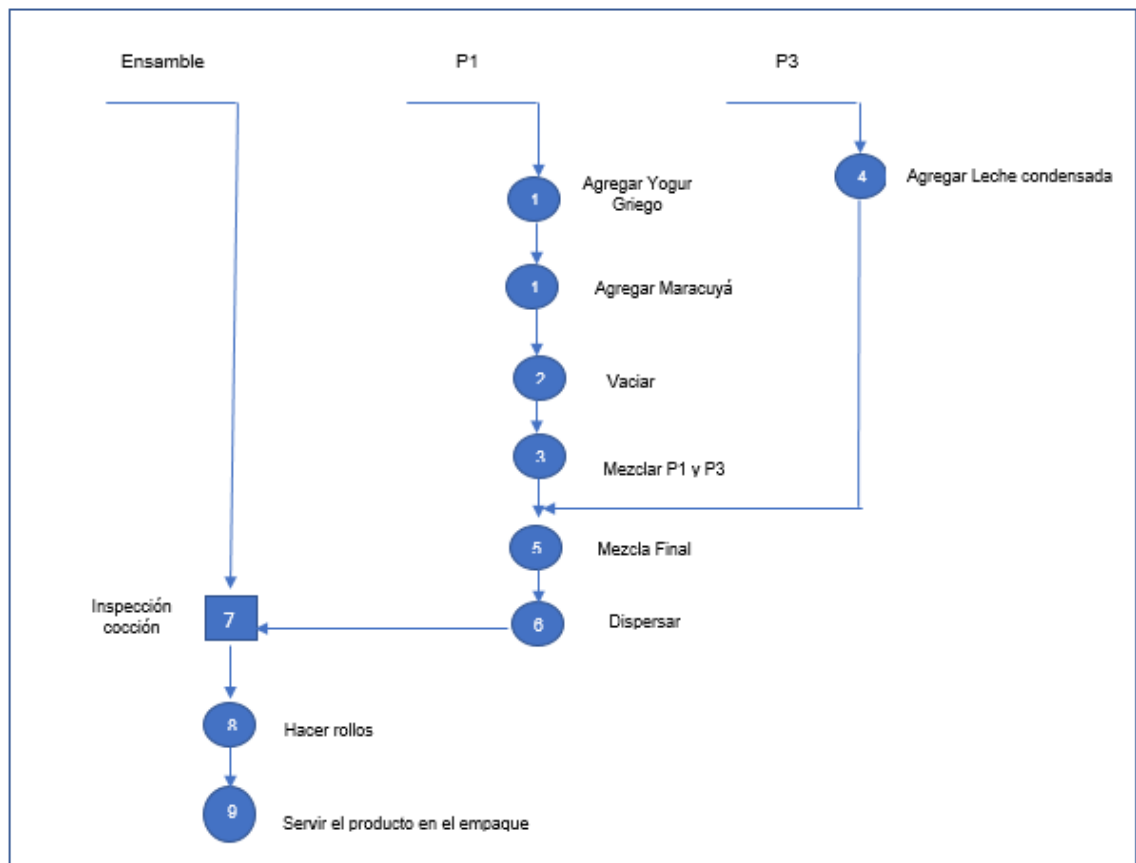
		FICHA TÉCNICA PARA CREPE DULCESITO (DELICIO)		02/04/2017	
Realizó y revisó			Laura Sofía Mateus Mateus		
Clasificación			Crepe		
Nº de porciones			1		
Descripción del producto			Crepe con tortilla galette, chocolate blanco o chocolate y frambuesas.		
					
Ingrediente	Cantidad	Unidad	Valor/ Cantidad	Total	
Frambuesas	90	gr	\$11.13	\$1002	
Chocolate	9	gr	\$39,5	\$356	
Harina de avena	30	gr	\$33,46	\$1003,8	
Huevo	9,1	gr	\$4,1	\$37,41	
Leche	25	gr	\$1,94	\$48,5	
Edulcorante	0,16	gr	\$70,7	\$11,3	
Aceite	0,8	gr	\$10.9	\$8,7	
COSTO DE MATERIA PRIMA				\$2467,71	
VARIACIÓN DE COSTOS 10%				\$256,77	
IMPUESTO AL CONSUMO 8%				\$205,4	
COSTO TOTAL DEL PRODUCTO				\$2930	

		FICHA TÉCNICA PARA CREPE SALADITO (CAPRESA)		02/04/2017	
Realizó y revisó			Laura Sofía Mateus Mateus		
Clasificación			Crepe		
Nº de porciones			1		
Descripción del producto			Crepe con tortilla de la casa, jamón, huevo, tomate seco, pesto, queso mozzarella.		
					
Ingrediente	Cantidad	Unidad	Valor/ Cantidad	Total	
Queso mozzarella	28	gr	\$34,76	\$937,35	
Tomate cherry	3	gr	\$296,31	\$888,95	
Pesto	1	gr	\$104	\$104	
Harina de avena	30	gr	\$33,46	\$1003,8	
Huevo	9,125	gr	\$4,1	\$37,41	
Leche	25	gr	\$1,94	\$48,5	
Edulcorante	0,16	gr	\$70,7	\$11,3	
Aceite	0,8	gr	\$10.9	\$8,7	
COSTO DE MATERIA PRIMA				\$3040,51	
VARIACIÓN DE COSTOS 10%				\$304,051	
IMPUESTO AL CONSUMO 8%				\$243,24	
COSTO TOTAL DEL PRODUCTO				\$3539	

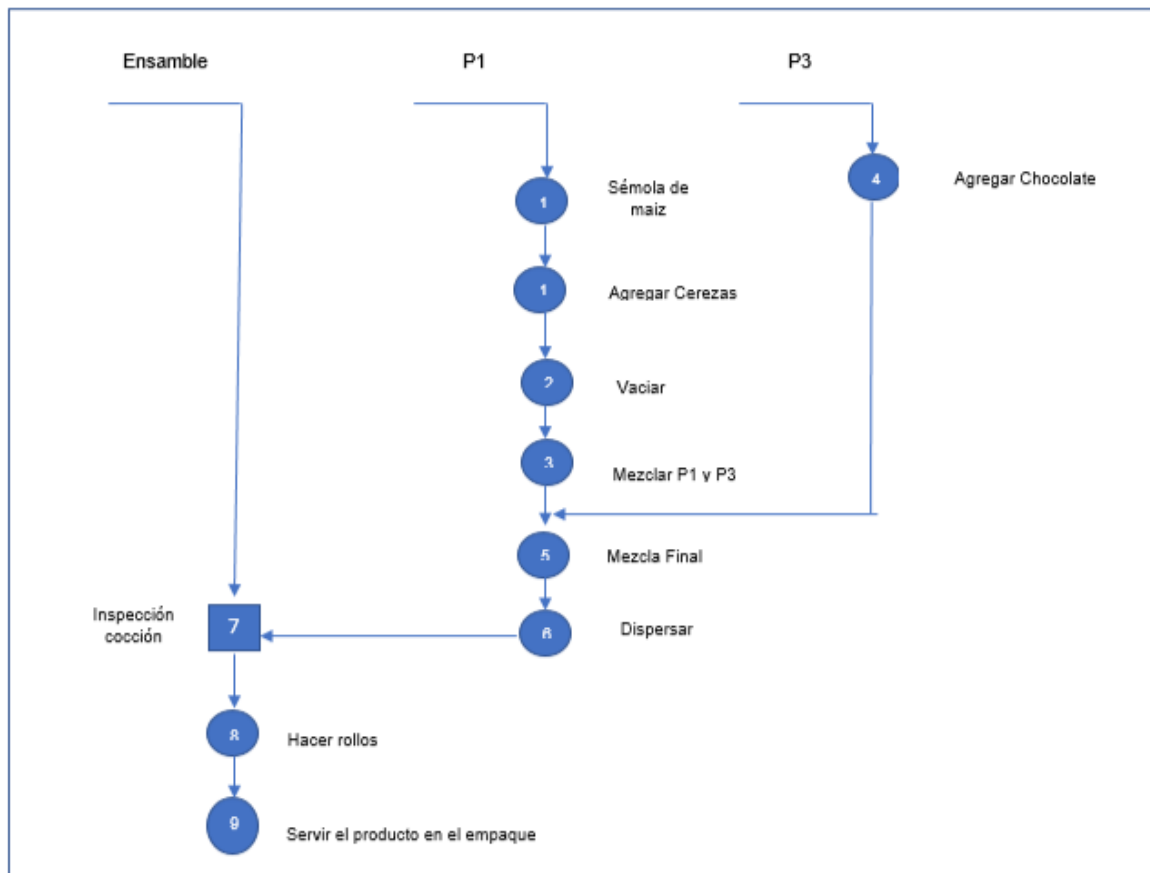
		FICHA TÉCNICA PARA CREPE SALADITO (AHUMADITO)		02/04/2017	
Realizó y revisó			Laura Sofía Mateus Mateus		
Clasificación			Crepe		
Nº de porciones			1		
Descripción del producto			Crepe con tortilla de la casa, jamón ahumado, tomate cherry, rúcula, queso mozzarella.		
					
Ingrediente	Cantidad	Unidad	Valor/ Cantidad	Total	
Queso mozzarella	28	gr	\$33,47	\$1055,2	
Jamón ahumado	3	gr	\$335,6	\$1006,8	
Rúcula	1	gr	\$35	\$35	
Almendras	3	gr	\$23,3	\$70	
Harina de avena	30	gr	\$33,46	\$1003,8	
Huevo	9,125	gr	\$4,1	\$37,41	
Leche	25	gr	\$1,94	\$48,5	
Edulcorante	0,16	gr	\$70,7	\$11,3	
Aceite	0,8	gr	\$10,9	\$8,7	
COSTO DE MATERIA PRIMA				\$3275,51	
VARIACIÓN DE COSTOS 10%				\$325,651	
IMPUESTO AL CONSUMO 8%				\$260,52	
COSTO TOTAL DEL PRODUCTO				\$3983	

ANEXO D.
MÉTODOS Y DIAGRAMAS DE TRABAJO

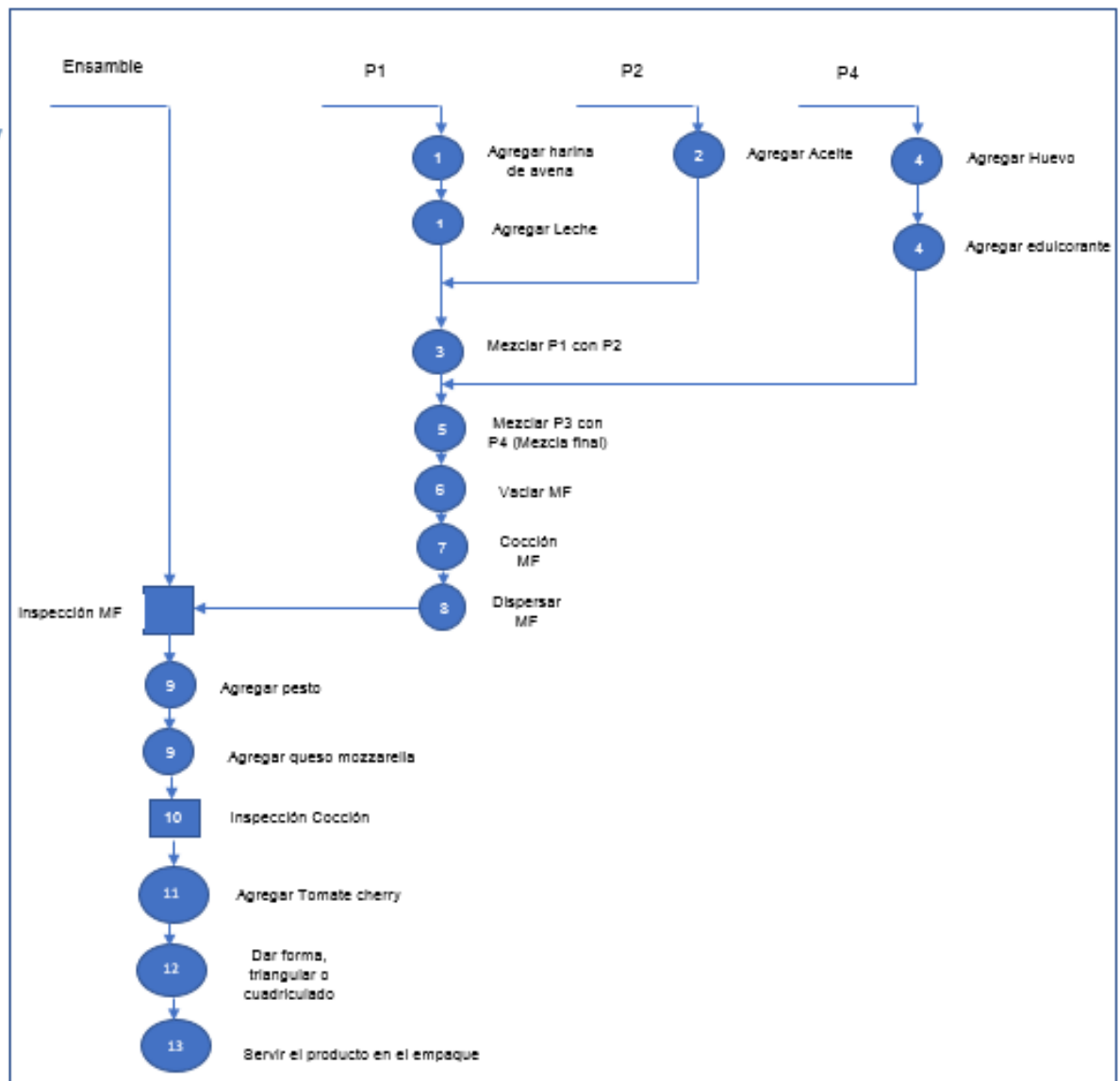
Proceso productivo Helado Amarillo y acidito			
Ítem	Actividad	Descripción	Maquinaria y equipo
1	Agregar (P1)	Agregar la cantidad específica de yogur griego, y maracuyá.	Recipiente de acero inoxidable.
2	Vaciar	Vaciar P1 sobre la plancha de acero inoxidable congelada.	Recipiente en acero inoxidable.
3	Mezclar (P2)	Mezclar P1 hasta la consistencia deseada	Espátulas de acero inoxidable.
4	Agregar (P3)	Agregar arequipe a la mezcla P2	
5	Mezcla Final	Mezclar P1 con leche condensada hasta lograr la consistencia deseada	Espátulas y recipiente en acero inoxidable.
6	Dispersar	Dispersar la mezcla final, sobre la plancha de acero inoxidable congelada.	Espátulas de acero inoxidable.
7	Inspección	Verificar la temperatura ideal de la mezcla.	
8	Hacer rollos	Al encontrarse la mezcla final congelada, con ayuda de las espátulas hacer rollos despegando la mezcla de la plancha.	Espátulas
9	Servir	Servir el producto en el empaque de cartón.	Pinzas de plástico.



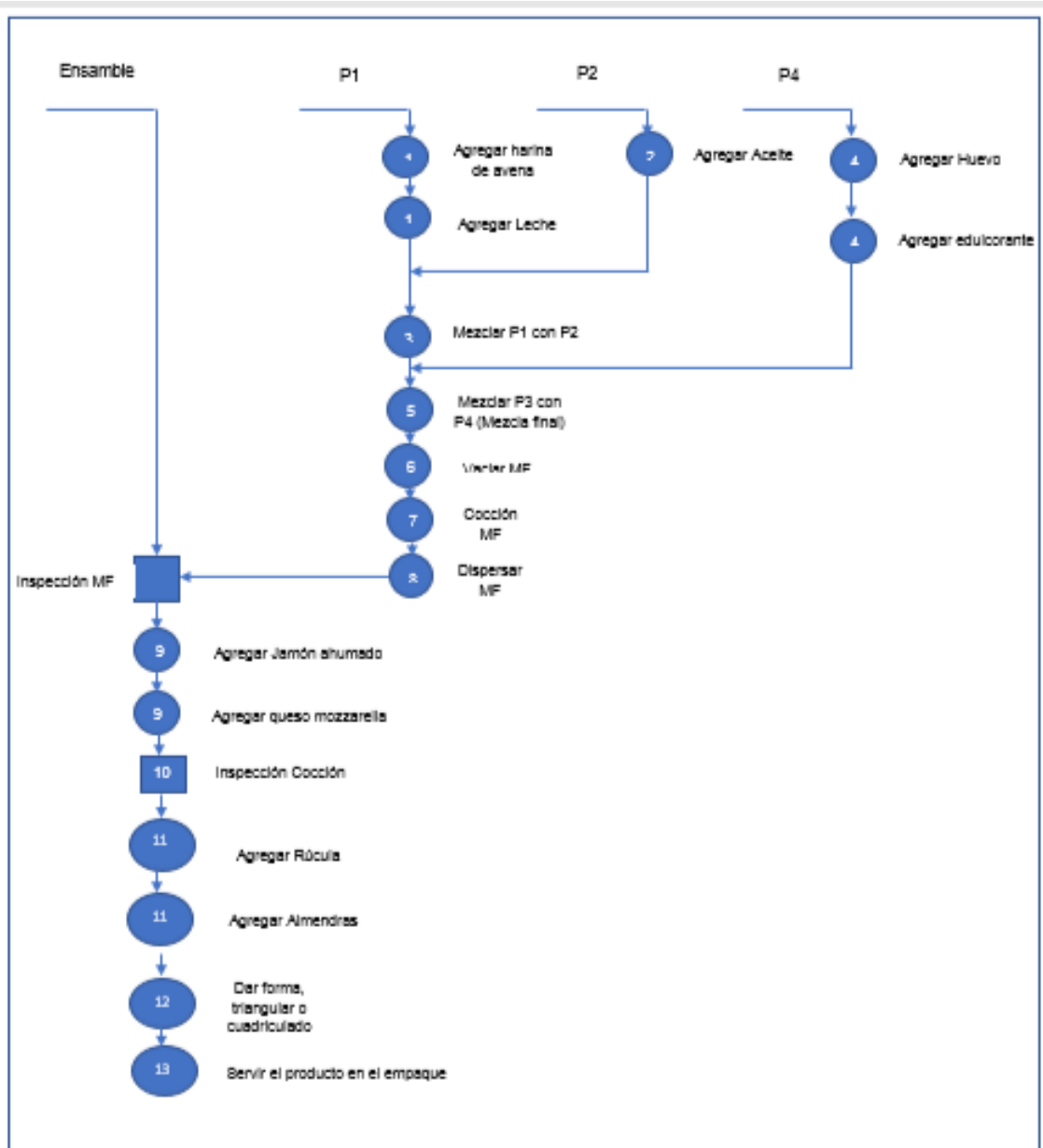
Proceso productivo Helado Toquecito final.			
Ítem	Actividad	Descripción	Maquinaria y equipo
1	Agregar (P1)	Agregar la cantidad específica de sémola de maíz y las cerezas.	Recipiente de acero inoxidable.
2	Vaciar	Vaciar P1 sobre la plancha de acero inoxidable congelada.	Recipiente en acero inoxidable.
3	Mezclar (P2)	Mezclar P1 hasta la consistencia deseada	Espátulas de acero inoxidable.
4	Agregar (P3)	Agregar leche condensada a la mezcla P2	
5	Mezcla Final	Mezclar P1 con leche condensada hasta lograr la consistencia deseada	Espátulas y recipiente en acero inoxidable.
6	Dispersar	Dispersar la mezcla final, sobre la plancha de acero inoxidable congelada.	Espátulas de acero inoxidable.
7	Inspección	Verificar la temperatura ideal de la mezcla.	
8	Hacer rollos	Al encontrarse la mezcla final congelada, con ayuda de las espátulas hacer rollos despegando la mezcla de la plancha.	Espátulas
9	Servir	Servir el producto en el empaque de cartón.	Pinzas de plástico.



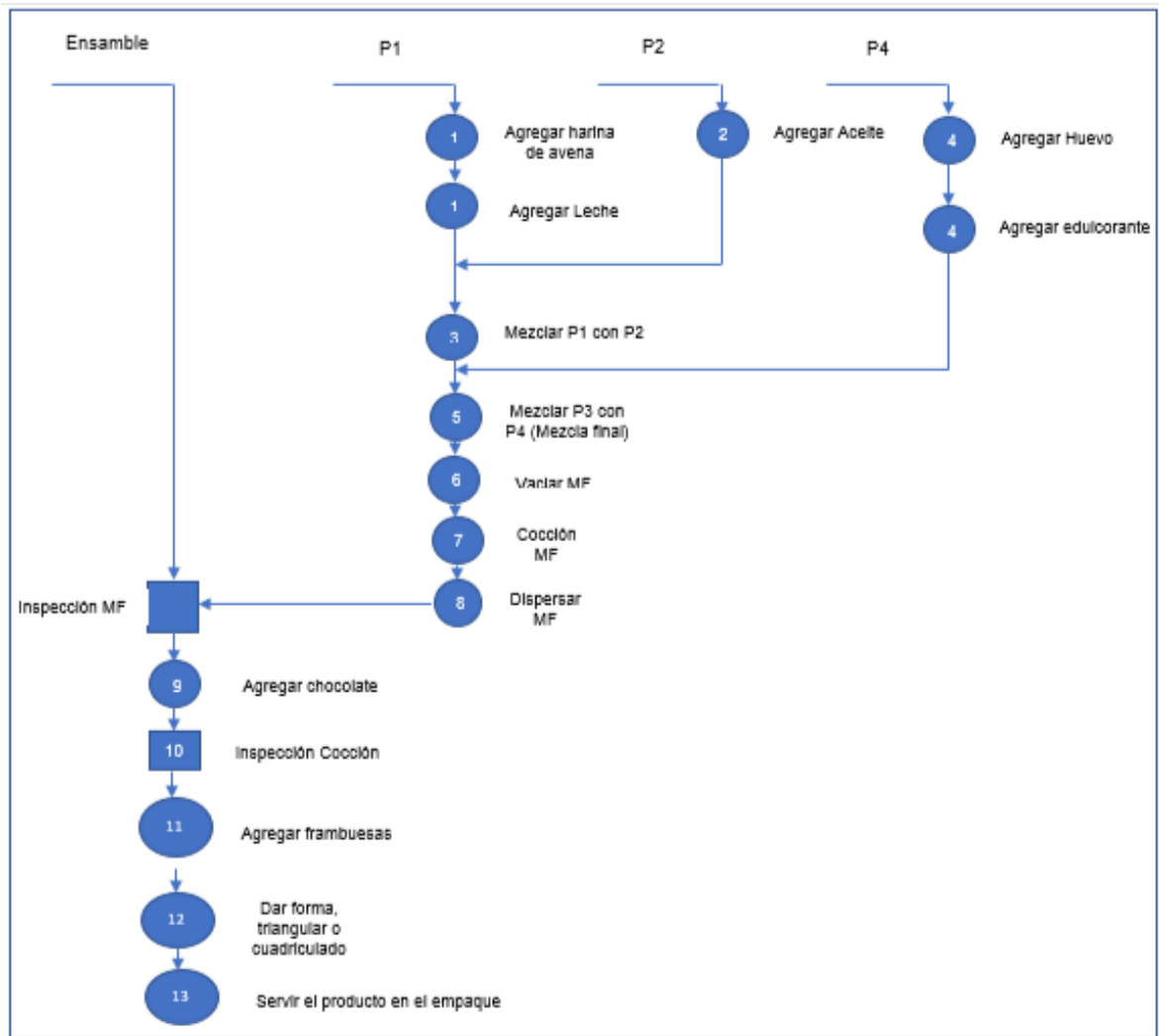
Proceso productivo de crepe Capresa (Crepe saladito)			
Ítem	Actividad	Descripción	Maquinaria y equipo
1	Mezclar (P1)	Mezclar la cantidad específica de harina de avena y leche.	Recipiente de acero inoxidable, cuchara medidora, mezclador
2	Agregar (P2)	Agregar la cantidad específica de aceite.	Cuchará medidora
3	Mezclar (P3)	Mezclar P1 con el aceite.	Recipiente de acero inoxidable y mezclador.
4	Agregar (P4)	Agregar la cantidad específica de huevo, y edulcorante	Recipiente de acero inoxidable, cuchara medidora.
5	Mezcla final	Mezclar P3 con P4 hasta que tome consistencia.	Recipiente de acero inoxidable y mezclador
6	Vaciar	Vaciar la mezcla final sobre la crepera caliente.	Recipiente de acero inoxidable
7	Dispersar	Dispersar la mezcla final en forma circular sobre la plancha de la crepera	Recipiente de acero inoxidable, pala de madera.
8	Cocción	Dejar que se doren los dos lados de la mezcla final.	Recipiente de acero inoxidable, espátula.
9	Agregar	Agregar pesto, la cantidad específica y queso mozzarella	Pinzas de acero inoxidable, y recipiente de plástico.
10	Inspección	Verificar la cocción específica del huevo, y del queso mozzarella.	
11	Agregar	Agregar la cantidad específica de tomates cherry.	Recipiente y pinzas de acero inoxidable.
12	Dar forma	Darle forma triangular, o cuadrículada al crepe según sea la elección del cliente.	Espátula de acero inoxidable
13	Servir	Servir el producto en el empaque o en la vajilla, según la preferencia del cliente.	Espátula de acero inoxidable, Empaque.



Proceso productivo de crepe Capresa Ahumadito (Crepe saladito)			
Ítem	Actividad	Descripción	Maquinaria y equipo
1	Mezclar (P1)	Mezclar la cantidad específica de harina de avena y leche.	Recipiente de acero inoxidable, cuchara medidora, mezclador
2	Agregar (P2)	Agregar la cantidad específica de aceite.	Cuchará medidora
3	Mezclar (P3)	Mezclar P1 con el aceite.	Recipiente de acero inoxidable y mezclador.
4	Agregar (P4)	Agregar la cantidad específica de huevo, y edulcorante	Recipiente de acero inoxidable, cuchara medidora.
5	Mezcla final	Mezclar P3 con P4 hasta que tome consistencia.	Recipiente de acero inoxidable y mezclador
6	Vaciar	Vaciar la mezcla final sobre la crepera caliente.	Recipiente de acero inoxidable
7	Dispersar	Dispersar la mezcla final en forma circular sobre la plancha de la crepera	Recipiente de acero inoxidable, pala de madera.
8	Cocción	Dejar que se doren los dos lados de la mezcla final.	Recipiente de acero inoxidable, espátula.
9	Agregar	Agregar jamón ahumado y queso mozzarella	Pinzas de acero inoxidable, y recipiente de plástico.
10	Inspección	Verificar la cocción específica del queso mozzarella.	
11	Agregar	Agregar la cantidad específica de rúcula y almendras.	Recipiente y pinzas de acero inoxidable.
12	Dar forma	Darle forma triangular, o cuadrículada al crepe según sea la elección del cliente.	Espátula de acero inoxidable
13	Servir	Servir el producto en el empaque o en la vajilla, según la preferencia del cliente.	Espátula de acero inoxidable, Empaque.



Proceso productivo para crepe Silvestre (crepe dulcecito)			
Ítem	Actividad	Descripción	Maquinaria y equipo
1	Mezclar (P1)	Mezclar la cantidad específica de harina de avena y leche.	Recipiente de acero inoxidable, cuchara medidora, mezclador
2	Agregar (P2)	Agregar la cantidad específica de aceite.	Cuchará medidora
3	Mezclar (P3)	Mezclar P1 con el aceite.	Recipiente de acero inoxidable y mezclador.
4	Agregar (P4)	Agregar la cantidad específica de huevo, y edulcorante	Recipiente de acero inoxidable, cuchara medidora.
5	Mezcla final	Mezclar P3 con P4 hasta que tome consistencia.	Recipiente de acero inoxidable y mezclador
6	Vaciar	Vaciar la mezcla final sobre la crepera caliente.	Recipiente de acero inoxidable
7	Dispersar	Dispersar la mezcla final en forma circular sobre la plancha de la crepera	Recipiente de acero inoxidable, pala de madera.
8	Cocción	Dejar que se doren los dos lados de la mezcla final.	Recipiente de acero inoxidable, espátula.
9	Agregar	Agregar chocolate	Pinzas de acero inoxidable, y recipiente de plástico.
10	Inspección	Verificar que el chocolate tome la temperatura adecuada.	
11	Agregar	Agregar la Frambuesas	Recipiente y pinza de acero inoxidable.
12	Dar forma	Darle forma triangular, o cuadrada al crepe según sea la elección del cliente.	Espátula de acero inoxidable
13	Servir	Servir el producto en el empaque o en la vajilla, según la preferencia del cliente.	Espátula de acero inoxidable, Empaque.



ANEXO E.
DIAGRAMAS DE PROCESOS

Diagrama de proceso de preparación del helado Amarillo y acidito.



Elaborado por: Laura Sofia Mateus
Nombre del proceso: Amarillo y acidito.

		Resumen						
		Actividad	Descripción	Cant	T (min)	D(m)		
		●	Operación	8	2,97	0		
		➔	Transporte	1	0,25	6,02		
		■	Inspección	1	0,08	0		
		▼	Almacenamiento	0	0	0		
		⌒	Demoras	0	0	0		
Nº	DESCRIPCIÓN	ACTIVIDAD					T (min)	D(m)
1	Retirar la materia prima de depósito de comida	●	➔	■	▼	⌒	-	6,02
2	Agregar la cantidad específica de yogur griego y Maracuyá.	●	➔	■	▼	⌒	0,44	
3	Vaciar P1 sobre la plancha de acero inoxidable congelada.	●	➔	■	▼	⌒	0,22	
4	Mezclar P1 hasta la consistencia deseada	●	➔	■	▼	⌒	0,39	
5	Agregar leche condensada a la mezcla P2	●	➔	■	▼	⌒	0,20	
6	Mezclar P1 con leche condensada hasta lograr la consistencia deseada	●	➔	■	▼	⌒	0,19	
7	Dispersar la mezcla final, sobre la plancha de acero inoxidable congelada.	●	➔	■	▼	⌒	0,63	
8	Verificar la temperatura ideal de la mezcla.	●	➔	■	▼	⌒	-	
9	Al encontrarse la mezcla final congelada, con ayuda de las espátulas hacer rollos despegando la mezcla de la plancha.	●	➔	■	▼	⌒	0,78	
10	Servir el producto en el empaque de cartón.	●	➔	■	▼	⌒	0,22	
TOTAL							3,07	

Diagrama de proceso de preparación del helado Toquecito final.



Elaborado por: Laura Sofia Mateus
Nombre del proceso: Toquecito final.

		Resumen						
		Actividad	Descripción	Cant	T (min)	D(m)		
		●	Operación	8	2,97	0		
		➔	Transporte	1	0,25	6,02		
		■	Inspección	1	0,08	0		
		▼	Almacenamiento	0	0	0		
		◐	Demoras	0	0	0		
Nº	DESCRIPCIÓN	ACTIVIDAD					T (min)	D(m)
1	Retirar la materia prima de depósito de comida	●	➔	■	▼	◐	-	6,02
2	Agregar la cantidad específica de yogur griego y Maracuyá.	●	➔	■	▼	◐	0,44	
3	Vaciar P1 sobre la plancha de acero inoxidable congelada.	●	➔	■	▼	◐	0,22	
4	Mezclar P1 hasta la consistencia deseada	●	➔	■	▼	◐	0,39	
5	Agregar Chocolate a la mezcla P2	●	➔	■	▼	◐	0,20	
6	Mezclar P1 con chocolate hasta lograr la consistencia deseada	●	➔	■	▼	◐	0,19	
7	Dispersar la mezcla final, sobre la plancha de acero inoxidable congelada.	●	➔	■	▼	◐	0,63	
8	Verificar la temperatura ideal de la mezcla.	●	➔	■	▼	◐	-	
9	Al encontrarse la mezcla final congelada, con ayuda de las espátulas hacer rollos despegando la mezcla de la plancha.	●	➔	■	▼	◐	0,78	
10	Servir el producto en el empaque de cartón.	●	➔	■	▼	◐	0,22	
TOTAL							3,07	

Diagrama de proceso de preparación de Crepe Delicio (dulcecito)



Elaborado por: Laura Sofia Mateus

Nombre del proceso: Crepe Delicio (dulcecito)



		Resumen						
		Actividad	Descripción	Cant	T (min)	D(m)		
		●	Operación	12	3,38	0		
		➔	Transporte	1	0,25	6,02		
		■	Inspección	1	0,05	0		
		▼	Almacenamiento	0	0	0		
		D	Demoras	0	0	0		
Nº	DESCRIPCIÓN	ACTIVIDAD					T (min)	D(m)
1	Retirar la materia prima de depósito de comida	●	➔	■	▼	D	-	6,02
2	Mezclar la cantidad específica de harina de avena y leche.	●	➔	■	▼	D	0,28	
3	Agregar la cantidad específica de aceite.	●	➔	■	▼	D	0,2	
4	Mezclar P1 con el aceite.	●	➔	■	▼	D	0,10	
5	Agregar la cantidad específica de huevo, y edulcorante	●	➔	■	▼	D	0,16	
6	Mezclar P3 con P4 hasta que tome consistencia.	●	➔	■	▼	D	0,19	
7	Vaciar la mezcla final sobre la crepera caliente.	●	➔	■	▼	D	0,25	
8	Dispersar la mezcla final en forma circular sobre la plancha de la crepera.	●	➔	■	▼	D	0,63	
9	Dejar que se doren los dos lados de la mezcla final.	●	➔	■	▼	D	0,8	
10	Agregar chocolate	●	➔	■	▼	D	0,24	
11	Verificar que el chocolate tome la temperatura adecuada	●	➔	■	▼	D	0,21	
12	Agregar las frambuesas	●	➔	■	▼	D	0,59	
13	Darle forma triangular, o cuadriculada al crepe según sea la elección del cliente	●	➔	■	▼	D	0,21	
14	Servir el producto en el empaque o en la vajilla, según la preferencia del cliente.	●	➔	■	▼	D	0,22	
TOTAL							4.07	6,02

Diagrama de proceso de preparación de Crepe Capresa (saladito)



Elaborado por: Laura Sofia Mateus
Nombre del proceso: Crepe Capresa (saladito)



Resumen

Actividad	Descripción	Cant	T (min)	D(m)
●	Operación	12	3,38	0
➔	Transporte	1	0,25	6,02
■	Inspección	1	0,05	0
▼	Almacenamiento	0	0	0
⌒	Demoras	0	0	0

Nº	DESCRIPCIÓN	ACTIVIDAD					T (min)	D(m)
1	Retirar la materia prima de depósito de comida	●	➔	■	▼	⌒	-	6,02
2	Mezclar la cantidad específica de harina de avena y leche.	●	➔	■	▼	⌒	0,28	
3	Agregar la cantidad específica de aceite.	●	➔	■	▼	⌒	0,2	
4	Mezclar P1 con el aceite.	●	➔	■	▼	⌒	0,10	
5	Agregar la cantidad específica de huevo, y edulcorante	●	➔	■	▼	⌒	0,16	
6	Mezclar P3 con P4 hasta que tome consistencia.	●	➔	■	▼	⌒	0,19	
7	Vaciar la mezcla final sobre la crepera caliente.	●	➔	■	▼	⌒	0,25	
8	Dispersar la mezcla final en forma circular sobre la plancha de la crepera.	●	➔	■	▼	⌒	0,63	
9	Dejar que se doren los dos lados de la mezcla final.	●	➔	■	▼	⌒	0,8	
10	Agregar pesto, la cantidad específica y queso mozzarella	●	➔	■	▼	⌒	0,28	
11	Verificar la cocción específica del huevo, y del queso mozzarella.	●	➔	■	▼	⌒	0,21	
12	Agregar la cantidad específica de tomates cherry.	●	➔	■	▼	⌒	0,57	
13	Darle forma triangular, o cuadrilada al crepe según sea la elección del cliente.	●	➔	■	▼	⌒	0,21	
14	Servir el producto en el empaque o en la vajilla, según la preferencia del cliente.	●	➔	■	▼	⌒	0,22	
TOTAL							4,1	6,02

Diagrama de proceso de preparación de Crepe Ahumadito (saladito)



Elaborado por: Laura Sofia Mateus
Nombre del proceso: Crepe Ahumadito (saladito)





		Resumen				
Actividad	Descripción	Cant	T (min)	D(m)		
●	Operación	12	3,38	0		
➔	Transporte	1	0,25	6,02		
■	Inspección	1	0,05	0		
▼	Almacenamiento	0	0	0		
⌒	Demoras	0	0	0		


Nº	DESCRIPCIÓN	ACTIVIDAD					T (min)	D(m)
1	Retirar la materia prima de depósito de comida	●	➔	■	▼	⌒	-	6,02
2	Mezclar la cantidad especifica de harina de avena y leche.	●	➔	■	▼	⌒	0,28	
3	Agregar la cantidad especifica de aceite.	●	➔	■	▼	⌒	0,2	
4	Mezclar P1 con el aceite.	●	➔	■	▼	⌒	0,10	
5	Agregar la cantidad especifica de huevo, y edulcorante	●	➔	■	▼	⌒	0,16	
6	Mezclar P3 con P4 hasta que tome consistencia.	●	➔	■	▼	⌒	0,19	
7	Vaciar la mezcla final sobre la crepera caliente.	●	➔	■	▼	⌒	0,25	
8	Dispersar la mezcla final en forma circular sobre la plancha de la crepera.	●	➔	■	▼	⌒	0,63	
9	Dejar que se doren los dos lados de la mezcla final.	●	➔	■	▼	⌒	0,8	
10	Agregar jamón ahumado y queso mozzarella	●	➔	■	▼	⌒	0,28	
11	Verificar la cocción específica del queso mozzarella.	●	➔	■	▼	⌒	0,21	
12	Agregar la cantidad especifica de rúcula y almendras.	●	➔	■	▼	⌒	0,57	
13	Darle forma triangular, o cuadriculada al crepe según sea la elección del cliente.	●	➔	■	▼	⌒	0,21	
14	Servir el producto en el empaque o en la vajilla, según la preferencia del cliente.	●	➔	■	▼	⌒	0,22	
TOTAL							4,1	6,02


ANEXO F.
FORMATO DE TIEMPOS


HELADO


FORMATO TOMA DE TIEMPOS															
Nombre de la operación	Agregar yogur Natural, mora, agraz y fresa.					Hora de inicio					9:00:00 am				
Nombre operario	Mónica Coy					Hora de terminación					9:06:12 am				
Nombre del analista	Laura Sofía Mateus					Fecha					14/04/2018				
Número de ciclos	15														
Operación	Ciclos														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Suma tiempo real	Factor actua...	Suma t. normal	·# de ciclos	T Normal (min)
Agregar yogur Natural, mora, agraz y fresa	0,40	0,41	0,42	0,41	0,42	0,42	0,40	0,40	0,42	0,41	6,12	1	6,12	15	0,40
	0,39	0,41	0,40	0,39	0,42										
Observaciones											Suplementos		3%		
											Tiempo estándar		0,44		


FORMATO TOMA DE TIEMPOS															
Nombre de la operación	Vaciar P1					Hora de inicio					9:10:00 am				
Nombre operario	Mónica Coy					Hora de terminación					9:12:09 am				
Nombre del analista	Laura Sofía Mateus					Fecha					14/04/2018				
Número de ciclos	15														
Operación	Ciclos														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Suma tiempo real	Factor actua...	Suma t. normal	·# de ciclos	T Normal (min)
Vaciar P1	0,19	0,17	0,19	0,17	0,19	0,18	0,19	0,19	0,18	0,17	2,9	1	2,9	15	0,19
	0,18	0,17	0,17	0,18	0,19										
Observaciones											Suplementos		3%		
											Tiempo estándar		0,22		


FORMATO TOMA DE TIEMPOS															
Nombre de la operación	Mezclar P1					Hora de inicio					9:15:00 am				
Nombre operario	Mónica Coy					Hora de terminación					9:20:47 am				
Nombre del analista	Laura Sofía Mateus					Fecha					14/04/2018				
Número de ciclos	15														
Operación	Ciclos														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Suma tiempo real	Factor actua...	Suma t. normal	·# de ciclos	T Normal (min)
Mezclar P1	0,35	0,36	0,38	0,37	0,37	0,36	0,35	0,35	0,37	0,38	5,47	1	5,47	15	0,36
	0,37	0,37	0,36	0,35	0,38										
Observaciones											Suplementos	3%			
											Tiempo estándar	0,39			

FORMATO TOMA DE TIEMPOS															
Nombre de la operación	Agregar arequipe					Hora de inicio					9:25:00 am				
Nombre operario	Mónica Coy					Hora de terminación					9:27:69 am				
Nombre del analista	Laura Sofía Mateus					Fecha					14/04/2018				
Número de ciclos	15														
Operación	Ciclos														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Suma tiempo real	Factor actua...	Suma t. normal	·# de ciclos	T Normal (min)
Agregar arequipe	0,19	0,18	0,19	0,17	0,17	0,17	0,18	0,19	0,18	0,19	2,69	1	2,69	15	0,18
	0,17	0,17	0,17	0,18	0,19										
Observaciones											Suplementos	3%			
											Tiempo estándar	0,20			


FORMATO TOMA DE TIEMPOS																
Nombre de la operación	Mezclar MF					Hora de inicio					9:30:00 am					
Nombre operario	Mónica Coy					Hora de terminación					9:32:36 am					
Nombre del analista	Laura Sofía Mateus					Fecha					14/04/2018					
Número de ciclos	15															
Operación	Ciclos										Suma tiempo real	Factor actua...	Suma t. normal	.# de ciclos	T Normal (min)	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10						
Mezclar MF	0,15	0,16	0,15	0,15	0,17	0,16	0,15	0,15	0,16	0,16	2,36	1	2,36	15	0,16	
	0,16	0,16	0,15	0,16	0,17											
Observaciones											Suplementos		3%			
											Tiempo estándar		0,19			


FORMATO TOMA DE TIEMPOS																
Nombre de la operación	Dispersar MF					Hora de inicio					9:35:00 am					
Nombre operario	Mónica Coy					Hora de terminación					9:43:97 am					
Nombre del analista	Laura Sofía Mateus					Fecha					14/04/2018					
Número de ciclos	15															
Operación	Ciclos										Suma tiempo real	Factor actuación	Suma t. normal	.# de ciclos	T Normal (min)	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10						
Dispersar MF	0,55	0,60	0,62	0,58	0,62	0,54	0,55	0,60	0,62	0,63	8,97	1	8,97	15	0,60	
	0,62	0,61	0,63	0,58	0,62											
Observaciones											Suplementos		3%			
											Tiempo estándar		0,63			


FORMATO TOMA DE TIEMPOS																
Nombre de la operación	Hacer rollos					Hora de inicio					9:45:00 am					
Nombre operario	Mónica Coy					Hora de terminación					9:56:35 am					
Nombre del analista	Laura Sofía Mateus					Fecha					14/04/2018					
Número de ciclos	15															
Operación	Ciclos										Suma tiempo real	Factor actuación	Suma t. normal	.# de ciclos	T Normal (min)	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10						
Hacer rollos	0,70	0,72	0,71	0,72	0,72	0,70	0,71	0,71	0,72	0,70	11,35	1	11,35	15	0,76	
	0,70	0,70	0,72	0,72	0,70											
Observaciones											Suplementos		3%			
											Tiempo estándar		0,78			


FORMATO TOMA DE TIEMPOS																
Nombre de la operación	Servir.					Hora de inicio					10:00:00 am					
Nombre operario	Oscar Fonseca					Hora de terminación					10:02:09 am					
Nombre del analista	Laura Sofía Mateus					Fecha					13/04/2018					
Número de ciclos	15															
Operación	Ciclos										Suma tiempo real	Factor actuación	Suma t. normal	.# de ciclos	T Normal (min)	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10						
Servir.	0,18	0,21	0,19	0,17	0,19	0,21	0,20	0,21	0,19	0,19	2,9	1	2,9	15	0,19	
	0,18	0,20	0,20	0,21	0,17											
Observaciones											Suplementos		3%			
											Tiempo estándar		0,22			


CREPE (DULCECITO)


FORMATO TOMA DE TIEMPOS																	
Nombre de la operación	Tiempo de masa					Hora de inicio					2:00:00 pm						
Nombre operario	Oscar Fonseca					Hora de terminación					2:13:06 pm						
Nombre del analista	Laura Sofía Mateus					Fecha					13/04/2018						
Número de ciclos	15																
Operación	Ciclos										Suma tiempo real	Factor actual ...	Suma t. normal	# de ciclos	T Normal (min)		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10							
Tiempo de masa	0,91	0,90	0,91	0,91	0,90	0,92	0,91	0,91	0,90	0,93	13,6	1	13,6	15	0,90		
	0,93	0,93	0,92	0,90	0,91												
Observaciones											Suplementos	3%					
											Tiempo estándar	0,93					


FORMATO TOMA DE TIEMPOS																	
Nombre de la operación	Vaciar MF					Hora de inicio					2:15:00 pm						
Nombre operario	Oscar Fonseca					Hora de terminación					2:18:07 pm						
Nombre del analista	Laura Sofía Mateus					Fecha					13/04/2018						
Número de ciclos	15																
Operación	Ciclos										Suma tiempo real	Factor actual ...	Suma t. normal	# de ciclos	T Normal (min)		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10							
Vaciar MF	0,20	0,19	0,22	0,18	0,21	0,22	0,23	0,21	0,20	0,18	3,07	1	3,07	15	0,20		
	0,19	0,20	0,22	0,21	0,21												
Observaciones											Suplementos	3%					
											Tiempo estándar	0,25					


FORMATO TOMA DE TIEMPOS																
Nombre de la operación	Dispersar MF					Hora de inicio					2:20:00 pm					
Nombre operario	Oscar Fonseca					Hora de terminación					2:28:97 pm					
Nombre del analista	Laura Sofía Mateus					Fecha					13/04/2018					
Número de ciclos	15															
Operación	Ciclos										Suma tiempo real	Factor actuación	Suma t. normal	# de ciclos	T Normal (min)	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10						
Dispersar MF	0,55	0,60	0,62	0,58	0,62	0,54	0,55	0,60	0,62	0,63	8,97	1	8,97	15	0,60	
	0,62	0,61	0,63	0,58	0,62											
Observaciones											Suplementos	3%				
											Tiempo estándar	0,63				


FORMATO TOMA DE TIEMPOS																
Nombre de la operación	Cocción					Hora de inicio					2:30:00 pm					
Nombre operario	Oscar Fonseca					Hora de terminación					2:41:55 pm					
Nombre del analista	Laura Sofía Mateus					Fecha					13/04/2018					
Número de ciclos	15															
Operación	Ciclos										Suma tiempo real	Factor actuación	Suma t. normal	# de ciclos	T Normal (min)	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10						
Cocción	0,76	0,78	0,76	0,80	0,76	0,75	0,74	0,75	0,79	0,78	11,55	1	11,55	15	0,77	
	0,78	0,76	0,79	0,77	0,78											
Observaciones											Suplementos	3%				
											Tiempo estándar	0,8				

FORMATO TOMA DE TIEMPOS																	
Nombre de la operación	Agregar crema de avellana.					Hora de inicio					2:43:00 pm						
Nombre operario	Oscar Fonseca					Hora de terminación					2:46:23 pm						
Nombre del analista	Laura Sofía Mateus					Fecha					13/04/2018						
Número de ciclos	15																
Operación	Ciclos										Suma tiempo real	Factor actuación	Suma t. normal	# de ciclos	T Normal (min)		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10							
Agregar crema de avellana.	0,20	0,22	0,20	0,23	0,21	0,20	0,22	0,21	0,20	0,22	3,23	1	3,23	15	0,21		
	0,21	0,22	0,22	0,23	0,24												
Observaciones											Suplementos		3%				
											Tiempo estándar		0,24				


FORMATO TOMA DE TIEMPOS																	
Nombre de la operación	Inspección.					Hora de inicio					2:47:00 pm						
Nombre operario	Oscar Fonseca					Hora de terminación					2:49:76 pm						
Nombre del analista	Laura Sofía Mateus					Fecha					13/04/2018						
Número de ciclos	15																
Operación	Ciclos										Suma tiempo real	Factor actuación	Suma t. normal	# de ciclos	T Normal (min)		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10							
Inspección	0,17	0,19	0,20	0,17	0,18	0,20	0,19	0,17	0,20	0,19	2,76	1	2,76	15	0,18		
	0,17	0,18	0,20	0,18	0,17												
Observaciones											Suplementos		3%				
											Tiempo estándar		0,21				


FORMATO TOMA DE TIEMPOS																
Nombre de la operación	Agregar Mora, Agrad y fresa.					Hora de inicio					2:50:00 pm					
Nombre operario	Oscar Fonseca					Hora de terminación					2:58:43 pm					
Nombre del analista	Laura Sofía Mateus					Fecha					13/04/2018					
Número de ciclos	15															
Operación	Ciclos															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Suma tiempo real	Factor actuación	Suma t. normal	# de ciclos	T Normal (min)	
Agregar Mora, Agrad y fresa	0,55	0,57	0,56	0,55	0,56	0,58	0,56	0,56	0,55	0,58	8,43	1	8,43	15	0,56	
	0,55	0,57	0,56	0,55	0,58											
Observaciones											Suplementos		3%			
											Tiempo estándar		0,59			


FORMATO TOMA DE TIEMPOS																
Nombre de la operación	Doblar.					Hora de inicio					3:00:00 pm					
Nombre operario	Oscar Fonseca					Hora de terminación					3:02:67 pm					
Nombre del analista	Laura Sofía Mateus					Fecha					13/04/2018					
Número de ciclos	15															
Operación	Ciclos															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Suma tiempo real	Factor actuación	Suma t. normal	# de ciclos	T Normal (min)	
Doblar.	0,15	0,20	0,18	0,18	0,19	0,17	0,19	0,20	0,17	0,15	2,67	1	2,67	15	0,18	
	0,15	0,18	0,18	0,19	0,19											
Observaciones											Suplementos		3%			
											Tiempo estándar		0,21			


FORMATO TOMA DE TIEMPOS																
Nombre de la operación	Servir.				Hora de inicio					3:05:00 pm						
Nombre operario	Oscar Fonseca				Hora de terminación					3:07:09pm						
Nombre del analista	Laura Sofía Mateus				Fecha					13/04/2018						
Número de ciclos	15															
Operación	Ciclos										Suma tiempo real	Factor actuación	Suma t. normal	.# de ciclos	T Normal (min)	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10						
Servir.	0,18	0,21	0,19	0,17	0,19	0,21	0,20	0,21	0,19	0,19	2,9	1	2,9	15	0,19	
	0,18	0,20	0,20	0,21	0,17											
Observaciones											Suplementos		3%			
											Tiempo estándar		0,22			


CREPE CRIOLLITO (SALADITO)


FORMATO TOMA DE TIEMPOS																
Nombre de la operación	Tiempo de masa				Hora de inicio					3:15:00 pm						
Nombre operario	Oscar Fonseca				Hora de terminación					2:28:06 pm						
Nombre del analista	Laura Sofía Mateus				Fecha					13/04/2018						
Número de ciclos	15															
Operación	Ciclos										Suma tiempo real	Factor actua...	Suma t. normal	.# de ciclos	T Normal (min)	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10						
Tiempo de masa	0,91	0,90	0,91	0,91	0,90	0,92	0,91	0,91	0,90	0,93	13,6	1	13,6	15	0,90	
	0,93	0,93	0,92	0,90	0,91											
Observaciones											Suplementos		3%			
											Tiempo estándar		0,93			


FORMATO TOMA DE TIEMPOS																
Nombre de la operación	Vaciar MF					Hora de inicio					3:30:00 pm					
Nombre operario	Oscar Fonseca					Hora de terminación					3:33:07 pm					
Nombre del analista	Laura Sofía Mateus					Fecha					13/04/2018					
Número de ciclos	15															
Operación	Ciclos										Suma tiempo real	Factor actua...	Suma t. normal	.# de ciclos	T Normal (min)	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10						
Vaciar MF	0,20	0,19	0,22	0,18	0,21	0,22	0,23	0,21	0,20	0,18	3,07	1	3,07	15	0,20	
	0,19	0,20	0,22	0,21	0,21											
Observaciones											Suplementos		3%			
											Tiempo estándar		0,25			


FORMATO TOMA DE TIEMPOS																
Nombre de la operación	Dispersar MF					Hora de inicio					3:35:00 pm					
Nombre operario	Oscar Fonseca					Hora de terminación					3:43:97pm					
Nombre del analista	Laura Sofía Mateus					Fecha					13/04/2018					
Número de ciclos	15															
Operación	Ciclos										Suma tiempo real	Factor actuación	Suma t. normal	.# de ciclos	T Normal (min)	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10						
Dispersar MF	0,55	0,60	0,62	0,58	0,62	0,54	0,55	0,60	0,62	0,63	8,97	1	8,97	15	0,60	
	0,62	0,61	0,63	0,58	0,62											
Observaciones											Suplementos		3%			
											Tiempo estándar		0,63			


FORMATO TOMA DE TIEMPOS															
Nombre de la operación	Cocción				Hora de inicio				3:45:00 pm						
Nombre operario	Oscar Fonseca				Hora de terminación				3:56:55 pm						
Nombre del analista	Laura Sofía Mateus				Fecha				13/04/2018						
Número de ciclos	15														
Operación	Ciclos										Suma tiempo real	Factor actuación	Suma t. normal	# de ciclos	T Normal (min)
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10					
Cocción	0,76	0,78	0,76	0,80	0,76	0,75	0,74	0,75	0,79	0,78	11,55	1	11,55	15	0,77
	0,78	0,76	0,79	0,77	0,78										
Observaciones											Suplementos		3%		
											Tiempo estándar		0,8		

FORMATO TOMA DE TIEMPOS															
Nombre de la operación	Agregar huevo y queso mozzarella.				Hora de inicio				4:00:00 pm						
Nombre operario	Oscar Fonseca				Hora de terminación				4:03:79 pm						
Nombre del analista	Laura Sofía Mateus				Fecha				13/04/2018						
Número de ciclos	15														
Operación	Ciclos										Suma tiempo real	Factor actuación	Suma t. normal	# de ciclos	T Normal (min)
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10					
Agregar huevo y queso mozzarella.	0,25	0,26	0,25	0,24	0,27	0,24	0,25	0,26	0,26	0,27	3,79	1	3,79	15	0,25
	0,26	0,24	0,24	0,25	0,25										
Observaciones											Suplementos		3%		
											Tiempo estándar		0,28		

FORMATO TOMA DE TIEMPOS																
Nombre de la operación	Inspección.					Hora de inicio					4:05:00 pm					
Nombre operario	Oscar Fonseca					Hora de terminación					4:07:76 pm					
Nombre del analista	Laura Sofia Mateus					Fecha					13/04/2018					
Número de ciclos	15															
Operación	Ciclos										Suma tiempo real	Factor actuación	Suma t. normal	# de ciclos	T Normal (min)	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10						
Inspección	0,17	0,19	0,20	0,17	0,18	0,20	0,19	0,17	0,20	0,19	2,76	1	2,76	15	0,18	
	0,17	0,18	0,20	0,18	0,17											
Observaciones											Suplementos		3%			
											Tiempo estándar		0,21			

FORMATO TOMA DE TIEMPOS																
Nombre de la operación	Agregar tomate seco, albahaca.					Hora de inicio					4:10:00 pm					
Nombre operario	Oscar Fonseca					Hora de terminación					4:15:74 pm					
Nombre del analista	Laura Sofía Mateus					Fecha					13/04/2018					
Número de ciclos	15															
Operación	Ciclos										Suma tiempo real	Factor actuación	Suma t. normal	# de ciclos	T Normal (min)	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10						
Agregar tomate seco y albahaca	0,50	0,51	0,52	0,52	0,51	0,51	0,53	0,50	0,51	0,50	8,18	1	8,18	15	0,54	
	0,50	0,52	0,52	0,50	0,51											
Observaciones											Suplementos		3%			
											Tiempo estándar		0,57			

FORMATO TOMA DE TIEMPOS																	
Nombre de la operación	Doblar.				Hora de inicio						4:17:00 pm						
Nombre operario	Oscar Fonseca				Hora de terminación						4:19:67 pm						
Nombre del analista	Laura Sofía Mateus				Fecha						13/04/2018						
Número de ciclos	15																
Operación	Ciclos										Suma tiempo real	Factor actuación	Suma t. normal	.# de ciclos	T Normal (min)		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10							
Doblar.	0,15	0,20	0,18	0,18	0,19	0,17	0,19	0,20	0,17	0,15	2,67	1	2,67	15	0,18		
	0,15	0,18	0,18	0,19	0,19												
Observaciones											Suplementos		3%				
											Tiempo estándar		0,21				

FORMATO TOMA DE TIEMPOS																	
Nombre de la operación	Servir.				Hora de inicio						4:20:00 pm						
Nombre operario	Oscar Fonseca				Hora de terminación						4:22:09pm						
Nombre del analista	Laura Sofía Mateus				Fecha						13/04/2018						
Número de ciclos	15																
Operación	Ciclos										Suma tiempo real	Factor actuación	Suma t. normal	.# de ciclos	T Normal (min)		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10							
Servir.	0,18	0,21	0,19	0,17	0,19	0,21	0,20	0,21	0,19	0,19	2,9	1	2,9	15	0,19		
	0,18	0,20	0,20	0,21	0,17												
Observaciones											Suplementos		3%				
											Tiempo estándar		0,22				

ANEXO G.
COTIZACIÓN CONSTRUCCIÓN



INTEROCEANIC CONSTRUCTION AND
BUILDING DESIGN GROUP S.A.S
Av. Circunvalar # 10-256
gerencia@icbdgroup.com.co
Celular: 300266013
3132005325

Bogotá, 07 de Mayo de 2018

PROYECTO ICBD-020-2018

Señora:
Laura Sofía Mateus

Ref. Construcción Restaurante Capresa S.A.S

Cordial saludo,

En búsqueda de brindarle solución al proyecto en referencia, la presente corresponde a nuestra mejor propuesta para mano de obra y materiales (entrega llave en mano) – Construcción Restaurante Capresa S.A.S, teniendo en consideración las cantidades suministradas por el Cliente.

RESUMEN PRESUPUESTO					
ITEMS	ESPECIALIDAD	UND	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR
U	CONSTRUCCION LLAVE EN MANO RESTAURANTE CAPRESA	M2	100	\$ 620.787,52	\$ 62.078.752,00
COSTO DIRECTO					\$ 62.078.752,00
SUBTOTAL					\$ 62.078.752,00
A (5%)					\$ 3.103.937,60
I (5%)					\$ 1.862.362,56
U (4%)					\$ 2.483.150,08
IVA (9%)					\$ 471.798,52
TOTAL					\$ 70.000.000,76

1. **SISTEMA DE CONTRATACIÓN**

- Contrato de Construcción, aceptado mediante firma de acta de inicio.

2. **FORMA DE PAGO**

- Pagos parciales cada 15 días.

3. **TIEMPO DE EJECUCION**

- Ciento veinte (20) días.



INTEROCEANIC CONSTRUCTION AND
BUILDING DESIGN GROUP S.A.S.
Av. Cesarvalar # 19-258
gerencia@icbdgroup.com.co
Celular: 300766013
313496375

4. VALIDEZ DE LA OFERTA

- Treinta (30) días calendario

De acuerdo con la información suministrada según análisis, INTEROCEANIC CONSTRUCTION AND BUILDING DESIGN GROUP S.A.S. concluye con su proceso de cotización, cualquier elemento o proceso adicional entrará en consideración de ingeniería y costos y podrá tener un valor adicional al establecido en la propuesta económica.

Nota: La empresa cumple con todos los lineamientos de HSEQ establecidos por INTEROCEANIC CONSTRUCTION AND BUILDING DESIGN GROUP S.A.S, que son los necesarios para garantizar la Salud, Seguridad y Medio Ambiente para la ejecución del proyecto

FABIO ANDRES LOPEZ JARAMA
Gerente Comercial
Interoceanic Construction and Building Design Group S.A.S
ICBD GROUP S.A.S

ANEXO H.

COTIZACIONES MAQUINARIA Y EQUIPO, MUEBLES Y ENSERES, Y
UTENSILIOS DE COCINA


MAQUINARIA Y EQUIPO

mercado libre Buscar productos, marcas y más... Tus compras están protegidas

Categorías ▾ Ofertas de la semana Tiendas oficiales Tu historial Tus compras Vender Crea tu cuenta Ingresar Ayuda / PQR

También puede interesarte: laminadora - guillotina - estibas plasticas - casco de seguridad - tostadora cafe

[Volver al listado](#) [Industrias y Oficinas](#) > [Industria Gastronómica](#) > [Máquinas de Gastronomía](#) Compartir Vender uno igual



Nuevo - 1 vendido

Maquina Para Crepes Industrial Joserrago A Gas

\$1.329.000

36 cuotas de \$ 36.917

VISA **MasterCard** **Amex**

Más información

Entrega a acordar con el vendedor
Usme, Bogotá D.C.
[Consultar costos](#)

¡Último disponible!

Comprar

Compra Protegida. recibe el producto que esperabas o te devolvemos tu dinero.


Sumas 864 Mercado Puntos.

mercado libre Buscar productos, marcas y más... Tus compras están protegidas

Categorías ▾ Ofertas de la semana Tiendas oficiales Tu historial Tus compras Vender Crea tu cuenta Ingresar Ayuda / PQR

También puede interesarte: laminadora - plotter de corte - estibas plasticas - resina gemelos - despuladora frutas

[Volver al listado](#) [Industrias y Oficinas](#) > [Industria Gastronómica](#) > [Máquinas de Gastronomía](#) Compartir Vender uno igual (gratis)



Usado

Plancha Industrial Asadora Y Gratinadora

\$1.000.000

36 cuotas de \$ 27.778

VISA **MasterCard** **Amex**

Más información

Entrega a acordar con el vendedor
Usaquén, Bogotá D.C.
[Consultar costos](#)

¡Único disponible!

Comprar

Compra Protegida. recibe el producto que esperabas o te devolvemos tu dinero.


mercado libre

Tus compras están protegidas

Categorías [Ofertas de la semana](#) [Tiendas oficiales](#) [Tu historial](#) [Tus compras](#) [Vender](#) [Crea tu cuenta](#) [Ingresa](#) [Ayuda / PQR](#)

También puede interesarte: [estibas plasticas](#) - [lapicero](#) - [extintor](#) - [vendo maquina para coser calzado](#) - [maquinas estampadoras](#)

[Volver al listado](#) | [Industrias y Oficinas](#) > [Industria Gastronómica](#) > [Otros](#) [Compartir](#) | [Vender uno igual](#)



Nuevo - 34 vendidos

Promoción!! Mesones En Acero

\$ 280.000

36 cuotas de \$ 7.778

[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor
Bogotá, Bogotá D.C.
[Consultar costos](#)

Cantidad: [Comprar](#)

Compra Protegida. recibe el producto que esperabas o te devolvemos tu dinero.

Sumas 140 Mercado Puntos.

mercado libre

Tus compras están protegidas

Categorías [Ofertas de la semana](#) [Tiendas oficiales](#) [Tu historial](#) [Tus compras](#) [Vender](#) [Crea tu cuenta](#) [Ingresa](#) [Ayuda / PQR](#)

También puede interesarte: [electrodomesticos](#) - [fuente de chocolate](#) - [freidora sin aceite](#) - [maquina de algodón azucar](#) - [hamilton beach](#)

[Volver al listado](#) | [Electrodomésticos](#) > [Extractores y Campanas](#) > [Extractores](#) [Compartir](#) | [Vender uno igual](#)



Nuevo - 11 vendidos

Extractor De Olores Industrial 12 Pulgadas 110v Restaurante

\$ 217.000

36 cuotas de \$ 6.028

[Más información](#)

Envío gratis a nivel nacional
Conoce los tiempos y las formas de envío.
[Calcular cuándo llega](#)

Cantidad: [Comprar](#)

Compra Protegida. recibe el producto que esperabas o te devolvemos tu dinero.

Sumas 108 Mercado Puntos.

Campana De Empotrar ABBACR E03-60



Marca ABBA | [Más Campanas Extractoras de ABBA](#) · ★★★★★(0) · Sin reseñas | [Escribe tu Reseña](#)



- Dos ductos decorativos en acero inoxidable con altura ajustable (soportes incluidos).
- Filtro desmontable en aluminio para atrapar la grasa.
- Motor de 3 velocidades de operación, con controles frontales independientes.
- Acero Inoxidable.
- Vidrio plano de seguridad.
- Fácil acceso al interior de la campana para mantenimiento y limpieza.
- Dos bombillas LED de 1,5W.
- Interruptor independiente para la luz.
- Caudal de aspiración: 400 m3/h.
- Funciona a: 120 V/60 Hz.

[Más información](#)

~~\$637.000~~

\$574.110

Pagando con Tarjeta Linia

\$500.000

AÑADIR AL CARRITO



Podrás cancelar antes que tu pedido sea enviado

Enviado y Vendido por:

[INDUSTRIA DE ELECTRODOMESTICOS](#)

Refrigerador Whirpool 25.2 pies Acero Inoxidable Puerta Francesa 3 puertas WRF535SMBM



Whirpool 25.2 pies 3 puertas Refrigerador
Acero Inoxidable Puerta Francesa
WRF535SMBM

\$5.400.000


mercado libre

Tus compras están protegidas

Categorías [Ofertas de la semana](#) [Tiendas oficiales](#) [Tu historial](#) [Tus compras](#) [Vender](#) [Crea tu cuenta](#) [Ingresar](#) [Ayuda / PQR](#)

También puede interesarte: laminadora - gillotina - troqueladoras usadas - plc siemens - canastillas plasticas de segunda

[Volver al listado](#) [Industrias y Oficinas](#) [Industria Gastronómica](#) [Máquinas de Gastronomía](#) [Compartir](#) [Vender uno igual](#)



Nuevo

Maquina Helado Frito, Tailandes

\$5.300.000

36 cuotas de \$ 152.778

VISA

[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor
Piedecuesta, Santander
[Consultar costos](#)

(Único disponible)

[Comprar](#)

Compra Protegida, recibe el producto que esperabas o te devolvemos tu dinero.

Sumas 2.750 Mercado Puntos.

MUEBLES Y ENSERES


mercado libre

Tus compras están protegidas

Categorías [Ofertas de la semana](#) [Tiendas oficiales](#) [Tu historial](#) [Tus compras](#) [Vender](#) [Crea tu cuenta](#) [Ingresar](#) [Ayuda / PQR](#)

También puede interesarte: lapicero - canastillas plasticas - selladora vasos - estiba medera - gillotina de papel

[Volver al listado](#) [Industrias y Oficinas](#) [Equipamiento para Oficinas](#) [Máquinas Registradoras](#) [Compartir](#) [Vender uno igual](#)



Nuevo - 531 vendidos

Caja Registradora Casio Alfanumerica Termica Pcr T280

★★★★★ 19 opiniones

~~\$575.000~~

\$430.000 22% OFF

36 cuotas de \$ 12.356

VISA

[Más información](#)

Envío gratis a nivel nacional
Conoce los tiempos y las formas de envío.
[Calcular cuándo llega](#)

Cantidad:


1 [Comprar](#)

Compra Protegida, recibe el producto que esperabas o te devolvemos tu dinero.

Sumas 222 Mercado Puntos.

También puede interesarte: [ssd](#) - [tarjeta grafica](#) - [computadores](#) - [usb](#) - [canaima](#)

Volver al listado | [Computación](#) > [Portátiles](#) > [Lenovo](#) > [Intel Core i5](#) > [14 pulgadas](#) [Compartir](#) | [Vender uno igual](#)






Nuevo

Computador Portátil Lenovo Ideapad 320-14ikb Core i5

\$1.729.000

36 cuotas de \$ 62.267


[Más información](#)


Entrega a acordar con el vendedor
Medellin, Antioquia



[Consultar costos](#)

Cantidad:

1

 [Compra Protegida](#), recibe el producto que esperabas o te devolvemos tu dinero.


 Sumas 1120 Mercado Puntos.

  Tus compras están protegidas

Categorías ▾ [Ofertas de la semana](#) [Tiendas oficiales](#) [Tu historial](#) [Tus compras](#) [Vender](#) [Cree tu cuenta](#) [Ingresar](#) [Ayuda / PO](#)

También puede interesarte: [bose](#) - [parlante](#) - [beats](#) - [samsung](#) - [teatros usados](#)

Volver al listado | [Electrónica, Audio y Video](#) > [Accesorios Audio y Video](#) > [Parlantes](#) [Compartir](#) | [Vender uno igual](#)






Nuevo

R191 Audio Acústico En Techo / Altavoz De Pared 5 Set 2

\$460.000

36 cuotas de \$ 12.942


[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor
Bogotá, Bogotá D.C.

[Ver costos de envío](#)


Cantidad:

1



 [Compra Protegida](#), recibe el producto que esperabas o te devolvemos tu dinero.

mercado libre Tus compras están protegidas

Categorías [Ofertas de la semana](#) [Tiendas oficiales](#) [Tu historial](#) [Tus compras](#) [Vender](#) [Crea tu cuenta](#) [Ingresar](#) [Ayuda / PQR](#)



Volver al listado [Compartir](#) [Vender uno igual](#)

288 vendidos

Microcomponente Sony Hi-fi Con Bluetooth- Cmt-sbt20

★★★★★ 15 opiniones

6.499.000

\$459.000 45% OFF

36 cuotas de \$ 6.942

VISA

[Más información](#)

Envío gratis a nivel nacional
 Conoce los tiempos y las formas de envío.
[Calcular cuando llega](#)

Cantidad: [Comprar](#)

Compra Protegida: recibe el producto que esperabas o te devolvemos tu dinero.

Sumas 124 Mercado Puntos.

Más publicaciones de Sony




Celular Samsung Galaxy J2 Prime Lte 4g Dorado Sm-G532mzddcoo

12314

Es el primer smartphone de Samsung en incorporar Smart Glow, un anillo de luz alrededor del lente de cámara trasera que funciona como LED de notificaciones, pero expande las notificaciones a otras funcionalidades como identificar llamadas entrantes por contacto, avisar sobre el estado de la batería, y demás. En cuanto a especificaciones, se trata de un smartphone Android con una pantalla Super AMOLED HD de 5 pulgadas, procesador quad-core a 1.5GHz, 1.5GB de RAM, 8GB de almacenamiento interno expandible, cámaras de 8 y 5 megapixels, batería de 2600 mAh y Android 6.0 Marshmallow.

[ver más información](#)

~~\$449.000~~

\$327.000

[Comprar](#)


mercado libre

Tus compras están protegidas

Categorías - Ofertas de la semana - Tiendas oficiales - Tu historial - Tus compras - Vender - Crear tu cuenta - Ingresar - Ayuda / PO

También puede interesarte: muebles usados - muebles bibliotecas - sala comedor - alfombras sala - repisa flotante

Volver al listado | [Compartir](#) | [Vender uno igual](#)



Nuevo - 2 vendidos

Juego Silla Diseño Eva Sin Brazo Con Mesa En Formica Bar Re

\$239.000

36 cuotas de \$ 6.667

VISA

Más información

Envío gratis a nivel nacional
 Conoce los tiempos y las formas de envío.
[Calcular cuándo llega](#)

Cantidad:

1

Compra Protegida, recibe el producto que esperabas o te devolvemos tu dinero.

Sumas 120 Mercado Puntos.


mercado libre

Tus compras están protegidas

Categorías - Ofertas de la semana - Tiendas oficiales - Tu historial - Tus compras - Vender - Crear tu cuenta - Ingresar - Ayuda / PO

También puede interesarte: muebles usados - muebles bibliotecas - sala comedor - alfombras sala - repisa flotante

Volver al listado | [Compartir](#) | [Vender uno igual](#)



Nuevo - 2 vendidos

Juego Silla Diseño Eva Sin Brazo Con Mesa En Formica Bar Re

\$340.000

36 cuotas de \$ 6.667

VISA

Más información

Envío gratis a nivel nacional
 Conoce los tiempos y las formas de envío.
[Calcular cuándo llega](#)

Cantidad:

1

Compra Protegida, recibe el producto que esperabas o te devolvemos tu dinero.

Sumas 120 Mercado Puntos.

Silla para Bar Andrew 100x50x45 cm Negro

SKUJ 310102 | Compartir

47 Unidades disponibles



Precio corresponde a la ubicación de CUNDINAMARCA. El precio puede cambiar al modificar la zona de envío o retiro.

AGN MÁS BAJO

\$40.000

Acumula: 199 CMR Puntos

Características del producto

Cantidad

1

Agregar al carro

Agregar a mi lista

Calcula el valor de tu cuota CMR

N° de cuotas

Valor de la cuota

1

\$ 100.000

MÉTODOS DE ENVÍO Y RETIRO

Envío a domicilio

Ver opciones

Retira tu compra en tienda

Ver opciones

Ver disponibilidad

No disponible




mercado libre Buscar productos, marcas y más... Tus compras están protegidas

Categorías Ofertas de la semana Tiendas oficiales Tu historial Tus compras Vender Crear tu cuenta Ingresar Ayuda

También puede interesarte: muebles usados - mesa - tocador - mesa rímel - repisa flotante

Volver al listado Hogar y Muebles Cocina Utensilios de Cocina



Nuevo - 1 vendido

Caneca Tipo Huevo Pequeña En Acero Inoxidable 5503-2

\$25.000

36 cuotas de \$ 1.528

VISA Más información

Envío a nivel nacional Conoce los tiempos y las formas de envío. Calcular costos

Última disponible

Comprar

Compra Protegida, recibe el producto que esperabas o te devolvemos tu dinero.

Sumas 27 Mercado Puntos.

Tarrina eco blanca para helado, 75ml (1000 uds.)



\$250.000

Preços sin IVA legal y sin gastos de envío

• Envío inmediato!

1 x 1000 uds.

[Añadir a la cesta de compra](#)

★ valorar

Nº de artículo	DFC06920
EAN:	4260392212078
Capacidad de volumen (ml):	75
Capacidad de volumen (oz):	3
Lleno hasta arriba (ml):	125
Alto de artículo (mm):	45
Diámetro en la parte superior (mm):	75
Diámetro en la parte inferior (mm):	60



Cuchara Plastico Trasparente de Ligth - Gama Sudl - Diseño Trasparente - 1000 Unidades

Comparar

CÓDIGO: 03E13000114TR



\$125.000

100% reciclables

Cantidad

1

[Comprar](#)



Porta crepes de cartón cerrado Caja 500 uds

Disponibilidad: [CONSULTAR EXISTENCIAS](#)

\$180.000

Porta Crep cerrado para Takeaway

Si usted va a preparar crepes para llevar necesitará un soporte o porta crep piadima cerrado en forma de bolsillo, que permitirá a sus clientes disfrutar de ellos mientras caminan sin goteo y suciedad.

Medidas: 13 x 18,5 cm

[Añadir a la lista de comparación](#)



Lifver Porcelana De 10 Pulgadas Que Sirve Platos

\$66.000

36 cuotas de \$ 4.466

VISA  

Más información

Entrega a acordar con la tienda
Bogotá, Bogotá D.C.
[Ver costos de envío](#)

Cantidad: 1

Compra Protegida, recibe el producto que esperabas o te devolvemos tu dinero.

Sumas 80 Mercado Puntos.

UTENSILIOS DE COCINA



1,5 Quart De Acero Inoxidable Mezcla De Bowl (pack De 4)

\$90.000

36 cuotas de \$ 2.383

VISA  

Más información

Entrega a acordar con la tienda
Bogotá, Bogotá D.C.
[Ver costos de envío](#)

Cantidad: 1

Compra Protegida, recibe el producto que esperabas o te devolvemos tu dinero.

Sumas 47 Mercado Puntos.



Set De Cuchillos De Color Profesional Top Chef De 6 Piezas

\$100.000

36 cuotas de \$ 4.358

VISA  


Más información

Entrega a acordar con el vendedor
Bogotá, Bogotá D.C.
[Ver costos de envío](#)

Cantidad: 1

Compra Protegida, recibe el producto que esperabas o te devolvemos tu dinero.

Volver al listado | Hogar y Muebles | Cocina | Utensilios de Cocina Compartir | Vender uno





Nuevo

Juego Combinado De Tazas Y Cucharas Medidoras De Acero Inoxi

\$100.000

36 cuotas de \$ 4.831

VISA  


Más información

Entrega a acordar con el vendedor
Bogotá, Bogotá D.C.
[Consultar costos](#)

Cantidad: Comprar

Compra Protegida, recibe el producto que esperabas o te devolvemos tu dinero.


Sumas 36 Mercado Puntos.

 Buscar productos, marcas y más... Tus compras están protegidas

Categorías | Ofertas de la semana | Tiendas oficiales | Tu historial | Tus compras | Vender | [Crea tu cuenta](#) | [Ingresar](#) | [Ayuda / POR](#)

También puede interesarte: muebles usados - biblioteca - alfombras - puertas madera - mueble

Volver al listado | Hogar y Muebles | Cocina | Repostería | Moldes Compartir | Vender uno igual





Nuevo - 2 vendidos

Batidor Manual De Acero Para Repostería

\$ 4.500

36 cuotas de \$ 125

VISA  

Más información

Envío a nivel nacional
Conoce los tiempos y las formas de envío.
[Calcular costos](#)

Cantidad: Comprar

Compra Protegida, recibe el producto que esperabas o te devolvemos tu dinero.

Sumas 2 Mercado Puntos.

Volver al listado | Hogar y Muebles | Cocina | Utensilios de Cocina Compartir | Vender uno igual



Nuevo

El Juego De Esparcidor De Crepe Y Espátula Original (espa...

\$99.000

36 cuotas de \$ 2.778

VISA  

Más información

Envío gratis a nivel nacional
Conoce los tiempos y las formas de envío.
[Calcular cuándo llega](#)

Cantidad: Comprar

Compra Protegida, recibe el producto que esperabas o te devolvemos tu dinero.

Sumas 48 Mercado Puntos.





Pasa el ratón por encima de la imagen para ampliarla

Avonstar - Tabla de cortar para encimera (acero inoxidable, borde redondeado, 300 x 400 mm, no incluye base de goma antideslizante)
 de Avonstar Classics Range
 ★★★★★ 1 opinión de cliente

Precio: **\$111.000**


En stock.

Vendido y enviado por Avonstar.

Nuevos: 1 desde EUR 37,00

- Stainless Steel Worktop Saver Chopping Round Edge (12 Inches Wide X 15.5 Inches Deep) (Includes Non Slip Rubber Feet) Expedited shipping now subsidised on all orders. Our Customers Have Asked Us for Faster Delivery so We've Teamed up with Fed-ex. Your Order Will Arrive Within 24-48 Hours of Dispatch. The Well Established USA Based Delivery Company)
- 12 inches Wide X 15.5 inches Deep
- Chrome

[Ver más detalles](#)



Nuevo

Dispensador De Salsas Restaurantes De Comida Rapida Original

\$10.000 c/u

36 cuotas de \$ 5.556

VISA

Más información

Envío gratis a nivel nacional
Conoce los tiempos y las formas de envío.
[Calcular cuándo llega](#)

Cantidad:

^
v

Comprar

Compra Protegida, recibe el producto que esperabas o te devolvemos tu dinero.
 Sumas 100 Mercado Puntos.

ANEXO I.
ELEMENTOS DE SEGURIDAD Y SEÑALES





Nuevo - 35 vendidos

Botiquin Portatil Primeros Auxilios Tipo A

★★★★★ 2 opiniones

\$32.800

36 cuotas de \$ 2.276

VISA  

[Más información](#)


 **Envío gratis a nivel nacional**
 Conoce los tiempos y las formas de envío.
[Calcular cuándo llega](#)

Cerocecos:

1 

Comprar

 **Compra Protegida**, recibe el producto que esperabas o te devolvemos tu dinero.

 Sumas 40 Mercado Puntos.



Extintor Multipropósito Abc X20lb

\$24.900

36 cuotas de \$ 1.850

VISA  

[Más información](#)

 **Envío a nivel nacional**
 Conoce los tiempos y las formas de envío.
[Calcular costos](#)

Único disponible!

Comprar

 **Compra Protegida**, recibe el producto que esperabas o te devolvemos tu dinero.

 Sumas 33 Mercado Puntos.



DOSEGURO

860035299-0

Bogotá 02 de abril 2018

Cotización señales de seguridad restaurante CAPRESA S.A.S:

Prohibición: 4 unidades

Prevención: 4 unidades

Obligaciones:6 unidades

Contra incendio: 3 unidades

Señal	Cantidad	Valor Unidad	Valor Total
Señal prohibición	4	\$4.000	\$16.000
Señal prevención	4	\$4.000	\$16.000
Señal obligaciones	6	\$4.000	\$24.000
Señales contra incendios	3	\$4.000	\$12.000
Total	22	\$20.000	\$68.000

Cordialmente:

Pedro María Cortes
Asesor comercial

ANEXO J.
COTIZACIONES OUTSORCING

Paipa 12 abril 2018

Maria Eugenia Fonseca

Servicios asus generales

Valor mensual: \$ 500.000

Maria Eugenia F.

Paipa, 12 de abril de 2018

REF. COTIZACIÓN HONORARIOS CONTADOR

Valor honorarios mensuales:


SETECIENTOS MIL PESOS M/CTE (\$700.000)


Atentamente:

DAJHANNA BOTIA P.
DAJHANNA BOTIA PERILLA
Contadora Pública
Cel 3157254798

ANEXO K.
MANUAL DE FUNCIONES

		MANUAL DE FUNCIONES
NOMBRE DEL RESTAURANTE:		CAPRESA
NOMBRE DEL CARGO:		CHEF
DEPENDENCIA:		GERENCIA
NÚMERO DE CARGOS:		UNO
REPORTAR A:		GERENTE
OBJETIVO PRINCIPAL DEL CARGO		
El objetivo principal del cargo es elaborar platos bajo descripción de la receta estandarizada, utilizando los insumos apropiados. Debe dirigir cada proceso de producción y asegurarse que cumpla con los estándares de calidad, y debe conocer el funcionamiento de todas las máquinas y equipos del restaurante.		
FUNCIONES DEL CARGO		
1	Vigilar y controlar las actividades de los auxiliares de cocina.	
2	Apropiar el área de trabajo a las normas de higiene necesarias.	
3	Elaborar platos que cumplan con los estándares de calidad ya establecidos	
4	Realizar inventario de las materias primas existentes.	
5	Planear, y prevenir desperdicio de insumos. .	
6	Garantizar satisfacción total del cliente con respecto al producto.	
7	Mantener su entorno laboral despejado y limpio.	
8	Delegar funciones, y tomar decisiones con respecto a imprevistos en el área de la producción de los productos	
9	Coordinar y elaborar planes de trabajo, que busque la efectividad en la entrega de cada producto.	
10.	Realizar inventario y control de materias primas.	
REQUISITOS		
EDUCACIÓN PARA EL CARGO:		Profesional o técnico en el área de gastronomía.
EXPERIENCIA PARA EL CARGO:		Experiencia en el sector gastronómico con experiencia de 2 años, en el área de repostería.
HABILIDADES:		Honestidad, responsabilidad, liderazgo, trabajo en equipo, actitud positiva, manejo de personal, y atención al cliente.
FORMACIÓN:		Certificación en manipulación de alimentos, conocimiento en repostería, certificación en servicio al cliente, certificación en buenas prácticas y conservación de alimentos.
ELABORÓ: Laura Sofía Mateus Mateus		REVISÓ Y APROBÓ: Laura Sofía Mateus Mateus

		MANUAL DE FUNCIONES
NOMBRE DEL RESTAURANTE:		CAPRESA
NOMBRE DEL CARGO:		CAJERO
DEPENDENCIA:		GERENCIA
NÚMERO DE CARGOS:		UNO
REPORTAR A:		GERENTE
OBJETIVO PRINCIPAL DEL CARGO		
El objetivo principal es generar facturas de los clientes cuando sean solicitadas, recibir los pagos y recibir quejas y reclamos.		
FUNCIONES DEL CARGO		
1	Generar factura en el mínimo tiempo posible que la solicite el cliente.	
2	Recibir y manejar efectivo de todas las ventas que se realizan.	
3	Realizar tareas que le solicite su jefe inmediato	
4	Hacer entrega diaria y cuadrada de las ventas..	
5	Recibir quejas y reclamos de los clientes. .	
6	Tomar decisiones con respecto a las quejas y reclamos, que busquen siempre la satisfacción del cliente.	
7	Mantener su entorno laboral despejado y limpio.	
REQUISITOS		
EDUCACIÓN PARA EL CARGO:		Auxiliar contable o administrativo.
EXPERIENCIA PARA EL CARGO:		Experiencia de 6 meses en el manejo y manipulación de dinero.
HABILIDADES:		Honestidad, responsabilidad, liderazgo, trabajo en equipo, actitud positiva, manejo de personal, y atención al cliente.
FORMACIÓN:		Manejo de tecnologías, office, y certificación al cliente.
ELABORÓ: Laura Sofía Mateus Mateus		REVISÓ Y APROBÓ: Laura Sofía Mateus Mateus

		MANUAL DE FUNCIONES
NOMBRE DEL RESTAURANTE:		CAPRESA
NOMBRE DEL CARGO:		MESERO
DEPENDENCIA:		GERENCIA
NÚMERO DE CARGOS:		UNO
REPORTAR A:		GERENTE
OBJETIVO PRINCIPAL DEL CARGO		
El objetivo principal es atender a los clientes desde que hacen su ingreso en el restaurante, con disposición completa a solicitudes e inquietudes, debe mantener cada una de las mesas limpias, en orden y con la mejor presentación, y dirigirse a cada cliente con paciencia y amabilidad.		
FUNCIONES DEL CARGO		
1	Tener conocimiento completo del menú que se ofrece.	
2	Aplicar buenas prácticas a la hora de entregar la orden a la zona de preparación, como lo es el PEPS.	
3	Estar dispuesto en todo momento para el cliente.	
4	Debe presentar el menú y tomar órdenes.	
5	Asesorar al cliente, buscando que quede satisfecho con el producto.	
6	Servir el producto a la mesa.	
7	Verificar pedidos.	
8	Brindar un servicio de calidad.	
9	Asistir al cliente desde su ingreso, hasta su salida.	
10	Presentar cuenta al cliente cuando lo solicite.	
11	Presentar pedido al chef	
REQUISITOS		
EDUCACIÓN PARA EL CARGO:		Bachiller, técnico o tecnólogo en servicio al cliente.
EXPERIENCIA PARA EL CARGO:		Experiencia superior a 3 meses en servicio al cliente.
HABILIDADES:		Honestidad, responsabilidad, liderazgo, trabajo en equipo, actitud positiva, manejo de personal, y atención al cliente.
FORMACIÓN:		Manejo de tecnologías.
ELABORÓ: Laura Sofía Mateus Mateus		REVISÓ Y APROBÓ: Laura Sofía Mateus Mateus

		MANUAL DE FUNCIONES
NOMBRE DEL RESTAURANTE:		CAPRESA
NOMBRE DEL CARGO:		AUX DE COCINA
DEPENDENCIA:		CHEF Y GERENCIA
NÚMERO DE CARGOS:		UNO
REPORTAR A:		CHEF
OBJETIVO PRINCIPAL DEL CARGO		
El objetivo principal del cargo, es ayudar en la elaboración de productos, brindando apoyo al 100% al chef, elaborar cada producto respetando su orden de llegada, minimizando tiempos en la preparación de cada producto siguiendo normas, y estándares de calidad para la preparación de cada producto.		
FUNCIONES DEL CARGO		
1	Realizar toda actividad que considere el chef necesaria para el funcionamiento y preparación de cada producto.	
2	Realizar toda la limpieza de utensilios de cocina, y área de elaboración de cada producto.	
3	Ayudar en la elaboración de los productos, siguiendo estándares establecidos.	
4	Realizar toda la preparación de objetos de cocina y el área de elaboración de los productos.	
5	Verificar funcionamiento de maquinaria y equipos.	
6	Tener conocimiento total de insumos y productos, para brindar respuesta a cualquier inquietud.	
7	Aplicar buenas prácticas manteniendo el orden de comandas de primeras en entrar, primeras en salir.	
8	Realizar un higiene adecuado en la manipulación de insumos y preparación de productos.	
REQUISITOS		
EDUCACIÓN PARA EL CARGO:		Bachiller o técnico.
EXPERIENCIA PARA EL CARGO:		Experiencia de 6 meses en manipulación de alimentos.
HABILIDADES:		Honestidad, responsabilidad, liderazgo, trabajo en equipo, actitud positiva, manejo de personal, y atención al cliente.
FORMACIÓN:		Manejo de tecnologías, office, y certificación al cliente.
ELABORÓ: Laura Sofía Mateus Mateus		REVISÓ Y APROBÓ: Laura Sofía Mateus Mateus

ANEXO L.
COTIZACIONES CAPACITACIONES

Manejo del Cliente Difícil

Manejo Del Cliente Difícil

Objetivo: Desarrollar actitudes y habilidades para enfrentar situaciones y manejo de objeciones con clientes difíciles a partir de técnicas de ventas y herramientas asertivas

Dirigido a: Personas, empresas, líderes y grupos de trabajo que deseen potencializar sus tareas operativas, administrativas, productivas o sus relaciones interpersonales.

Requisitos: Fotocopia del documento de identidad

Duración: 3 semanas y 80 horas certificables.

Modalidad: Virtual

Inversión: \$60.000

CHAT EN LÍNEA
OFFLINE



Servicio al Cliente

Servicio Al Cliente

Objetivos: Que los participantes del curso reconozcan las exigencias del mercado actual y el porqué la calidad en Atención y Servicio al Cliente, es una vital necesidad para que las organizaciones modernas sean exitosas. Al final del curso se busca que el estudiante aplique métodos y técnicas para atender y servir con calidad a los diferentes tipos de clientes.

Requisitos: Fotocopia del documento de identidad

Duración: 3 semanas y 80 horas certificables.

Dirigido a: Todas las personas que por la naturaleza de sus funciones requieren ofrecer servicio de excelencia.

Modalidad: Virtual

Inversión: \$60.000

CHAT EN LÍNEA
OFFLINE



CURSO DE MANIPULACION DE ALIMENTOS \$22.000



Publicado hace 14 días

Puente Aranda, Bogotá, Bogotá

CLUSTER
EN CONTROL DE SANIDAD

 **313 371 8426**



**CONTAMOS CON TODOS LOS PERMISOS DE LA SECRETARIA DE SALUD
CUMPLIMOS CON LA RESOLUCIÓN 2674 DEL 2013**

CURSOS DE MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS + CERTIFICADO MEDICO **RENOVACIÓN \$22.000**

A NIVEL NACIONAL



INCLUYE:

- Certificado de Capacitacion continua de manipulación de alimentos
- Certificado Medico
- Planilla de la asistencia al curso de 10 horas
- Cronograma de curso
- Temario

ANEXO M.
PROYECCIÓN NÓMINA 2019-2023

RESUMEN NÓMINA 2019 (COP)

Cargo	Gerente general	Chef	Cajero	Mesero	Aux cocina
Salario mensual	2.469.896	1.642.807	1.396.297	1.109.440	1.110.326
Salario Anual	29.638.754	19.713.679	16.755.564	13.313.285	13.323.909
Cesantías	2.343.355	1.481.640	1.247.760	975.600	976.440
Prima	2.343.355	1.481.640	1.247.760	975.600	976.440
Dotación	-	400.000	400.000	400.000	400.000
Interés cesantías (12%)	281.203	177.797	149.731	117.072	117.173
Vacaciones	1.171.678	740.820	623.880	487.800	488.220
Pensiones 12%	3.374.431	2.133.562	1.796.774	1.404.864	1.406.074
Salud 0%	-	-	-	-	-
ARL 0,522%	146.788	92.810	598.925	61.112	61.164
SENA 0%	-	-	-	-	-
ICBF 0%	-	-	-	-	-
Caja de compensación 4%	1.124.810	711.187	598.925	468.288	468.691
Costo Total Nómina	40.424.373	26.933.134	23.419.320	18.203.620	18.218.111

PROYECCIÓN NÓMINA 2020 (COP)

Cargo	Gerente general	Chef	Cajero	Mesero	Aux cocina
Salario mensual	2.615.620	1.739.732	1.478.679	1.174.897	1.175.835
Salario Anual	31.387.441	20.876.786	17.744.143	14.098.769	14.110.020
Cesantías	2.615.620	1.739.732	1.478.679	1.174.897	1.175.835
Prima	2.615.620	1.739.732	1.478.679	1.174.897	1.175.835
Dotación	-	415.600	415.600	415.600	415.600
Interés cesantías (12%)	313.874	208.768	177.441	140.988	141.100
Vacaciones	1.307.810	869.866	739.339	587.449	587.917
Pensiones 12%	3.766.493	2.505.214	2.129.297	1.691.852	1.693.202
Salud 0%	-	-	-	-	-
ARL 0,522%	163.842	108.977	92.624	73.596	73.654
SENA 0%	-	-	-	-	-
ICBF 0%	-	-	-	-	-
Caja de compensación 4%	1.255.498	835.071	709.766	563.951	564.401
Costo Total Nómina	43.426.198	29.299.747	24.965.568	19.921.998	19.937.565

PROYECCIÓN NÓMINA 2021 (COP)					
Cargo	Gerente general	Chef	Cajero	Mesero	Aux cocina
Salario mensual	2.763.403	1.838.027	1.562.224	1.241.279	1.242.270
Salario Anual	33.160.831	22.056.324	18.746.687	14.895.349	14.907.236
Cesantías	2.763.403	1.838.027	1.562.224	1.241.279	1.242.270
Prima	2.763.403	1.838.027	1.562.224	1.241.279	1.242.270
Dotación	-	431.808	431.808	431.808	431.808
Interés cesantías (12%)	331.608	220.563	187.467	148.953	149.072
Vacaciones	1.381.701	919.014	781.112	620.640	621.135
Pensiones 12%	3.979.300	2.646.759	2.249.602	1.787.442	1.788.868
Salud 0%	-	-	-	-	-
ARL 0,522%	173.100	115.134	97.858	77.754	77.816
SENA 0%	-	-	-	-	-
ICBF 0%	-	-	-	-	-
Caja de compensación 4%	1.326.433	882.253	749.867	595.814	596.289
Costo Total Nómina	45.879.778	30.947.909	26.368.849	21.040.318	21.056.764

PROYECCIÓN NÓMINA 2022 (COP)					
Cargo	Gerente general	Chef	Cajero	Mesero	Aux cocina
Salario mensual	2.911.245	1.936.361	1.645.803	1.307.688	1.308.731
Salario Anual	34.934.935	23.236.338	19.749.635	15.692.250	15.704.773
Cesantías	2.911.245	1.936.361	1.645.803	1.307.688	1.308.731
Prima	2.911.245	1.936.361	1.645.803	1.307.688	1.308.731
Dotación	-	448.649	448.649	448.649	448.649
Interés cesantías (12%)	349.349	232.363	197.496	156.923	157.048
Vacaciones	1.455.622	968.181	822.901	653.844	654.366
Pensiones 12%	4.192.192	2.788.361	2.369.956	1.883.070	1.884.573
Salud 0%	-	-	-	-	-
ARL 0,522%	182.360	121.294	103.093	81.914	81.979
SENA 0%	-	-	-	-	-
ICBF 0%	-	-	-	-	-
Caja de compensación 4%	1.397.397	929.454	789.985	627.690	628.191
Costo Total Nómina	48.334.346	32.597.361	27.773.322	22.159.714	22.177.040

PROYECCIÓN NÓMINA 2023 (COP)

Cargo	Gerente general	Chef	Cajero	Mesero	Aux cocina
Salario mensual	3.056.807	2.033.180	1.728.093	1.373.072	1.374.168
Salario Anual	36.681.682	24.398.154	20.737.116	16.476.863	16.490.012
Cesantías	3.056.807	2.033.180	1.728.093	1.373.072	1.374.168
Prima	3.056.807	2.033.180	1.728.093	1.373.072	1.374.168
Dotación	-	466.146	466.146	466.146	466.146
Interés cesantías (12%)	366.817	243.982	207.371	164.769	164.900
Vacaciones	1.528.403	1.016.590	864.047	686.536	687.084
Pensiones 12%	4.401.802	2.927.779	2.488.454	1.977.224	1.978.801
Salud 0%	-	-	-	-	-
ARL 0,522%	191.478	127.358	108.248	86.009	86.078
SENA 0%	-	-	-	-	-
ICBF 0%	-	-	-	-	-
Caja de compensación 4%	1.467.267	975.926	829.485	659.075	659.600
Costo Total Nómina	50.751.064	34.222.294	29.157.053	23.262.765	23.280.957

ANEXO N.
ACTA DE CONSTITUCIÓN

Estatutos Básicos Sociedad por Acciones Simplificada
CAPRESA S. A. S.

Por medio del presente documento privado, **Nosotros,**

NOMBRE	Tipo de Identificación	IDENTIFICACIÓN		DOMICILIO
		Número	Lugar de Expedición	
LAURA SOFIA MATEUS	Cédula de Ciudadanía	1.032.473.461	Bogotá D.C.	Paipa
DORA ISABEL MATEUS J	Cédula de Ciudadanía	23.854.346	Paipa	Bogotá D.C.

Manifestamos con la firma de este documento **nuestra** voluntad de constituir una sociedad comercial del tipo: Sociedad por Acciones Simplificada (SAS), la cual se regirá por los siguientes estatutos:

Capítulo I
Detestación, Naturaleza Jurídica, Domicilio y Duración

Artículo 1. Denominación Social: La sociedad se denominará CAPRESA S.A.S para fines de este documento, también se le denominará "La Sociedad".

Artículo 2. Naturaleza Jurídica: La sociedad CAPRESA S.A.S es una sociedad por acciones simplificada, organizada como sociedad comercial, conforme a lo estipulado en los presentes estatutos y en las disposiciones contenidas en el Código de Comercio Colombiano y en especial en lo dispuesto por la ley 1258 de 2008.

Artículo 3. Domicilio: La sociedad CAPRESA S.A.S Tiene su domicilio principal en la ciudad de Paipa, pero podrá ejercer su objeto social en todo el territorio nacional y en el exterior, estableciendo sucursales y agencias donde lo estimare conveniente.

Artículo 4. Duración: El término de duración de la sociedad CAPRESA S.A.S es de noventa y nueve (99) años, contados a partir de la fecha de su constitución.

Capítulo II
Objeto Social y Disposiciones Complementarias

Artículo 5. Objeto Social: El objeto social de la sociedad "CAPRESA." será el desarrollo en Colombia o en el exterior, de las siguientes actividades:

a. En desarrollo de su objeto social, la sociedad podrá realizar actividades de comercialización de alimentos procesados, dentro del restaurante y en sitios de recreación al aire libre.

b. La importación, exportación, distribución, compra, venta, y comercialización de toda clase de productos afines a la actividad.

c. Celebrar contratos de agencia comercial en todas sus formas o convenios comerciales de cualquier otro carácter, con empresas nacionales y extranjeras para la promoción y venta de sus productos.

d. La celebración de convenios de cooperación técnica y/o económica con fabricantes nacionales y extranjeros para el desarrollo del objeto social, preferencialmente en el campo alimenticio.

e. Dar en garantía sus bienes muebles o inmuebles y celebrar todas las operaciones de crédito que le permitan obtener los fondos y otros activos necesarios para el desarrollo de la empresa.

f. Adquirir patentes, nombre comerciales, marcas y demás derechos de la propiedad industrial, adquirir u otorgar concesiones para su explotación y en general celebrar o ejecutar toda clase de contratos, actos y operaciones sobre bienes muebles e inmuebles de carácter civil o comercial, que guarden relación con el objeto social expresado en este artículo .

En desarrollo de su objeto social, la sociedad además podrá igualmente:

a. Adquirir, gravar, enajenar, tomar en arrendamiento o en comodato toda clase de bienes muebles o inmuebles tales como terrenos, edificios, maquinaria y equipos relacionados con el objeto social.

b. Constituir compañías filiales, dentro del territorio nacional y en el exterior, promover, formar u organizar sociedades, asociaciones o empresa de cualquier especie o tipo legal, y vincularse a ellas mediante la adquisición de acciones, cuotas o derechos sociales en las mismas.

c. Realizar aportes en dinero, en bienes o en servicios a esas sociedades, asociaciones o empresas, absorberlas o fusionarse con ellas, vincularse a sociedad que se dediquen a negocios de la misma índole.

d. Otorgar, aceptar o cumplir mandatos para asuntos lícitos de carácter general, especial, judicial o extrajudicial.

e. Recibir bienes para su administración y adquirir o explotar patentes, concesiones o constituirse en agente o representante de otros comerciantes.

En general la Sociedad podrá ejecutar todos los actos y celebrar todos los contratos directa o indirectamente relacionadas con el objeto social expresado en el presente artículo y todos aquellos que tengan como finalidad ejercer los derechos y cumplir las obligaciones legales o convencionalmente, derivados de la existencia y de las actividades desarrolladas por la Sociedad.

Capítulo III

Capital y Acciones

Artículo 6. Capital Autorizado, Suscrito y Pagado

VALOR NOMINAL DE LAS ACCIONES	\$ 10.000 M/CTE
CLASE DE ACCIONES	Nominativas y Ordinarias

CAPITAL AUTORIZADO

No. DE ACCIONES	VALOR TOTAL
8.000	cxix \$80.000.000

CAPITAL SUSCRITO

No. DE ACCIONES	VALOR TOTAL
3.500	\$35.000.000

El capital suscrito será pagado en un plazo de dos (2) años, en partes iguales por parte de los socios.

CAPITAL PAGADO

No. DE ACCIONES	VALOR TOTAL
3.500	\$35.000.000

Este valor es efectivamente pagado por los socios en partes iguales:

- Laura Sofía Mateus: Un Mil Setecientos Cincuenta Acciones Ordinarias (1.750) con un valor total de Diecisiete Millones Quinientos Mil pesos (\$17.500.000),

- Dora Isabel Mateus Jiménez: Un Mil Setecientas Cincuenta Acciones Ordinarias (1.750) con un valor total de Diecisiete Millones Quinientos Mil pesos (\$17.500.000),

Parágrafo. Forma y Términos en que se pagará el capital. - El monto de capital suscrito se pagará, en dinero efectivo, dentro de los 12 meses siguientes a la fecha de la inscripción en el registro mercantil del presente documento.

Artículo 7. Derechos derivados de cada acción.

Cada acción nominativa confiere los siguientes derechos a su propietario: a) El de deliberar y votar en la Asamblea de Accionistas de la Sociedad; b) El de percibir una parte proporcional a su participación en el capital de la sociedad de los beneficios sociales establecidos por los balances de fin de ejercicio; c) El de negociar las acciones con sujeción a la ley y a los estatutos; d) El de inspeccionar libremente los libros y papeles sociales, dentro de los cinco (5) días hábiles anteriores a la fecha en que deban aprobarse los balances de fin de ejercicio, en los eventos previstos en el artículo 20 de la ley 1258 de 2008; y e) El de recibir, en caso de liquidación de la sociedad, una parte proporcional a su participación en el capital de la sociedad de los activos sociales, una vez pagado el pasivo externo de la sociedad.

Capítulo IV

Dirección, Administración, Representación y Revisoría Fiscal de la Sociedad

Órganos Sociales: La dirección, administración y representación legal de La Sociedad estará a cargo de los siguientes órganos principales:

- a) La Asamblea General de Accionistas,
- b) El Gerente General y su Suplente.

Capítulo V

Asamblea General de Accionistas

Artículo 8: Composición: La asamblea general de accionistas la constituyen los accionistas inscritos en el libro de registro de acciones o sus representantes legales o mandatarios, reunidos con el quórum y en las condiciones previstas en la Ley y estos estatutos.

Artículo 9: Reuniones: Las reuniones de la asamblea general de accionistas pueden ser ordinarias o extraordinarias y serán presididas por cualquiera de los

asistentes, quien será elegido con la aprobación de la mayoría absoluta de las acciones representadas en la reunión.

Artículo 10: Reuniones Ordinarias: La Sociedad celebrará anualmente una reunión ordinaria de la asamblea general de accionistas, que se realizará en el domicilio social dentro de los tres primeros meses de cada año, en el día, hora y lugar indicados en convocatoria realizada por la propia Asamblea General o el Gerente General y la cual deberá hacerse con una anticipación no menor de quince (15) días hábiles, por medio de comunicación escrita y dirigida a los accionistas a la dirección registrada en los libros de La Sociedad por cada uno de ellos.

Parágrafo Uno: Los días sábados no se consideran como hábiles para el cómputo de términos en la convocatoria.

Parágrafo Dos: Si no fuere convocada, la asamblea general ordinaria de accionistas se reunirá por derecho propio el primer día hábil del mes de abril de cada año, a las 10:00 a.m. en las oficinas principales de La Sociedad.

Artículo 11: Reuniones Extraordinarias: Las reuniones extraordinarias de la asamblea general de accionistas se efectuarán cuando lo exijan las necesidades normales, imprevistas o urgentes de la compañía, en el domicilio principal o donde se indique, en el día y hora señalados en la convocatoria realizada por el Gerente General, por el Revisor Fiscal de La Sociedad cuando lo hubiere, o por solicitud de un número de accionistas que represente por lo menos el cincuenta por ciento (50%) del total de las acciones suscritas.

La convocatoria para las reuniones extraordinarias se hará con cinco (5) días calendario de anticipación a la reunión, salvo que la ley exija una antelación diferente, mediante comunicación dirigida a la última dirección del accionista registrado en los libros de la Sociedad.

No se podrán tomar resoluciones definitivas sobre materias distintas a las previstas en la convocatoria para cada asamblea extraordinaria, salvo que así lo decida un número plural de accionistas que represente la mayoría de los votos presentes en la reunión.

Artículo 12: Reuniones No Presénciales: La Asamblea General de Accionistas podrá realizar sus reuniones ordinarias o extraordinarias por comunicación simultánea o sucesiva o cuando por escrito los accionistas expresen el sentido de su voto, conforme a lo establecido por los artículos 19 y subsiguientes de la Ley 222 de 1995.

Artículo 13: Reuniones Sin Previa Convocatoria: La asamblea general de accionistas podrá reunirse de manera extraordinaria válidamente en cualquier

fecha, hora y lugar, sin previa Convocatoria siempre y cuando estén representadas la totalidad de las acciones suscritas, y exista voluntad de constituirse en Asamblea General de Accionistas.

Durante este tipo de Reuniones la Asamblea General de Accionistas podrá ocuparse de cualquier tipo de asunto que corresponda a sus funciones, salvo que la ley establezca limitaciones al respecto.

Artículo 14: Quórum Deliberatorio: Constituirá Quórum deliberatorio, tanto para las reuniones ordinarias como para las extraordinarias, presenciales o no presenciales un número de accionistas que represente el setenta y cinco por ciento (75%) de las acciones suscritas.

Artículo 15: Quórum Decisorio General: Las decisiones generales de la asamblea general de accionistas se tomarán por el voto favorable de la mayoría absoluta de las acciones suscritas y representadas, a menos que la ley requiera para determinados actos una mayoría especial.

Artículo 16: Quórum Decisorio Especial: Para la adopción de las decisiones a continuación enunciadas, salvo que la Ley disponga de otra proporción, se requerirán las mayorías especiales aquí establecidas:

a). La creación de acciones privilegiadas y la aprobación del respectivo reglamento de suscripción, con el voto favorable del setenta y cinco por ciento (75%) de las acciones suscritas y representadas en la reunión.

b). La readquisición de acciones propias, con el voto favorable del setenta y cinco por ciento (75%) de las acciones suscritas y representadas en la reunión.

c). El pago de dividendos que implique la obligación de recibirlos en acciones liberadas, con el voto favorable del setenta por ciento (70%) de las acciones suscritas y representadas en la reunión.

d). La fusión y la transformación de la compañía, con el voto favorable del setenta por ciento (70%) de las acciones suscritas y representadas en la reunión. Si la fusión o la transformación implican para los accionistas una responsabilidad mayor, deberá ser aprobada por unanimidad de las acciones suscritas.

e). Para reformar los Estatutos y para autorizar la enajenación o el arrendamiento de toda la empresa social, con el voto favorable setenta y cinco por ciento (75%) de las acciones suscritas y representadas en la reunión.

Artículo 17: Nueva Convocatoria: Si convocada la Asamblea ésta no se lleva a cabo por falta de quórum se citará a una nueva reunión que sesionará y decidirá válidamente con un número plural de socios cualquiera que sea la cantidad de acciones que esté representada.

La nueva reunión deberá efectuarse no antes de los diez (10) días hábiles ni después de los treinta (30) días hábiles, contados desde la fecha fijada para la primera reunión. Cuando la Asamblea se reúna en sesiones ordinarias por derecho propio el primer día hábil del mes de abril, también podrá deliberar y decidir válidamente en los términos del presente Artículo.

Artículo 18: Vinculación de las Decisiones: Las decisiones adoptadas con los requisitos previstos en la Ley o los estatutos tienen fuerza vinculante para todos los socios accionistas, aún los disidentes y ausentes, siempre que tengan carácter general.

Artículo 19: Normas Especiales para las Votaciones y las Elecciones: En las votaciones y elecciones que se realicen en la Asamblea General de Accionistas se observarán las siguientes normas:

- a. Cada accionista podrá emitir tantos votos cuantas acciones posea;
- b. Las votaciones podrán ser orales o escritas;
- c. Siempre que se trate de elegir a dos o más personas para integrar una misma, Comisión o Cuerpo Colegiado, se aplicará el sistema de cociente electoral, en la forma establecida por la Ley;
- d. Antes de cada votación, el presidente de la Asamblea podrá exigir la inscripción de listas en la secretaría;
- e. Cuando el nombre de un candidato se repita en una misma lista se escrutará solamente una vez;
- f. En ninguna elección, sea unitaria o plural, se declaran electos como Suplentes a quienes hayan sido elegidos como Principales;
- g. Cuando ocurriere empate en una elección unitaria se repetirá la votación, y si en esta también se presentare empate, el nombramiento quedará en suspenso hasta nueva elección. Si el empate ocurriere en la votación de proposiciones

varias éstas se considerarán negadas.

- h. Los accionistas podrán hacerse representar mediante poder otorgado por escrito y conferido en legal forma indicando el nombre del apoderado, el del sustituto si es el caso y la fecha o época de la reunión o reuniones para el cual se confiere.

Artículo 20: Funciones Generales de la Asamblea General de Accionistas: La asamblea general de accionistas en sus reuniones ordinarias deberá ocuparse de examinar la situación de La Sociedad; elegir al gerente general y su suplente, modificar el régimen económico de la administración; considerar las cuentas y balances del ejercicio anterior; resolver sobre la distribución de utilidades; y acordar las providencias que reclamen el cumplimiento del objeto social y el interés común de los accionistas .

Artículo 21: Atribuciones Especiales de la Asamblea General de Accionistas: Son atribuciones especiales de la asamblea general de accionistas:

1. Dictar los estatutos de La Sociedad y reformarlos cuando lo estime conveniente.
2. Velar por el cumplimiento del objeto social con sujeción a estos estatutos
3. Adoptar el reglamento de condiciones para el adecuado funcionamiento y manejo de las asambleas generales ordinarias y extraordinarias de accionistas.
4. Nombrar y remover libremente al, al gerente general de La Sociedad y a su suplente, así como definir su forma de contratación y su remuneración.
5. Delegar en la gerente general alguna o algunas de sus funciones que conforme a la Ley se puedan delegar.
6. Autorizar al gerente general para que delegue alguna o algunas de sus funciones estatutarias o legales.
7. Nombrar el revisor fiscal y su suplente cuando fuere el caso e indicarle sus honorarios; además, crear los cargos y señalar la remuneración del personal que requiera la Revisoría.
8. Designar para efectos de la Representación legal judicial de La Sociedad, abogados, quienes la representación ante las autoridades jurisdiccionales, administrativas y políticas.
9. Examinar, aprobar o improbar, los balances de La Sociedad y los informes que le presenten el gerente general y el revisor fiscal, cuando lo hubiere, lo

mismo que aprobar el presupuesto anual de La Sociedad.

- 10 Decretar con arreglo a la Ley, las políticas de distribución de dividendos que resulten establecidas en el balance general, determinando el monto de las utilidades por repartir, el plazo y las formas de pago de los dividendos. La Asamblea General de Accionistas podrá determinar también que las sumas disponibles en cualquier momento para repartir dividendos se capitalicen total o parcialmente, y que su valor se distribuya en acciones de La Sociedad entre los accionistas a prorrata de las que tengan en el momento de la capitalización.
- 11 Acordar la forma de cancelación de pérdidas si las hubiese.
- 12 Decretar la formación de reservas especiales distintas de la reserva legal.
- 13 Decretar la reforma del capital accionario de la compañía por cualquiera de las formas establecidas por la ley.
- 14 Convertir en acciones títulos de deuda que puedan representar un aporte de capital,
- 15 Autorizar cualquier emisión y colocación de acciones en reserva. También podrá ordenar la emisión de bonos convertibles o no en acciones, ya sean estas ordinarias o preferenciales.
- 16 Aprobar el avalúo de los bienes en especie que reciba La Sociedad en pago de suscripción de acciones, con posterioridad a la fecha de su constitución;
- 17 Ordenar la readquisición de acciones propias y su posterior enajenación.
- 18 Autorizar la apertura de sucursales, oficinas, agencias, o subordinadas, en los lugares de Colombia o del extranjero que se estime conveniente;
- 19 Autorizar la participación con personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, de derecho público o privado, en Colombia o en el exterior, en la constitución de sociedades, uniones temporales, consorcios, asociaciones, corporaciones o fundaciones que tengan un objeto igual, similar, conexo, complementario, necesario o útil para el desarrollo del objeto social de La Sociedad.
- 20 Autorizar la adquisición de acciones o cuotas en sociedades, asociaciones, corporaciones o fundaciones previamente constituidas que tengan un objeto igual, similar, conexo, complementario, necesario o útil para el desarrollo del objeto social de La Sociedad

- 21 Autorizar la enajenación de acciones y derechos en sociedades, asociaciones, corporaciones o fundaciones en cuales tenga participación, en los términos de las disposiciones legales que rijan la venta de acciones de las sociedades.
- 22 Autorizar la conformación de empresas unipersonales o asumir cualquier forma asociativa o de colaboración empresarial con personas naturales o jurídicas para adelantar actividades relacionadas con el objeto social, así como las conexas o complementarias,
- 23 Autorizar inversiones extraordinarias en caso de urgencia y los gastos extraordinarios a que haya lugar para garantizar el normal desarrollo del objeto social de La Sociedad, de conformidad con las normas presupuestales vigentes.
- 24 Gravar, enajenar o limitar el derecho de dominio, liquidar, transferir a cualquier título o dar en arrendamiento los activos o bienes de la empresa, lo mismo que vender o transferir en todo o en parte, el establecimiento de comercio de la organización, ya sea a través de una sola operación o de una serie de operaciones relacionadas.
- 25 Apropiar de las utilidades líquidas las sumas que considere convenientes para fines de beneficencia, deporte, civismo y educación.
- 26 Decretar la disolución extraordinaria de La Sociedad y autorizar su transformación o su fusión con otra u otras compañías, o su escisión.
- 27 Ejercer toda atribución que le corresponda de acuerdo a la naturaleza jurídica de La Sociedad o que según la Ley y los estatutos le correspondan y además las que no estén atribuidas a otro órgano social.
- 28 Autorizar la apertura y cierre de Sucursales, factorías, plantas, agencias y otras dependencias de La Sociedad; designar y remover las personas que hayan de actuar como mandatarios, administradores o factores de éstas y determinar las facultades de que gozarán para el desarrollo de los negocios sociales;
- 29 Fijar la fecha para las reuniones ordinarias de la Asamblea General de Accionistas y convocar a reuniones extraordinarias cuando lo considere conveniente.
- 30 Impartir autorización al Gerente General o a su suplente cuando el acto o contrato a celebrar supere el límite establecido en el Art 42 parágrafo dos (2)
- 31 Las demás que le otorguen la Ley y estos estatutos.

Parágrafo Primero: Delegación: La Asamblea General de Accionistas podrá con sujeción a la Ley, delegar en el Gerente General de La Sociedad, o en apoderados externos alguna o algunas de sus atribuciones, siempre y cuando sean delegables.

Capítulo VI

Gerente General y Representante Legal

Artículo 22: Gerente General: La dirección de la Administración de la Sociedad estará a cargo del Gerente General, quien será igualmente Representante Legal de la sociedad. El Gerente General será elegido y removido libremente por la Asamblea General de Accionistas de La Sociedad y podrá asistir a la misma en su condición de tal.

El Gerente General tendrá un Suplente designado por la Asamblea General de Accionistas, el cual tendrá todas las facultades legales atribuidas al Gerente General con las facultades establecidas en los estatutos de la sociedad y quien deberá ser inscrito en el registro mercantil.

Artículo 23: Representante Legal: El Gerente General y/o el Suplente serán los representantes legales de La Sociedad y tendrán a su cargo la dirección y administración de los negocios sociales.

Artículo 24: Subordinación: Todos los empleados de La Sociedad estarán subordinados al Gerente General o a su Suplente y bajo sus órdenes e inspección inmediata, excepto el Revisor Fiscal, cuando lo hubiere, quien depende directamente de la Asamblea General de Accionistas.

Artículo 25: Atribuciones del Gerente General y del Suplente: En su calidad de gestor de los negocios sociales y representante legal de la sociedad, corresponde al Gerente General y en su ausencia temporal o absoluta al Suplente:

1. Ejercer la representación comercial y legal de la sociedad para lo cual podrá celebrar, hacer o ejecutar todos los actos y operaciones comprendidos dentro del objeto social.
2. Dirigir, coordinar, vigilar, controlar y evaluar la ejecución y cumplimiento de los objetivos, funciones, políticas, planes, programas y proyectos inherentes al objeto de social de La Sociedad para lo cual podrá adoptar las decisiones y dictar los actos a que haya lugar para el cumplimiento del objeto social y funciones de La Sociedad.
3. Representar las acciones o intereses que tenga La Sociedad en

sociedades, asociaciones, fundaciones o corporaciones, o en cualquier otra modalidad asociativa.

4. Preparar y ejecutar el presupuesto aprobado por la Asamblea General de Accionistas.
 5. Diseñar y ejecutar los planes de desarrollo, los planes de acción anual y los programas de inversión, mantenimiento y gastos
 6. Ordenar los gastos y ejecutar los actos necesarios para el cumplimiento de los objetivos y funciones de La Sociedad.
 7. Tomar dinero en mutuo de establecimientos bancarios, corporaciones o cualesquiera otros establecimientos de financiamiento y crédito, así como de cualquier persona natural o jurídica, nacional o extranjera.
 8. Definir la estructura organizacional y salarial de la Sociedad lo mismo que dirigir las relaciones laborales.
- 32 Contratar asesorías externas que contribuyan al mejoramiento de La Sociedad y al cumplimiento de sus propósitos.
- 33 Convocar a la Asamblea General de Accionistas a reuniones ordinarias y extraordinarias.
- 34 Presentar a la Asamblea General de Accionistas: a) El proyecto de presupuesto de La Sociedad; b) Las modificaciones del presupuesto, y los planes de inversión de La Sociedad; e) Semestralmente, ¡el análisis de la ejecución presupuesta!, complementado con los balances de prueba correspondientes. d) Anualmente, por lo menos con quince (15) días hábiles de anticipación, a la reunión ordinaria de la Asamblea, el inventario, el balance, las cuentas y una memoria razonada sobre la marcha de los negocios sociales con el proyecto de distribución de utilidades, si las hubiese y e) La demás información que solicite la Asamblea de Accionistas para el cumplimiento de las funciones que le fueron asignadas.
- 35 Dirigir la contabilidad velando porque se cumplan las normas legales que la regulan, para lo cual podrá examinar los libros, cuentas, correspondencia, documentos de caja de La Sociedad y comprobar las existencias y valores.
- 36 Establecer el control interno de la Sociedad
- 37 Suministrar al mercado información oportuna, completa y veraz sobre sus estados financieros y sobre su comportamiento empresarial y administrativo.

- 38 Ejercer la representación judicial de La Sociedad, para lo cual podrá comparecer como actor, coadyuvante o demandado, en toda clase de acciones, reclamaciones o procesos judiciales o extrajudiciales, administrativos y policivos.
- 39 Someter las diferencias de La Sociedad con terceras personas a la decisión de árbitros de acuerdo con lo preceptuado para tales casos por ley, transigirlas o conciliarlas con asentimiento del tercero interesado o llevarlas ante la jurisdicción competente, según el caso.
- 40 Comparecer ante Notario para legalizar las reformas estatutarias y las decisiones de la Asamblea que requieran elevarse a escritura pública.
- 41 Autorizar con su firma todos los documentos públicos o privados que deban otorgarse en desarrollo de las actividades sociales o en interés de La Sociedad.
- 42 Ejercer, cumplir y hacer cumplir las demás funciones legales y estatutarias que le competan y las que le asigne la Asamblea General de Accionistas.

Parágrafo Uno: Delegación de Facultades: Las facultades y atribuciones establecidas en el presente artículo y en especial las correspondientes al desarrollo del objeto de La Sociedad podrán ser delegadas por el Gerente General, empleados de la Sociedad o en representantes y/o apoderados externos.

Para estos efectos se entiende que estas delegaciones y mandatos podrán hacerse por parte del Gerente General con autorización expresa por parte de la Asamblea General de Accionistas.

Parágrafo Dos: Cuantía para la Disposición: el Gerente General y/o el Suplente de la Organización tiene atribuciones para actuar y comprometer a la sociedad hasta la suma de siete (20) salarios mínimos mensuales legales vigentes (SMLMV), sin autorización expresa de ningún otro órgano social.

Parágrafo Tres: Suplente del Gerente General: El Suplente del Gerente General de Sociedad en ausencia temporal o absoluta del Gerente General tendrá las mismas atribuciones que éste último incluyendo la facultad de la representación legal de la sociedad.

Capítulo VII

Revisoría Fiscal

Artículo 26: Revisor Fiscal: Cuando estuviere legalmente obligada, de acuerdo con los topes y límites establecidos por la Ley colombiana, o cuando la Asamblea General de Accionistas lo determine con la aprobación mínima de un 70 % de aquella, la Sociedad tendrá un Revisor Fiscal con su respectivo suplente, quien lo reemplazará en sus faltas absolutas, temporales, o accidentales.

La Sociedad sólo podrá elegir para ejercer el cargo de Revisor Fiscal o de suplente del mismo, a personas naturales o jurídicas debidamente inscritas en el Registro de la Junta Central de Contadores y que cumplan con los requisitos establecidos en la Ley 43 de 1990 o en las normas que la reglamenten, modifiquen, sustituyan, o que resultaren aplicables.

Parágrafo Primero: En caso de que el Revisor Fiscal sea una persona jurídica, ésta deberá nombrar un contador público para ejercer las funciones de revisoría fiscal a efectos de que desempeñe personalmente el cargo, en los términos del artículo 12 de la Ley 145 de 1960. En caso de falta del nombrado, actuarán los suplentes.

Parágrafo Segundo: El Revisor Fiscal y su suplente serán designados y devengarán la asignación que le señale la Asamblea General de Accionistas.

Artículo 27: Funciones Del Revisor Fiscal: Corresponde al Revisor Fiscal, sin perjuicio de las funciones que le señalen las leyes y los reglamentos, las siguientes atribuciones:

1. Controlar que las operaciones que se celebren o cumplan por cuenta de La Sociedad se ajusten a las prescripciones de los estatutos, a las decisiones de la Asamblea General.
2. Examinar todas las operaciones, inventarios, actas, libros, correspondencia, comprobantes de cuentas y negocios de La Sociedad
3. Verificar el arqueo de caja en las oportunidades que lo estime conveniente;
4. Realizar la comprobación de todos los valores de La Sociedad y de los demás que ésta tenga en custodia;
5. Inspeccionar los bienes de La Sociedad y procurar que se tomen las medidas de conservación y seguridad de los mismos;
6. Señalar expresamente y por escrito las irregularidades que note en los actos de La Sociedad, a la Asamblea General de Accionistas o al Gerente, según corresponda.

7. Autorizar con su firma los estados financieros de la Sociedad
8. Convocar a la Asamblea General de Accionistas a sesiones extraordinarias, cuando lo juzgue necesario o a petición de uno o varios accionistas que representen por lo menos el 40% de las acciones en circulación;
9. Dar cumplimiento a lo establecido en el artículo 447 del Código o en las disposiciones legales que lo reglamenten o modifiquen.
10. Colaborar con la autoridad competente en la inspección y vigilancia de LA SOCIEDAD, y rendir a ella los informes a que haya lugar o que le sean solicitados;
11. Intervenir en las deliberaciones de la Asamblea General de Accionistas cuando sea citado a ellas con derecho a voz, pero sin voto;
12. Cumplir las demás atribuciones que le señalen las leyes y estos estatutos y las que, siendo compatibles con las anteriores, le encomiende la Asamblea General de Accionistas;
13. Velar por que la administración cumpla con los deberes específicos establecidos por los organismos de vigilancia, especialmente con los vinculados a los deberes de información.
14. Informar los hallazgos relevantes encontrados, a los órganos de LA SOCIEDAD, a las autoridades y al mercado, según corresponda;
15. Conocer de las quejas que se presenten por violación de los derechos de los accionistas e inversionistas y los resultados de dichas investigaciones, los cuales trasladará y hará conocer de la Asamblea de Accionistas;
16. Las demás que le señalen el artículo 207 del Código de Comercio u otras disposiciones legales.

Parágrafo: El Revisor Fiscal no tendrá competencia para intervenir en las actividades administrativas de La Sociedad, sólo podrá realizar las funciones administrativas inherentes a la organización de la misma Revisoría. De igual manera podrá asistir a las Reuniones de la Asamblea General en las cuales tendrá voz, pero no voto.

Artículo 28: Inhabilidades para el cargo de Revisor Fiscal: No podrán ser revisores fiscales de La Sociedad:

1. Quienes sean accionistas de La Sociedad o socios de compañías subordinadas a ésta.
2. Quienes estén ligados por matrimonio o parentesco dentro del cuarto (4o.) grado de consanguinidad, primero (1o.) civil o segundo (2o) de afinidad, o sean consocios, en sociedades de responsabilidad limitada o asimiladas, con los administradores y con los funcionarios que manejan directa o indirectamente los dineros de La Sociedad.
3. Quienes desempeñen otro cargo en La Sociedad o en compañías subordinadas a ésta.
4. Quienes se encontraren incurso en cualquier otro caso de inhabilidad, incompatibilidad o conflicto de interés previsto en la ley o en los presentes estatutos.

Capítulo VIII

Estados Financieros, Reservas y Distribución de Utilidades

Artículo 29. Estados Financieros y Derecho de Inspección.

Cada año, a treinta y uno (31) de diciembre, se cortarán las cuentas para producir el balance general de los negocios sociales y el estado de pérdidas y ganancias de la sociedad en el ejercicio, así como los demás informes y estados que dispone la ley y los reglamentos. Los documentos se elaborarán se conformidad con la Ley, las normas contables establecidas y los estatutos para ser presentados a la Asamblea General de accionistas. El balance, los inventarios, los libros y demás piezas justificativas de los informes se depositarán en la oficina de la Gerencia General, con antelación mínima de quince días (15) hábiles al señalado para la reunión de la Asamblea, con el fin de que puedan ser examinados por los accionistas.

Artículo 30. Aprobación de los Estados Financieros: Los estados financieros deben ser presentados para la aprobación de la Asamblea General de Accionistas por el Gerente General con los demás documentos relacionados en el artículo 446 del Código de Comercio.

Artículo 31. Distribución de Utilidades: las utilidades se repartirán entre los accionistas, previa aprobación de la Asamblea General, con sujeción a las normas del Código de Comercio y la Ley, una vez se cancelen las pérdidas de

ejercicios anteriores, se hagan las reservas legales, las ocasionales y las provisiones para el pago de impuestos.

Las utilidades deberán estar justificadas por estados financieros fidedignos y su reparto se hará en proporción a la parte pagada del valor nominal de las acciones. El pago del dividendo se hará en dinero en efectivo, en las épocas en que determine la Asamblea General de Accionistas al decretarlo, a quien tenga la calidad de accionista al tiempo de hacerse exigible cada pago.

Los dividendos pendientes pertenecen al adquirente de las acciones desde la fecha de la carta de traspaso, salvo pacto en contrario expresamente estipulado en el mismo documento.

Artículo 32 Pérdidas: Las pérdidas, si las hubiese, se enjugarán con las reservas destinadas para ese propósito y en su defecto, con la reserva legal. Las reservas cuya finalidad fuere absorber determinadas pérdidas no podrán emplearse para cubrir otras distintas, salvo que así lo decida la Asamblea. Si la reserva legal fuere insuficiente para enjugar las pérdidas, se aplicarán a este fin los beneficios sociales de los ejercicios siguientes, hasta que se extinga dicha pérdida, sin que antes puedan tener otro destino. La Asamblea podrá tomar u ordenar medidas conducentes al restablecimiento del patrimonio neto cuando se presenten pérdidas que lo hayan colocado por debajo del cincuenta por ciento (50%) del capital suscrito de La Sociedad, tales como la venta de bienes sociales valorizados, la reducción del capital suscrito hecha conforme a la Ley o la emisión de nuevas acciones. Cualquiera de estas medidas deberá tomarse dentro de los seis (6) meses siguientes a la determinación de la pérdida. De otro modo, deberá procederse a disolver La Sociedad.

Artículo 33. Reserva Legal: De las utilidades líquidas computadas de conformidad con estos Estatutos, se tomará un diez por ciento (10%) para la reserva legal, hasta que ésta sea igual a la mitad del capital suscrito, cuando este límite sea alcanzado, La Sociedad no estará obligada a continuar llevando a esta cuenta dicho diez por ciento (10%), a menos que así lo disponga la Asamblea General de Accionistas. Pero si llegare a disminuir, volverá a apropiarse el mismo diez por ciento (10%) de las utilidades hasta cuando la reserva llegue nuevamente al límite del cincuenta por ciento (50%) del capital suscrito.

Artículo 34. Reservas Ocasionales: La Asamblea General de Accionistas podrá crear o incrementar las reservas ocasionales, con sujeción a la Ley, pero siempre que éstas tengan destino específico.

Capítulo IX

Disolución y Liquidación de la Sociedad

Artículo 35. Causales de disolución: La sociedad se disolverá por las siguientes causales:

1. Por la imposibilidad de desarrollar el objeto social, terminación del mismo o extinción de la cosa esencial que determine la explotación de su objeto.
2. Por decisión de autoridad competente con fundamento en las causales taxativamente estipuladas en la Ley
3. Por reducción del patrimonio neto por debajo del cincuenta por ciento (50%) del capital suscrito, por pérdidas acumuladas.
4. Por decisión de la Asamblea de Accionistas, tomada por el voto favorable del setenta por ciento (70%) de las acciones presentes en la reunión.

Artículo 36. Liquidación: Disuelta la sociedad por cualquiera de las causas previstas en los estatutos o la Ley, se procederá a su inmediata liquidación, y no podrá iniciar nuevas operaciones en desarrollo de su objeto; su capacidad jurídica se limitará a la ejecución de los actos inherentes a su proceso de liquidación.

La liquidación se adelantará de acuerdo con la Ley mercantil y la Asamblea podrá autorizar por mayoría de los votos de las acciones presentes la distribución de los remanentes a los accionistas mediante la distribución de bienes en especie.

Artículo 37. Liquidador: La liquidación de La Sociedad se hará por la persona que designe la Asamblea General y de conformidad con el artículo 228 del Código de Comercio o las disposiciones que lo complementen, reglamenten o modifiquen.

El liquidador dirigirá la actuación bajo su exclusiva responsabilidad

Artículo 38. Facultades Del Liquidador: El Gerente en su carácter de liquidador o los liquidadores designados por la Asamblea tienen las obligaciones y facultades que les atribuyen los Artículos 232, 233 y 238 del Código de Comercio y su período será el señalado por la Asamblea General de Accionistas en el momento de su nombramiento.

Artículo 39. Poderes de la Asamblea General de Accionistas: Durante la liquidación subsistirán los poderes de la Asamblea General de Accionistas como durante la existencia de La Sociedad, con las únicas modificaciones que el estado de liquidación imponga Artículo Cincuenta y Siete: Deberes del Liquidador: El liquidador, según lo dispuesto en el artículo 123 de la ley 142 de 1994, acatará las normas y deberes y ejercerá las facultades inherentes a los liquidadores de las instituciones financieras, con arreglo al artículo 295 del Decreto 663 de 1993 y los artículos 232 y 238 del Código de Comercio .

Artículo 40: Deberes del Liquidador: El liquidador, según lo dispuesto en el artículo 123 de la ley 142 de 1994, acatará las normas y deberes y ejercerá las facultades inherentes a los liquidadores de las instituciones financieras, con arreglo al artículo 295 del Decreto 663 de 1993 y los artículos 232 y 238 del Código de Comercio.

Capitulo X

Arbitraje para la solución de controversias contractuales

Artículo 41: Arbitramento: Todas las diferencias que ocurran entre los accionistas o entre estos y la sociedad, durante la existencia de la misma o en periodo de liquidación, serán sometidas a solución, por el procedimiento arbitral, de un Tribunal conformado por tres (3) árbitros designados por las partes de común acuerdo o en su defecto por el Centro de Arbitraje y Conciliación de la Cámara de Comercio de Bogotá, que deberá fallar en derecho.

El tribunal se sujetará a las disposiciones de la Ley 23 de 1991 y demás normas legales y las decisiones de los árbitros serán objeto del recurso de anulación del Laudo y/o del recurso extraordinario de revisión, en los casos y por los procedimientos previstos en la Ley.

Artículo 42: Solución de Controversias Contractuales: Los accionistas, previa la conformación de un tribunal de arbitramento, intentarán resolver sus conflictos bajo las formas de solución extrajudicial de conflictos previstos en la Ley, tales como la amigable composición o la conciliación extrajudicial.

Capitulo XI

Otras Disposiciones

Artículo 43: Reformas Estatutarias: Las reformas de los presentes estatutos, deberán ser aprobadas por la Asamblea en un sólo debate, en sesiones ordinarias o extraordinarias, por el número de votos correspondiente.

Artículo 44: Normas Supletorias: En lo no previsto en estos estatutos se aplicarán las normas del Código de Comercio y disposiciones legales sobre la materia.

Artículo 45: Nombramientos: Para el período de la compañía que empieza en la fecha de este instrumento, y hasta que los competentes órganos sociales hagan nueva designación conforme a los Estatutos, los accionistas unánimemente hacen los siguientes nombramientos:

Designación 1 Cargo	Nombre del Designado	Identificación
Gerente General	Laura Sofía Mateus	C.C. 1.032.473.461 Bogotá
Suplente del Gerente General	Dora Isabel Mateus J	C.C. 23.854.346 Paipa

Las personas que han recibido los nombramientos establecidos en el presente artículo manifiestan expresamente y mediante las firmas suscritas en el presente documento que se han aceptado la designación efectuada por los accionistas constituyentes.

Los presentes estatutos fueron leídos y posteriormente sometidos a aprobación de los presentes, quienes por unanimidad impartieron su aprobación.

Para todos los efectos de notificaciones legales y judiciales, la sociedad registra la siguiente Dirección:

Calle 22 # 19-65
Barrio Proeducar

Teléfono: 3114413718

Firman en señal de aprobación y aceptación:

ACCIONISTAS:

LAURA SOFIA MATEUS MATEUS
C.C. 1.032.473.461 de Bogotá

DORA ISABEL MATEUS JIMENEZ
C.C. 23.854.346 de Paipa

ANEXO O.
FORMATOS DE CONSTITUCIÓN



Fórmula del Registro Único Tributario
Hoja Principal

001

1. Tipo de contribuyente		2. Número de contribuyente	
3. Tipo de identificación tributaria (TIT)		4. Tipo de actividad	

IDENTIFICACION			
5. Tipo de contribuyente	6. Tipo de actividad	7. Número de contribuyente	8. Tipo de actividad
9. Tipo de identificación tributaria	10. Tipo de actividad	11. Tipo de actividad	12. Tipo de actividad
13. Tipo de actividad	14. Tipo de actividad	15. Tipo de actividad	16. Tipo de actividad
17. Tipo de actividad	18. Tipo de actividad	19. Tipo de actividad	20. Tipo de actividad

UBICACION			
21. País	22. Departamento	23. Municipio	24. Tipo de actividad
25. Tipo de actividad	26. Tipo de actividad	27. Tipo de actividad	28. Tipo de actividad

CLASIFICACION			
Actividad económica		Ocupación	
29. Código	30. Tipo de actividad	31. Código	32. Tipo de actividad
Responsables tributarios			
33. Código			
Responsables adicionales		Exponentes	
34. Código	35. Tipo de actividad	36. Tipo de actividad	37. Tipo de actividad

Para uso exclusivo de la DIAN			
38. Tipo de actividad	39. Tipo de actividad	40. Tipo de actividad	41. Tipo de actividad
42. Tipo de actividad		43. Tipo de actividad	
44. Tipo de actividad		45. Tipo de actividad	

La información contenida en el formulario será responsabilidad de quien lo suscribe y del responsable de la información suministrada y suministrada por el contribuyente tributario en que figura el código de actividad económica.
Fecha de emisión: 2018-01-01 de acuerdo a la DIAN.

El usuario de los datos de este formulario es el usuario de la DIAN.
Fecha de emisión: 2018-01-01 de acuerdo a la DIAN.

FORMULARIO DEL REGISTRO ÚNICO EMPRESARIAL Y SOCIAL RUES



HOJA 1

Dirigirse a registrar a esta empresa la misma, así se atribuyen funciones al establecimiento. En los términos del artículo 148 del Decreto 179 de 2010 y 20 del Código de Comercio, cualquier modificación de la información reportada debe ser actualizada. En los términos del artículo 36 del Código de Comercio, la Cámara de Comercio podrá emitir información adicional. Autoriza el uso y divulgación de toda la información contenida en este formulario y sus anexos, para los fines propios de los registros públicos y de estadística.

Para el registro de la Cámara de Comercio, Código Comercio y Datos Adicionales

INFORMACIÓN DEL REGISTRO		
REGISTRO EMPRESAS / EMPRESAS DE JURISDICCIONES DE FUENTES DE AGUA SOCIEDAD CIVIL RACIONALIZACIÓN <input type="checkbox"/> TRANSACCIONES DOMICILIO <input type="checkbox"/> AJUSTE DE INFORMACIÓN FINANCIERA <input type="checkbox"/> N° EMPRESAS RACIONALIZACIÓN <input type="checkbox"/> N° EMPRESAS TRANSACCIONES <input type="checkbox"/> N° EMPRESAS AJUSTE <input type="checkbox"/> TIPO GENERAL DE ORGANIZACIÓN <input type="checkbox"/> TIPO ORGANIZACIÓN DE ORGANIZACIÓN <input type="checkbox"/>	REGISTRO EMPRESAS SIN ANIMO DE LUJERO / SOCIEDAD SOLIDARIA / EMPRESAS COMERCIALES / ONG O EXTRAJURÍDICO RACIONALIZACIÓN <input type="checkbox"/> TRANSACCIONES DOMICILIO <input type="checkbox"/> AJUSTE DE INFORMACIÓN FINANCIERA <input type="checkbox"/> N° EMPRESAS RACIONALIZACIÓN <input type="checkbox"/> N° EMPRESAS TRANSACCIONES <input type="checkbox"/> N° EMPRESAS AJUSTE <input type="checkbox"/>	REGISTRO ÚNICO DE PROFESIONES RACIONALIZACIÓN <input type="checkbox"/> ACTUALIZACIÓN <input type="checkbox"/> RENOVACIÓN <input type="checkbox"/> CANCELACIÓN <input type="checkbox"/> ACTUALIZACIÓN POR TRANSACCIONES DOMICILIO NECESITA LA CÁMARA DE COMERCIO AUTÓNOMA <input type="checkbox"/> N° EMPRESAS RACIONALIZACIÓN <input type="checkbox"/> N° EMPRESAS TRANSACCIONES <input type="checkbox"/> N° EMPRESAS AJUSTE <input type="checkbox"/>
IDENTIFICACIÓN		
Persona jurídica RACIONALIZACIÓN <input type="checkbox"/> TRANSACCIONES DOMICILIO <input type="checkbox"/> AJUSTE DE INFORMACIÓN FINANCIERA <input type="checkbox"/> N° EMPRESAS RACIONALIZACIÓN <input type="checkbox"/> N° EMPRESAS TRANSACCIONES <input type="checkbox"/> N° EMPRESAS AJUSTE <input type="checkbox"/>		RACIONALIZACIÓN <input type="checkbox"/> TRANSACCIONES DOMICILIO <input type="checkbox"/> AJUSTE DE INFORMACIÓN FINANCIERA <input type="checkbox"/> N° EMPRESAS RACIONALIZACIÓN <input type="checkbox"/> N° EMPRESAS TRANSACCIONES <input type="checkbox"/> N° EMPRESAS AJUSTE <input type="checkbox"/>
UBICACIÓN Y DATOS GENERALES		
INFORMACIÓN GENERAL		
DIRECCIÓN DE DOMICILIO PRINCIPAL <input type="checkbox"/> ZONA: URBANA <input type="checkbox"/> RURAL <input type="checkbox"/> COSTA NOROCCIDENTAL <input type="checkbox"/> UBICACIÓN: LOCAL <input type="checkbox"/> CIUDAD <input type="checkbox"/> LOCAL Y CIUDAD <input type="checkbox"/> FABRICA <input type="checkbox"/> HUENDA <input type="checkbox"/> TRONCAL <input type="checkbox"/> MUNICIPIO <input type="checkbox"/> DEPARTAMENTO <input type="checkbox"/> LOCALIDAD (CANTÓN, VECINDAD, CONDOMINIO) <input type="checkbox"/> PAIS <input type="checkbox"/> TELEFONO 1 (igual al reportado en el formulario de Registro Único Tributario DGT-Cadefi) <input type="checkbox"/> TELEFONO 2 <input type="checkbox"/> TELEFONO 3 <input type="checkbox"/> CORREO ELECTRÓNICO (Opcional) <input type="checkbox"/>		DIRECCIÓN DE DOMICILIO PRINCIPAL <input type="checkbox"/> ZONA: URBANA <input type="checkbox"/> RURAL <input type="checkbox"/> COSTA NOROCCIDENTAL <input type="checkbox"/> UBICACIÓN: LOCAL <input type="checkbox"/> CIUDAD <input type="checkbox"/> LOCAL Y CIUDAD <input type="checkbox"/> FABRICA <input type="checkbox"/> HUENDA <input type="checkbox"/> TRONCAL <input type="checkbox"/> MUNICIPIO <input type="checkbox"/> DEPARTAMENTO <input type="checkbox"/> LOCALIDAD (CANTÓN, VECINDAD, CONDOMINIO) <input type="checkbox"/> PAIS <input type="checkbox"/> TELEFONO 1 <input type="checkbox"/> TELEFONO 2 <input type="checkbox"/> TELEFONO 3 <input type="checkbox"/> CORREO ELECTRÓNICO (Opcional) <input type="checkbox"/>
INFORMACIÓN PARA NOTIFICACIÓN JUDICIAL Y ADMINISTRATIVA		
DIRECCIÓN PARA NOTIFICACIÓN JUDICIAL <input type="checkbox"/> ZONA: URBANA <input type="checkbox"/> RURAL <input type="checkbox"/> COSTA NOROCCIDENTAL <input type="checkbox"/> MUNICIPIO <input type="checkbox"/> DEPARTAMENTO <input type="checkbox"/> LOCALIDAD (CANTÓN, VECINDAD, CONDOMINIO) <input type="checkbox"/> PAIS <input type="checkbox"/> TELEFONO 1 <input type="checkbox"/> TELEFONO 2 <input type="checkbox"/> TELEFONO 3 <input type="checkbox"/> CORREO ELECTRÓNICO (Opcional) <input type="checkbox"/>		DIRECCIÓN PARA NOTIFICACIÓN JUDICIAL <input type="checkbox"/> ZONA: URBANA <input type="checkbox"/> RURAL <input type="checkbox"/> COSTA NOROCCIDENTAL <input type="checkbox"/> MUNICIPIO <input type="checkbox"/> DEPARTAMENTO <input type="checkbox"/> LOCALIDAD (CANTÓN, VECINDAD, CONDOMINIO) <input type="checkbox"/> PAIS <input type="checkbox"/> TELEFONO 1 <input type="checkbox"/> TELEFONO 2 <input type="checkbox"/> TELEFONO 3 <input type="checkbox"/> CORREO ELECTRÓNICO (Opcional) <input type="checkbox"/>
ACTIVIDADES ECONÓMICAS		
Elige una actividad principal y máximo tres actividades secundarias. Incluir el sistema de clasificación industrial internacional (CII) INDIQUE EL CÓDIGO SHD SOLO SI SU ACTIVIDAD ECONÓMICA LA DESARROLLA EN LA CIUDAD DE BOGOTÁ D.C. ACTIVIDAD PRINCIPAL CII 1: CLASE <input type="checkbox"/> SHD <input type="checkbox"/> ACTIVIDAD SECUNDARIA CII 2: CLASE <input type="checkbox"/> SHD <input type="checkbox"/> OTRAS ACTIVIDADES CII 1 Y 2: CLASE <input type="checkbox"/> SHD <input type="checkbox"/> FECHA DE INICIO ACTIVIDAD PRINCIPAL <input type="checkbox"/> FECHA DE INICIO ACTIVIDAD SECUNDARIA <input type="checkbox"/> IMPORTADOR <input type="checkbox"/> EXPORTADOR <input type="checkbox"/> ISLANDIENSE <input type="checkbox"/> DESCRIBA DE MANERA BREVE O RESUMIDA SU ACTIVIDAD ECONÓMICA - PARA PERSONAS NATURALES (MÁXIMO 1.000 CARACTERES)		

ANEXO P.
COTIZACIONES ESTUDIO LEGAL/AMBIENTAL


mercado libre

Tus compras están protegidas

Categorías Ofertas de la semana Tiendas oficiales Tu historial Tus compras Vender Crea tu cuenta Ingresar Ayuda / PDR

Temas punto interesante: lavadora - planchadora - robot de cocina - guillotina - estufa - sando maquina pesadísima

Volver al inicio Industrias y Oficinas Otro Comprar Vender una igual



Nuevo

Punto Ecológico Para Reciclaje 3 Canecas Por 55 Litros

\$240.000

36 cuotas de \$ 8.207

VISA

Más información

Entrega a acordar con el vendedor

Boquete, Esmeraldas D.C.

Ver costos de envío

Carreos:

1

Compra Protegida: recibe el producto que esperabas o te devolvemos tu dinero.

Sumas 147 Mercado Puntos.

TARIFAS DE LOS SERVICIOS DE REGISTROS PUBLICOS - 2018

MATRÍCULAS Y RENOVACIONES

(Decreto 1074 del 26 de mayo de 2015)

La matrícula de los comerciantes o su renovación en el registro público mercantil, causará anualmente los derechos liquidados sobre el total de activos que a continuación se indican:

RANGO DE ACTIVOS		RANGO DE ACTIVOS		TARIFAS	TARIFAS	RANGO DE ACTIVOS		RANGO DE ACTIVOS		TARIFAS	TARIFAS
En salarios mínimos		Pesos		SS.M.M.L.V.	En \$	En salarios mínimos		Pesos		SS.M.M.L.V.	En \$
Mayor a	Menor e Igual	Mayor a	Menor e Igual			Mayor a	Menor e Igual	Mayor a	Menor e Igual		
0	2	0	1.562.484	5,24	41.000	280	297	218.747.760	232.028.874	146,50	1.145.000
2	4	1.562.484	3.124.968	7,34	57.000	297	316	232.028.874	246.872.472	148,95	1.164.000
4	5	3.124.968	3.906.210	9,79	76.000	316	332	246.872.472	259.372.344	151,05	1.180.000
5	7	3.906.210	5.468.694	10,84	85.000	332	350	259.372.344	273.434.700	154,20	1.205.000
7	9	5.468.694	7.031.178	12,94	101.000	350	524	273.434.700	409.370.808	159,44	1.246.000
9	11	7.031.178	8.593.662	14,68	115.000	524	700	409.370.808	546.869.400	166,08	1.297.000
11	12	8.593.662	9.374.904	16,08	126.000	700	875	546.869.400	683.586.750	171,33	1.339.000
12	14	9.374.904	10.937.388	17,83	139.000	875	1.050	683.586.750	820.304.100	175,52	1.371.000
14	16	10.937.388	12.499.872	20,28	158.000	1.050	1.224	820.304.100	956.240.208	179,02	1.399.000
16	18	12.499.872	14.062.356	22,38	175.000	1.224	1.399	956.240.208	1.092.957.558	181,82	1.420.000
18	19	14.062.356	14.843.598	23,78	186.000	1.399	1.574	1.092.957.558	1.229.674.908	183,92	1.437.000
19	21	14.843.598	16.406.082	25,52	199.000	1.574	1.748	1.229.674.908	1.365.611.016	186,01	1.453.000
21	23	16.406.082	17.968.566	26,92	210.000	1.748	2.098	1.365.611.016	1.639.045.716	188,46	1.472.000
23	25	17.968.566	19.531.050	28,67	224.000	2.098	2.448	1.639.045.716	1.912.480.416	191,26	1.494.000
25	26	19.531.050	20.312.292	30,77	240.000	2.448	2.797	1.912.480.416	2.185.133.874	193,36	1.511.000
26	28	20.312.292	21.874.776	33,82	249.000	2.797	3.147	2.185.133.874	2.458.568.574	194,75	1.521.000
28	30	21.874.776	23.437.260	33,57	262.000	3.147	3.497	2.458.568.574	2.732.003.274	196,85	1.538.000
30	31	23.437.260	24.218.502	35,66	279.000	3.497	5.245	2.732.003.274	4.097.614.290	200,35	1.565.000
31	33	24.218.502	25.780.986	37,41	292.000	5.245	6.993	4.097.614.290	5.463.225.306	205,94	1.609.000
33	35	25.780.986	27.343.470	38,81	303.000	6.993	8.741	5.463.225.306	6.828.836.322	212,94	1.664.000
35	52	27.343.470	40.624.584	45,45	355.000	8.741	10.490	6.828.836.322	8.195.228.580	218,88	1.710.000
52	70	40.624.584	54.686.940	54,54	426.000	10.490	12.238	8.195.228.580	9.560.839.596	220,98	1.726.000
70	87	54.686.940	67.968.054	63,99	500.000	12.238	13.986	9.560.839.596	10.926.450.612	223,78	1.748.000
87	105	67.968.054	82.030.410	73,43	574.000	13.986	15.734	10.926.450.612	12.292.061.628	226,92	1.773.000
105	123	82.030.410	96.092.766	83,57	653.000	15.734	17.483	12.292.061.628	13.658.453.886	231,47	1.808.000
123	140	96.092.766	109.373.880	93,01	727.000	17.483	34.965	13.658.453.886	27.316.126.530	244,06	1.907.000
140	158	109.373.880	123.436.236	103,15	806.000	34.965	69.930	27.316.126.530	54.632.253.060	245,10	1.915.000
158	175	123.436.236	136.717.350	113,29	885.000	69.930	104.895	54.632.253.060	81.948.379.590	246,15	1.923.000
175	192	136.717.350	149.998.464	131,47	1.027.000	104.895	139.860	81.948.379.590	109.264.506.120	246,85	1.928.000
192	210	149.998.464	164.060.820	133,92	1.046.000	139.860	174.825	109.264.506.120	136.580.632.650	247,55	1.934.000
210	228	164.060.820	178.123.176	136,36	1.064.000	174.825	349.650	136.580.632.650	273.161.265.300	248,25	1.939.000
228	245	178.123.176	191.404.290	138,81	1.084.000	349.650	699.300	273.161.265.300	546.322.530.600	251,05	1.961.000
245	262	191.404.290	204.685.404	141,61	1.106.000	699.300	874.125	546.322.530.600	682.903.163.250	256,99	2.008.000
262	280	204.685.404	218.747.760	143,71	1.123.000	874.125	En Adelante	682.903.163.250	En Adelante	259,79	2.030.000

Simulador de Tarifas

📍 LAS TARIFA CORRESPONDIENTE PARA SU NEGOCIO ES:

Valor por derechos de

Comunicación: **\$173.000**

Esta tarifa esta sujeta a verificación

Volver a calcular

Punto Atención Principal Carrera 17 No. 35-70 Teusaquillo (Barrio la Soledad) Bogotá DC - Colombia - Atención de Lunes a Viernes 9:00 am a 4:00 pm

Modalidad marcas	En línea	En fisico	Descuento
Solicitud de registro de marca de productos o servicios presentadas por micro, pequeñas y medianas empresas (Mipyme), incluidas las modificaciones relacionadas con limitaciones de productos o servicios, que no sea divisional y cambios secundarios en el signo	\$665.500	\$811.500	25%

ANEXO Q.
DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS

Es el mecanismo por el que se conoce el desgaste y pérdida de valor de los activos fijos del restaurante, para realizar la depreciación se realiza el cálculo por método de línea recta, ya que este consiste en suponer el desgaste constante con el paso del tiempo.

Ecuación 6. Depreciaciones

$$Depreciación = \frac{\text{Valor del activo}}{\text{Vida útil del activo}}$$

Fuente: <https://www.gerencie.com/depreciacion-en-linea-recta.html>(Consultado 02/05/2018)

A continuación, se describe la vida útil de los activos que hacen parte del restaurante.

Concepto	Vida útil (años)
Construcción	20
Maquinaria y equipo	10
Muebles y enseres	10
Equipo de computo	5

Fuente: <http://edictosyavisosdeley occidente.co/index.php/2018/03/07/ladepreciacion-de-los-activos-fijos-y-la-reforma-tributaria/> (Consultado 02/05/2018)

Se realiza la depreciación implementando el método anteriormente mencionado, en donde se realiza la depreciación por área administrativa, producción y ventas, es importante tener en cuenta que por el área total de la construcción se tomó los porcentajes correspondientes a cada área dependiendo del área que ocupó en el total de la construcción, y a partir de allí hallar la depreciación correspondiente a cada área.

Concepto	Costo total	Años	Dep- Anual	Producción	Administración	Ventas
Maquinaria Equipos	26.882.000	10	2.688.200	2.688.200		
Equipo de cómputo y tec.	3.405.000	5	681.000		681.000	
Muebles y Enseres	1.477.000	10	147.700			147.700
Construcción (ÁREA 100M2)						
Administración (20%)	14.000.000	20			700.000	
Producción (50%)	35.000.000	20	1.750.000	1.750.000		
Ventas (30%)	21.000.000	20	1.050.000			1.050.000
Totales anuales			7.016.900	4.438.200	1.381.000	1.197.700

ANEXO R.
COSTOS DE PRODUCCIÓN

COSTO DE MATERIA PRIMA

Son todo los elementos o insumos necesarios para la elaboración de los productos del restaurante, a continuación, se describen en costo unitario de cada uno de los productos ofrecidos en el menú, descrito por insumo en su ficha técnica ya elaborada en el capítulo 3 “ESTUDIO TÉCNICO”., tomando como partida la cantidad de platos a producir de cada producto anualmente y así obteniendo el valor total anual de los costos de materia prima.

Se describe el costo de materia prima del año base y a partir de este se realiza la proyección para los otros años ya descrito en el “ESTUDIO FINANCIERO”

<u>Producto</u>	<u>Costo M.P (\$)</u>	<u>Unidades</u>	<u>Costo M.P (\$)</u>
Helado rojito y chapeadito	2.047	4.512	9.233.552
helado amarillo y acidito	2.500	4.512	11.279.687
Helado toquecito final	2.033	4.512	9.172.642
Crepe Delicio	2.930	4.512	13.219.794
Crepe Silvestre	2.897	4.512	13.071.989
Crepe Criollito	3.842	4.512	17.336.428
Crepe Capresa	3.539	4.512	15.969.330
Crepe Ahumadito	3.983	4.512	17.968.542
Total (\$)	23.771	36.095	107.251.966

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

Son los costos que no se pueden asociar directamente al producto, que no pueden ser adjudicados a una orden de trabajo o a una unidad de producto, como los son los servicios públicos, mano de obra indirecta y gastos indirectos de fabricación.

- **Servicios públicos.** Para realizar la elaboración de cada uno de los productos que se ofrecen en el menú del restaurante, se debe estipular un costo de gastos públicos, el cual se dividió por el porcentaje ya establecido a partir de del área total de construcción, es importante recordar que el lote cuenta con 100 m².

Área	Porcentaje
Producción	50%
Administrativo	20%
Ventas	30%
Total	100%

A continuación, se describe los costos de servicios públicos, realizando una estimación anual por medio del estrato social donde se ubica el restaurante y el consumo de un local comercial, en donde se tiene en cuenta servicios de energía, luz, agua, gas y teléfono.

Servicios	Área	Costo mensual	Producción	Administración	Ventas
Agua	Administración (20%)	100.000			
		20.000		20.000	
	Producción (50%)	50.000	50.000		
	Ventas (30%)	30.000			30.000
Luz	Administración (20%)	300.000			
		60.000		60.000	
	Producción (50%)	150.000	150.000		
	Ventas (30%)	90.000			90.000
Gas	Producción 100%	220.000	220.000		
admiración 100%	100.000		100.000		
Teléfono					
	Total, mensual		420.000	180.000	120.000
	Total, anual		5.040.000	2.160.000	1.440.000

Se presenta la proyección de servicios públicos partiendo como base el total anual anteriormente descrito.

Año	Inflación	Producción (\$)	Administración (\$)	Ventas (\$)
2019	0,9%	5.040.000	2.160.000	1.440.000
2020	0,9%	5.493.600	2.354.400	1.569.600
2021	0,9%	5.988.024	2.566.296	1.710.864
2022	0,9%	6.526.946	2.797.263	1.864.842
2023	0,9%	7.114.371	3.049.016	2.032.678

A continuación, se describe los costos indirectos de fabricación por producto teniendo en cuenta la información ya descrita anteriormente y las unidades anuales a producir, dando así el total de costos indirectos de fabricación anualmente.

Producto	C.I.F	Unidades	CIF
Helado rojito y chapeadito	203	4.512	915.220
helado amarillo y acidito	203	4.512	915.220
Helado toquecito final	203	4.512	915.220
Crepe Delicio	269	4.512	1.215.869
Crepe Silvestre	269	4.512	1.215.869
Crepe Criollito	350	4.512	1.580.793
Crepe Capresa	350	4.512	1.580.793
Crepe Ahumadito	350	4.512	1.580.793
Total	2199	36.095	9.919.776

MANO DE OBRA

Se tiene en cuenta la mano de obra directa necesaria para la producción de los productos, donde se toma el salario de cada uno de estos descritos en el Capítulo 4 “ESTUDIO ADMINISTRATIVO”.

A continuación, se realiza el costo de mano de obra con respecto a las unidades producidas anualmente y así tener el costo total anual de mano de obra de la producción.

Producto	Costo M.O	Unidades	Costo M.O
Helado rojito y chapeadito	923	4.512	4.165.750
helado amarillo y acidito	923	4.512	4.165.750
Helado toquecito final	923	4.512	4.165.750
Crepe Delicio	1.227	4.512	5.534.196
Crepe Silvestre	1.227	4.512	5.534.196
Crepe Criollito	1.595	4.512	7.195.202
Crepe Capresa	1.595	4.512	7.195.202
Crepe Ahumadito	1.595	4.512	7.195.202
Total	10.007	36.095	45.151.245

ANEXO S.
PRECIO DE VENTA

Para establecer el precio de venta de cada producto, se toma un margen de utilidad esperado, aplicando la siguiente ecuación

$$PV = \frac{\text{Costo de producción}}{1 - \% \text{ de utilidad}}$$

Fuente: <https://www.gerencie.com/determinando-el-precio-de-venta-con-base-al-costo.html>.(Consultado 02/05/2018)

Producto	Costo M.P (\$)	C.I.F (\$)	Costo M.O (\$)	Costo UND (\$)	P.Venta/UND\$	P. Venta (\$)
Helado rojito y chapeadito	2.047	203	923	3.173	7.932	35.786.304
helado amarillo y acidito	2.500	203	923	3.626	9.065	40.901.642
Helado toquecito final	2.033	203	923	3.159	7.898	35.634.028
Crepe Delicio	2.930	269	1.227	4.426	7.377	33.283.097
Crepe Silvestre	2.897	269	1.227	4.393	7.322	33.036.756
Crepe Criollito	3.842	350	1.595	5.787	9.646	43.520.706
Crepe capresa	3.539	350	1.595	5.484	9.141	41.242.209
Crepe ahumadito	3.983	350	1.595	5.928	9.879	44.574.229
Total	23.771	2199	10.007			307.978.969

Para el precio de venta unitario se toma para los helados un margen de utilidad del 60% y para los crepes un margen del 40%, también para este precio se tiene en cuenta el cuestionario realizado en el capítulo 2 “ESTUDIO DE MERCADO” en donde una de las preguntas, es ¿cuánto estaría dispuesto a pagar por estos productos?, y el porcentaje más alto quedo en el rango entre \$6000 y \$10.000.

Se realiza la proyección teniendo en cuenta las unidades a producir en los siguientes cinco años por el precio de venta estimado, se proyectan las unidades tomando como base la demanda de unidades a producir establecido en el “ESTUDIO DE MERCADO, las tablas proyectadas a continuación están dadas en COP.

Producto	Unidades	2019		Unidades	2020	
		P. Venta/UND	P. Venta Total		P. Venta/UND	P. Venta Total
Helado rojito y chapeadito	4.512	7.932	35.786.304	4.918	8.373	41.177.005
helado amarillo y acidito	4.512	9.065	40.901.642	4.918	9.609	47.254.539
Helado toquecito final	4.512	7.898	35.634.028	4.918	8.336	40.996.086
Crepe Delicio	4.512	7.377	33.283.097	4.918	7.799	38.356.233
Crepe Silvestre	4.512	7.322	33.036.756	4.918	7.740	38.063.555
Crepe Criollito	4.512	9.646	43.520.706	4.918	10.200	50.163.151
Crepe capresa	4.512	9.141	41.242.209	4.918	9.650	47.456.069
Crepe ahumadito	4.512	9.879	44.574.229	4.918	10.455	51.414.842
Total	36.095		307.978.969	39.344		354.881.479

Producto	Unidades	2021		Unidades	2022	
		P. Venta/UND	P. Venta Total		P. Venta/UND	P. Venta Total
Helado rojito y chapeadito	5.361	8.784	47.089.659	5.843	9.239	53.983.425
helado amarillo y acidito	5.361	10.131	54.310.377	5.843	10.707	62.562.360
Helado toquecito final	5.361	8.744	46.874.710	5.843	9.195	53.728.044
Crepe Delicio	5.361	8.198	43.947.844	5.843	8.639	50.475.163
Crepe Silvestre	5.361	8.134	43.600.114	5.843	8.568	50.062.025
Crepe Criollito	5.361	10.724	57.488.466	5.843	11.303	66.040.760
Crepe Capresa	5.361	10.124	54.272.181	5.843	10.649	62.219.492
Crepe Ahumadito	5.361	11.002	58.975.599	5.843	11.605	67.807.623
Total	42.884		406.558.949	46.744		466.878.891

Producto	2023		
	Unidades	P. Venta/UND	P. Venta Total
Helado rojito y chapeadito	6.369	9.740	62.031.582
helado amarillo y acidito	6.369	11.340	72.224.178
Helado toquecito final	6.369	9.692	61.728.165
Crepe Delicio	6.369	9.123	58.104.206
Crepe Silvestre	6.369	9.046	57.613.358
Crepe Criollito	6.369	11.939	76.037.837
Crepe Capresa	6.369	11.226	71.497.806
Crepe Ahumadito	6.369	12.269	78.137.040
Total	50.951		537.374.171

ANEXO T.
GASTOS

Indica el desembolso de una cantidad de dinero del restaurante, el cual aumenta la deuda o pérdida y disminuye el beneficio⁸⁷.

Gastos administrativos. Estos son los gastos en los que incurre el restaurante, los cuales no están directamente vinculados con la fabricación de los productos, y son los gastos vinculados a la organización del restaurante. Son gastos no técnicos necesarios para el funcionamiento básico del restaurante.

- **Gastos de nómina.** Para los gastos de nómina aplicados a los gastos administrativos, se encuentra el salario del Gerente General, el auxiliar de aseo y el contador el cual ya cuentan con una estructura salarial establecida en el “ESTUDIO ADMINISTRATIVO”
- **Servicios públicos.** Para los gastos administrativos se tienen en cuenta el porcentaje que se le estableció anteriormente a cada área, y la suma del total establecido para administración por cada servicio.
- **Depreciaciones.** Se tienen en cuenta las depreciaciones anuales de los activos fijos estipulados anteriormente, haciendo parte de gastos administrativos.
- **Equipo de celular.** Hace parte de los gastos administrativos, pero no se realiza proyección para los años siguientes, ya que su valor solo se incluye para el año 2019.
- **Diferidos.** Se incluyeron los cargos diferidos a los gastos administrativos, ya que hace parte de los diferidos, el mercadeo el cual ya se estableció en el “ESTUDIO DE MERCADO”, los gastos de constitución de la empresa y la seguridad industrial como se mostró en el “ESTUDIO FINANCIERO” en la distribución de diferidos.

A continuación, se describe los gastos administrativos con su respectiva proyección a cinco años.

⁸⁷ REVISOR. ¿Qué es un gasto? [En línea]. [02 de mayo de 2018]. Disponible en: <https://www.revisor.com/es/que-es-un-gasto>

Gastos	2019	2020	2021	2022	2023
Nómina	40.424.000	43.426.000	45.880.000	48.334.000	50.751.000
Servicios Públicos	2.160.000	2.354.000	2.566.000	2.797.000	3.049.000
Nómina aseo	6.000.000	6.540.000	7.129.000	7.770.000	8.469.000
Nómina contador	8.400.000	9.156.000	9.980.000	10.878.000	11.857.000
Depreciaciones	1.381.000	1.381.000	1.381.000	1.381.000	1.381.000
Capacitaciones	124.000	129.000	134.000	138.000	142.000
Diferidos	1.540.000	1.540.000	1.540.000	1.540.000	1.540.000
Total (\$)	60.029.000	64.527.000	68.609.000	72.839.000	77.190.000

Gastos de ventas. Hacen parte todos los costos asociados a las ventas de los productos, desde la nómina hasta la publicidad y consumibles.

- **Gastos de nómina.** En los gastos de nómina para los gastos de venta, hacen parte los puestos de trabajo del mesero y el cajero, ya que están asociados, a la venta de los productos, se toman los salarios de la estructura salarial del capítulo 4 “ESTUDIO ADMINISTRATIVO”
- **Servicios públicos.** Para los gastos de ventas se tienen en cuenta el porcentaje que se le estableció anteriormente a cada área, y la suma del total establecido para administración por cada servicio.
- **Depreciaciones.** Se tienen en cuenta las depreciaciones anuales de los activos fijos estipulados anteriormente, haciendo parte de gastos de ventas.
- **Consumibles.** Hacen parte de los consumibles (servilletas, vasos cartón, cucharas desechables, platos desechables, entre otros) ya que están directamente asociados a la venta del producto.
- **Publicidad.** Todas las promociones, o información del restaurante, con el fin de ampliar su demanda, hace parte directa de los gastos de ventas.

Gastos	2019	2020	2021	2022	2023
Nómina	41.623.000	44.888.000	47.409.000	49.933.000	52.420.000
Servicios Públicos	1.440.000	1.570.000	1.711.000	1.865.000	2.033.000
Depreciaciones	1.198.000	1.198.000	1.198.000	1.198.000	1.198.000
Consumibles	1.086.000	1.184.000	1.290.000	1.406.000	1.533.000
Capacitaciones	271.000	281.000	292.000	302.000	311.000
Publicidad	1.800.000	1.962.000	2.139.000	2.331.000	2.541.000
Total	47.418.000	51.082.000	54.038.000	57.035.000	60.035.000
