

**Estudio de Factibilidad para la Creación de una Empresa Productora y Comercializadora
de Alimentos Saludables Tipo Gourmet**



Investigadoras

Ángela Ballén Sánchez

Leidy Tirado Traslaviña

Universidad de Cartagena

Facultad de Ciencias Económicas

Programa de Gestión Gerencial

Cartagena de Indias D. T. y C.,

2017

**Estudio de Factibilidad para la Creación de una Empresa Productora y Comercializadora
de Alimentos Saludables Tipo Gourmet**

Investigadoras

Ángela Ballén Sánchez

Leidy Tirado Traslaviña

Asesor:

Cesar Sarmiento Niño

Monografía presentada como requisito para optar el título de:

Especialista en Gestión Gerencial

Universidad de Cartagena

Facultad de Ciencias Económicas

Programa de Gestión Gerencial

Cartagena de Indias D. T. y C.,

2017

Tabla de Contenido

	Pág.
Capítulo 1: Introducción	10
1.1. Descripción del Proyecto	10
1.1.1. Descripción Del Problema.....	10
1.2. Planteamiento de la Pregunta o Problema.....	11
1.3. Justificación.....	11
1.4. Objetivos	13
1.4.1. General.....	13
1.4.2. Específicos.....	13
Capítulo 2: Mercadeo.....	14
2. Metodología Propuesta	14
2.1. Delimitación De La Investigación.....	14
2.1.1. Delimitación espacial.	14
2.1.2. Delimitación temporal.	14
2.2. Tipo de Investigación.....	14
2.3. Fuentes de Recolección de Datos.....	15
2.3.1 Fuentes de recolección primaria.	15
2.3.2 Fuentes de recolección secundaria	15
2.4. Población y Muestra.....	15
2.5. Procesamiento y Análisis de la Información.....	16
2.6. Análisis Del Sector.....	17

2.7. Estudio de Mercados a Través de Encuestas.....	20
2.8. Análisis de Encuestas	21
2.9. Análisis de Resultados	34
2.9.1. Localización.....	35
2.10. Análisis de Clientes.....	36
2.11. Análisis de Competencia.....	36
2.12. Realización de Marketing.....	37
2.12.1. Concepto del producto y servicio	37
2.13. Estrategias de Distribución.....	37
2.14. Estrategias de precios.	37
2.15. Estrategias de Promoción.....	38
2.16. Estrategias de Comunicación	39
2.17. Estrategias de Servicio	40
Capítulo 3.....	41
3. Análisis Técnico y Operativo.....	41
3.1. Necesidades y Requerimientos.....	41
3.2. Plan de Compras.....	46
3.3. Criterio de Evaluación de Proveedores	46
3.4. Inventario	47
3.5. Recepción y Almacenamiento de Alimentos	47
3.5.1. Almacenamiento de Productos Perecederos.....	48
3.5.2. Almacenamiento de Productos Secos.....	48
3.6. Control de Calidad	49
3.7. Descripción del Plan de Operaciones.....	50
3.8. Capacidad de Producción.....	51

3.9. Planos Diseño María Palenque.....	52
3.10. Carta	53
3.11. Organigrama.....	57
3.12. Manual de Funciones.....	58
3.12.1. Administrador.....	58
Características Específicas	58
3.12.2. Administrador 2. Jefe de Costos.....	63
3.12.3. Relaciones Públicas y Ventas.....	66
3.12.4. Almacén.....	69
3.12.5. Personal Operativo.	73
3.12.6. Capitán de Meseros.	74
3.12.7. Mesero.	78
3.12.8. Personal de Cocina.	83
3.12.9. Jefe de Cocina.....	85
3.12.10. Auxiliar de Cocina Caliente.	88
3.12.11. Auxiliar de Cocina Fría.	90
Capítulo 4. Factibilidad Financiera Recursos	93
5. Resultados.....	97
Conclusiones.....	98
Recomendaciones	99
Referencias Bibliográficas	100
Anexos	101

Lista de Gráficos

	Pág.
Gráfico 1. ¿En qué actividad se desempeña actualmente?	21
Gráfico 2. ¿Dentro de la zona donde trabaja, consume fuera de su casa alguno de los siguientes alimentos o comidas?	21
Gráfico 3. ¿Qué lugares o establecimientos suele frecuentar para desayunar, almorzar o cenar?	22
Gráfico 4. ¿Cuál es el gasto promedio que realiza para la alimentación y bebidas durante el día?	23
Gráfico 5. ¿Considera usted que es importante cuidar su alimentación?	23
Gráfico 6. ¿Cuál de los siguientes productos has consumido?	24
Gráfico 7. ¿Cuándo piensa en alimentos saludables en cuál es el primero alimento que recuerda?	24
Gráfico 8. ¿Durante el último mes cuantas veces al día, a la semana o al mes usted consumió alimentos comprados en un establecimiento de comida saludable?	25
Gráfico 9. ¿Asistiría usted a un establecimiento de comida saludable tipo gourmet?	26
Gráfico 10. Diga cual son sus razones por las que SI le atrae un establecimiento de comida saludable de tipo gourmet	26
Gráfico 11. Diga cuál es su razón por las que NO le atrae un establecimiento de comida saludable tipo gourmet	27
Gráfico 12. ¿Conoce ud en cartagena un establecimiento de comida saludable tipo gourmet? ...	28

Gráfico 13. ¿Estaría usted dispuesto a pagar más dinero por Alimento y bebidas libres de colorantes, conservantes y sabores artificiales?.....	28
Gráfico 14. Cuando piensa en comida saludable cuales de las siguientes imagina.....	29
Gráfico 15. Usted o alguien de su familia, amigo o conocido es alérgico o presenta intolerancia a uno de los siguientes productos	30
Gráfico 16. ¿Frecuenta ud algún establecimiento de comida saludable tipo gourmet en Cartagena?.....	30
Gráfico 17. ¿En qué rango de clasificación se encuentra su edad?	31
Gráfico 18. ¿Los miembros de su familia cuantas personas son?.....	31
Gráfico 19. ¿En qué supermercado compran normalmente los alimentos en su casa?.....	32
Gráfico 20. ¿Qué porcentaje del mercado de su casa se hace en tiendas de barrio?	32
Gráfico 21. ¿Qué porcentaje del mercado de su casa se hace en supermercados?	33
Gráfico 22. ¿En qué porcentaje se considera usted una persona que cuida se su salud al momento de alimentarse?.....	33
Gráfico 23. ¿En qué porcentaje considera usted que su familia cuida se su salud al momento de alimentarse?	34

Lista de Ilustraciones

	Pág.
Ilustración 1	41
Ilustración 2	42
Ilustración 3	42
Ilustración 4	43
Ilustración 5	43
Ilustración 6	44
Ilustración 7	44
Ilustración 8	44
Ilustración 9. Plano Diseño Planta Nivel 1	52
Ilustración 10. Plano Diseño Planta Nivel 2	52
Ilustración 11	57

Lista de Tablas

	Pág.
Tabla 1	45
Tabla 2	93
Tabla 3	93
Tabla 4	94
Tabla 5	94
Tabla 6	94
Tabla 7	94

Capítulo 1: Introducción

1.1. Descripción del Proyecto

1.1.1. Descripción Del Problema. Las estadísticas permiten ver en Cartagena una ciudad con baja inclusión social y oportunidad, esto afecta a familias de todos los estratos sociales principalmente estratos 1, 2,3 y 4, la nutrición en los hogares cartageneros se ve afectada por los costos de vida y malos hábitos alimenticios, un consumo insuficiente de frutas, verduras, proteínas alimentos con balance nutricional adecuado e ingesta de alimentos de bajo nivel nutricional. (S, González, Díaz S, 2011)

Un porcentaje importante de la población de la ciudad de Cartagena de indias, presentó factores de riesgo para enfermedad cardiovascular, especialmente en lo referente a malos hábitos alimenticios, inactividad física, consumo de alcohol, sobrepeso - obesidad, dislipidemia, siendo factores modificables, se hace necesario implementar estrategias de prevención que conduzcan a estilos de vida saludable, para mejorar la calidad de vida futura de esta población. (Cabarcas, Pulgar y Alvear, 2014)

La venta de alimentos o comidas rápidas (Food Fast) se concentra en puntos de venta popular, sin adecuadas medidas sanitarias, ausencia de cadena de frío para la conservación de alimentos.

Se suma a este proyecto el interés de conocer sobre el aumento de tendencias en alimentación fitness, donde se observa una población con interés en el cuidado de la salud al consumir alimentos saludables, libres de gluten y bajos en proteína cárnicas, se encuentra una tendencia mundial de pacientes intolerantes a alimentos con gluten y carne animal roja.

Hoy la tendencia de crecimiento de los negocios relativos a salud y vanidad es generalizada en el mundo y uno de los principales factores que la alimentan es la obesidad, que se identifica, cada vez más, como un problema de salud pública universal que no parece reconocer límites ni geográficos, ni sociodemográficos, las investigaciones sobre los factores de la epidemia se centran sobre algunas de las condiciones sociales y económicas que imperan en las sociedades actuales. (Gutiérrez - Fisac, López y Rodríguez, 2003)

Las comidas fast food en el mercado de masas permite observar como los clientes se alejan de McDonald's y de la cultura de masas de forma generalizada. La consecuencia ha sido la emergencia de una tendencia de consumo basada en viajes culturales, los alimentos biológicos, las herramientas profesionales de calidad, y los materiales naturales. (Noren, y otros, 2007)

Es así como despierta el interés de conocer en la ciudad de Cartagena que factibilidad hay de generar un nuevo producto y si así lo requiere la sociedad una compañía que satisfaga la necesidad de consumir alimentos saludables libres de carne roja y gluten, apoyando al consumo saludable y sano de productos con fácil acceso y obtención en el mercado.

1.2. Planteamiento de la Pregunta o Problema

¿Cómo desarrollar un plan de negocios para la creación de una empresa productora y comercialización de alimentos saludables tipo Gourmet en Cartagena de Indias?

1.3. Justificación

La industria alimenticia gira entorno a nuevas tendencias en consumo, el cuidado de la salud, la intolerancia al consumo de carnes, el cuidado de la madre tierra bajo la protección del agua y

la sensibilidad de las nuevas generaciones hacia el cuidado de los animales y la preservación de especies, son temas que han generado oportunidad de innovación para la industria alimenticia.

Es pertinente en la búsqueda de crecimiento y futuro económico regional realizar este estudio de factibilidad por la oportunidad de poner en práctica los conocimientos adquiridos en desarrollo y gerencia empresarial. El grupo investigador espera con la ejecución de este proyecto investigativo lograr una buena experiencia al encontrar un nicho de mercado posible que permita la producción y comercialización de alimentos saludables sin carne rojas y libres de gluten; también se pretende aprender dentro de la marcha del mismo visualizar la creación de empresa dentro de este segmento de alimentos saludables. Acceder con investigación un mercado poco explorado en Cartagena aportara crecimiento económico, motivando a pequeños y nuevos empresarios a producir y comercializar productos línea fitness balanceados nutricionalmente.

El estudio será útil para la universidad de Cartagena, al formar profesionales para que sean empresarios que aporten al crecimiento Económico del País, generen nuevas fuentes de empleo, progreso y sean parte activa y creativa en satisfacer necesidades de la población brindando la comercialización de productos saludables que aporten a la salud de los pobladores y visitantes de la ciudad.

El grupo investigador tiene en sus objetivos encontrar resultados concretos, que permitan evidenciar la oportunidad de diferenciar cuales son las maneras efectivas de ingresar a mercados potenciales de manera más exitosa, aportando solución de alimentación sana balanceada con un alimento de rápida preparación bajo el concepto Fast Food que supla necesidades insatisfechas encontrada y que contribuya con la salud delos consumidores.

La investigación contribuirá al cuidado del medio ambiente aportando protección del agua, facilitado ingresar productos que disminuyan el consumo de carnes rojas en los pobladores.

Los propietarios de comidas Fast food han logrado satisfacer necesidades de la población al optimizar el tiempo de preparación de alimentos, precios asequibles a todos los pobladores, sin embargo, se dejado a un lado en lo que se ha convertido la salud de la población como un problema de salud pública con el incremento de la obesidad y enfermedades cardiovasculares en los pobladores.

1.4. Objetivos

1.4.1. General. Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercialización de alimentos saludables tipo Gourmet en Cartagena de Indias.

1.4.2. Específicos.

- Hacer una caracterización de negocio teniendo en cuenta la oferta y demanda, la competencia, el precio, el mercado y los sectores de una empresa productora y comercialización de alimentos saludables tipo Gourmet en Cartagena de Indias.
- Determinar la fase operativa y organizacional del negocio desde la visión del marketing planes de ventas y presupuesto de plan de mercadeo de una empresa productora y comercialización de alimentos saludables tipo Gourmet en Cartagena de Indias.
- Determinar la factibilidad financiera de una empresa productora y comercialización de alimentos saludables tipo Gourmet en Cartagena de Indias.

Capítulo 2: Mercadeo

2. Metodología Propuesta

2.1. Delimitación De La Investigación

2.1.1. Delimitación espacial. El proyecto se desarrollará en la ciudad de Cartagena Centro Histórico Sector Getsemaní, Departamento de Bolívar, Colombia.

2.1.2. Delimitación temporal. El proyecto de investigación abarcará la información de comportamiento de mercado y variables de factibilidad asociadas comprendidas entre 2.010 - 2017 disponible de Colombia y Departamento de Bolívar tomando como ciudad central Cartagena donde se concentra la mayor población de Departamento. El año 2.017 corresponde al año en se aplicarán las encuestas.

2.2. Tipo de Investigación

La presente investigación, por su naturaleza y alcance, se clasifica como explicativa y propositiva. Se considera explicativa, debido a que busca el comportamiento del mercado y las causas a partir del cual se va a analizar la factibilidad de modelo empresarial para la creación de empresa productora y comercializadora de alimentos saludables tipo Gourmet en Cartagena. Por su parte, es propositiva, puesto que, con la información anterior, se podrá plantear un procedimiento adecuado con sus acciones para el desarrollo de negocios.

2.3. Fuentes de Recolección de Datos

2.3.1 Fuentes de recolección primaria. Las fuentes de información primaria a utilizar en el estudio de factibilidad para la creación de empresa productora y comercializadora de alimentación saludable tipo gourmet artesanales, lo que hace referencia a las encuestas que realizamos utilizando el objeto de estudio. La segunda fuente primaria es una entrevista dirigida a dueños de restaurantes Acción de Gracias y San Valentín ubicada en Getsemaní y en el centro histórico que estén interesados en ampliar sus opciones veganas o alimentos saludables fitness tipo gourmet para adquirir los productos.

2.3.2 Fuentes de recolección secundaria. en esta investigación las fuentes secundarias usadas serán libros, estudios realizados anteriormente sobre el tema, fuentes estadísticas de la Universidad de Cartagena, así como artículos de revistas especializadas disponibles en motores de búsqueda, tales como Search EBSCOHost, Science, Dialnet, entre otros.

2.4. Población y Muestra

En este caso se tomará para el estudio una población; conformada por comensales habitantes de la ciudad de Cartagena, turistas y visitantes temporales que frecuentan los restaurantes Acción de Gracias y San Valentín. Por lo tanto, el cálculo de las muestras, de forma que sea representativa de la población en estudio, se hace uso de la fórmula estadística siguiente:

$n = \frac{z^2 Npq}{(N-1) e^{(2)} + z^2 pq}$, en donde:

p= Probabilidad de que un fenómeno ocurra.

q= Probabilidad de que un fenómeno no ocurra

N= Tamaño de la población

n= Tamaño de la muestra

Z= Correspondiente al nivel de confianza elegido, que en este caso será del 95%

e= Error maestral permitido, que para este caso será el 5%

Para fines de nuestro análisis, se establecerá un intervalo de confianza del 95%, que da un valor de $z = 1.65$ y un error muestral permitido del $e = 5\%$. En este trabajo de investigación, a los valores parámetros p y q se asignarán los valores $p = 0.5$ y $q = 0.5$. Los resultados del cálculo de la muestra, de acuerdo a los parámetros previamente definidos, arrojan que la encuesta será aplicada a un total de la población de pregrado de 323.840 habitantes. La muestra será seleccionada mediante muestreo aleatorio simple.

$$\frac{(1.92)^2 \times 323840 \times 0.5 \times 0.5}{(323840 - 1) \times (0.088)^2 + (1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5} =$$

$$\left\{ \frac{18653184000}{156798101}, 119 \frac{151008082}{156798101} \right\} \approx 118.9630734112016$$

2.5. Procesamiento y Análisis de la Información

Fase 1. Se aplicarán las encuestas en los restaurantes Acción de Gracias ubicados en el Centro histórico sector Getsemaní.

Fase 2: levantamiento de la base de datos información recolectada en las encuestas sobre hábitos de consumo, hábitos saludables de acuerdo al diseño de aplicación del cuestionario.

Fase 3: se realizará el análisis de variables.

Fase 4: se determinará la fase operativa y organizacional del negocio desde la visión del marketing planes de ventas y presupuesto de plan de mercadeo de una empresa productora y comercialización de alimentos saludables tipo Gourmet en Cartagena de Indias.

Fase 5: Se determinará de la factibilidad financiera de una empresa productora y comercialización de alimentos saludables tipo Gourmet en Cartagena de Indias.

Fase 6: en esta última fase se presentará la factibilidad y plan de negocios para la creación de una empresa productora y comercialización de alimentos saludables tipo Gourmet en Cartagena de Indias.

2.6. Análisis Del Sector

El sector de comercio y de los restaurantes en Colombia corresponde al sector terciario o de servicios, en el cual se incluyen todas las actividades que no producen una mercancía. Sin embargo, su operación y desarrollo representan un pilar para crecimiento económico del país y en especial para la ciudad de Cartagena de Indias, donde ha logrado ser el sector de comercio, restaurantes, hoteles, transporte crecimiento y sostenibilidad económica de la región.

Los Restaurantes son un sector altamente competitivo, donde el factor innovación corresponde a la creación de nuevas tendencias, estilos, sabores, ambientes que permitan integral la cultura regional a conceptos de vida saludable como motores de apalancamiento económico regional.

Siguiendo a Porter en su estudio sobre los determinantes del éxito competitivo de los sectores económicos nacionales en el mercado internacional la competitividad depende de la capacidad de las empresas para innovar y mejorar sus productos de manera sostenida, y no de factores como la

disponibilidad de recursos naturales o de mano de obra barata, es decir bajo esta visión predominan las ventajas competitivas sobre las comparativas. Hasta aquí lo que corresponde a las empresas; sin embargo, la capacidad de innovar de estas depende de un conjunto de factores del entorno nacional conocidos como determinantes de la competitividad. Según Porter no son los territorios los que compiten sino las empresas, no obstante, esto se enmarca en una visión sistémica en la que las empresas no se pueden pensar aisladamente; por el contrario, lo deben hacer a partir de sus relaciones e interdependencias con el ámbito que los rodea. De allí la necesidad de encontrar los determinantes de la competitividad que afectan a la empresa desde el entorno. (Porter, 1991)

Cartagena de Indias se define como principal destino de Colombia para el mundo, proyectando a Cartagena hacia la competitividad sectorial del Turismo, así mismo siendo el turismo un determinante clave para la innovación gastronómica.

Existe una tendencia mundial por el consumo de productos orgánicos, miles de millones de consumidores alrededor del mundo gastan cientos de billones de dólares comprando productos orgánicos con precios Premium basados en falsedades o percepciones equivocadas sobre productos que ofrecen atributos positivos respecto a seguridad alimentaria nutrición y /o salud debido al marketing alimentario. (Chassy 2014).

Actualmente, en general se tiende a confundir términos, mensajes, símbolos y marcas cuando se toman decisiones presento a lo que se va a comer o beber (si son productos orgánicos o naturas, etc.) o al lugar donde se van a realizar las compras o consumo de alimentos. (Hartman Group, 2010) Esto, finalmente genera erróneas percepciones en cuanto a lo que es saludable o seguro. (Chassy 2014).

Se destacan observa que las personas mayores y la clase alta suelen ser más activos en el consumo de este tipo de productos ya que tienen el conocimiento y los recursos para adquirirlos. Los niños también son un mercado importante, pues hoy los padres prefieren alimentar a sus hijos con productos orgánicos y saludables.

Las personas que consumen alimentos orgánicos, lo hacen porque consideran que son productos más saludables, por no alterar los factores ambientales, por la seguridad de la ausencia de pesticidas, así como también por el sabor y la percepción de beneficios en la salud haciendo parte de un estilo de vida.

Ahora bien, esta preferencia también se destaca en Colombia, donde se muestra un crecimiento en la producción de este tipo de alimentos por encima del 20% anual y una evolución en el consumo por comer fuera de casa. Lo que lleva al segmento gastronómico colombiano a innovar para ajustarse a las preferencias de un consumidor cada más exigente y selectivo que requiere una gran variedad de opciones y de nuevos productos que satisfagan las distintas necesidades.

En Cartagena los restaurantes de comida vegetariana son pocos y algunos de ellos están en casa de familia o con historia que no han innovado y que ofrecen un servicio de comida vegetariana con unos estándares de calidad bajos, debido al creciente número de personas que prefieren la comida sana orgánica sin grasas y con propiedades nutritivas hemos tomado la decisión de crear un restaurante que satisfaga todas las necesidades de ese creciente número de personas que buscan lo saludable nutritivo y delicioso.

Mercado objetivo. Está dirigido a los consumidores que buscan comida saludable, que tengan entre 18 y 80 años de edad, ubicados en estratos 3 y 4 que visiten la ciudad y residentes y

personas con diferentes ingresos económicos que busquen el mejor servicio y calidad en comidas vegetarianas o fitnes saludables.

La investigación contempla si es viable el desarrollo modelo de restaurante comida Saludable como un proyecto de desarrollo empresarial dentro de un modelo de negocio es una herramienta conceptual que permite mediante un conjunto de elementos y sus relaciones permite expresar la lógica mediante la cual una compañía intenta ganar dinero ofreciendo valor a uno o a varios segmentos de clientes, la arquitectura de la firma, su red de aliados, para crear, mercadear y entregar este valor, y el capital relacional para generar fuentes de ingreso rentables y sostenibles (Osterwalder, 2004)

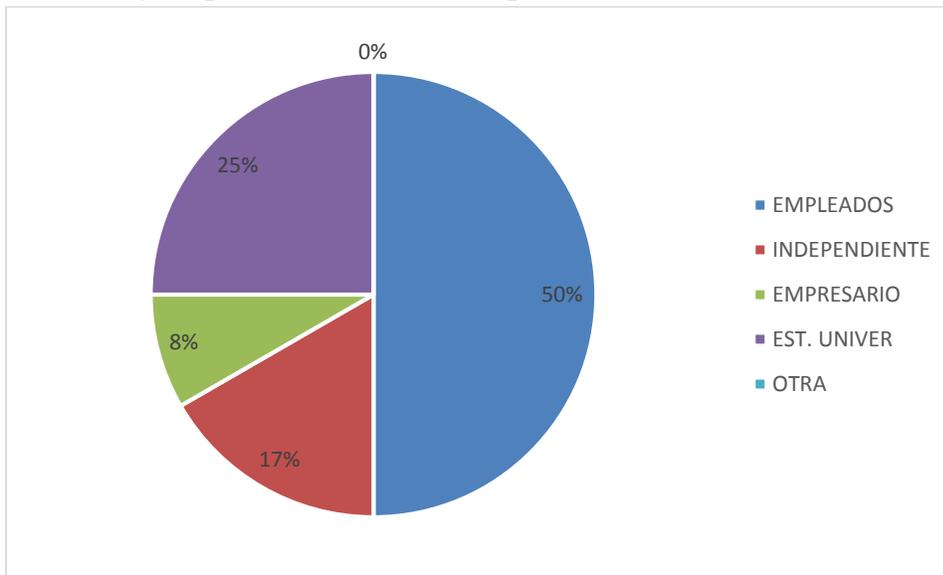
2.7. Estudio de Mercados a Través de Encuestas

La investigación cuantitativa permite por medio de encuestas aplicadas recolectar información primaria que facilite el análisis de factibilidad apoyado en el estudio de conocimientos, actitudes comportamiento o preferencias de compra de la población específica, frente a los restaurantes.

El proceso de Investigación de mercados dentro del marco de investigación, aborda el mercado planeado y desarrollado en el estudio de factibilidad con aplicación de encuestas y una entrevista a los dueños de restaurantes Acción de Gracias y San Valentín ubicados en el centro histórico y Getsemaní de Cartagena de Indias con el fin de evaluar variables y oportunidades que permitan e ingreso a sus líneas de productos líneas vegetarianas o integrar opciones fitnest.

2.8. Análisis de Encuestas

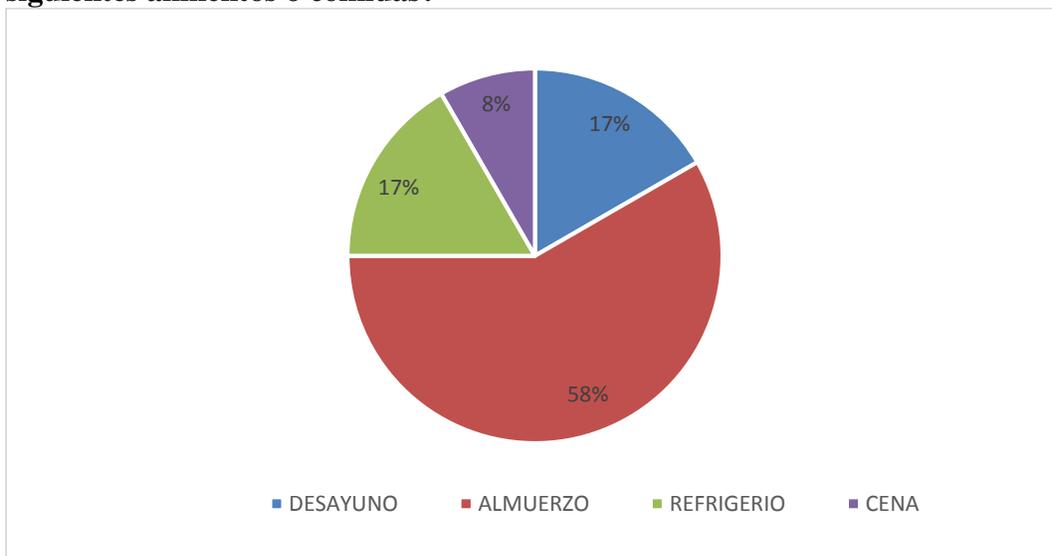
Gráfico 1; En qué actividad se desempeña actualmente?



Fuente: Las Autoras

El ítem de empleados abarca el 50% de la torta mientras el 25% de los encuestados se encuentran en la actividad como independiente, el 17% son estudiantes universitarios y el 8% empresarios.

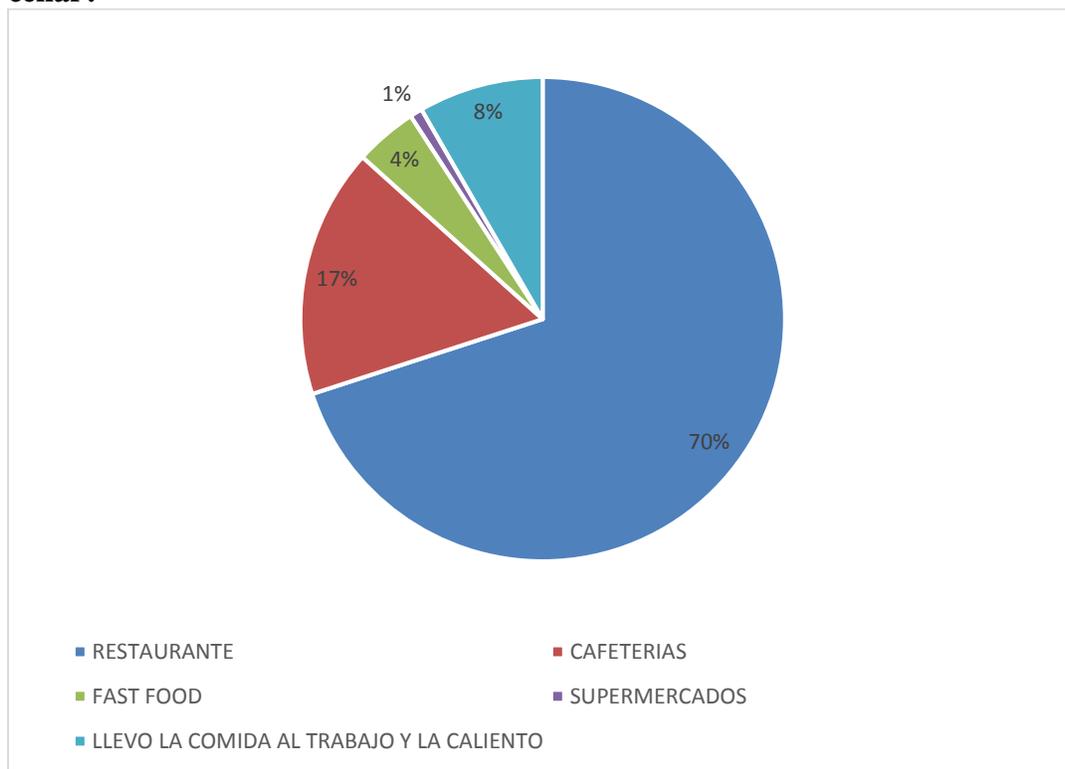
Gráfico 2. ¿Dentro de la zona donde trabaja, consume fuera de su casa alguno de los siguientes alimentos o comidas?



Fuente: Las Autoras

El 58% de los encuestados consumen el almuerzo fuera de su casa, el 17% consumen tanto el refrigerio y desayuno fuera de su hogar y en un 8% consumen la cena fuera de su casa.

Gráfico 3. ¿Qué lugares o establecimientos suele frecuentar para desayunar, almorzar o cenar?

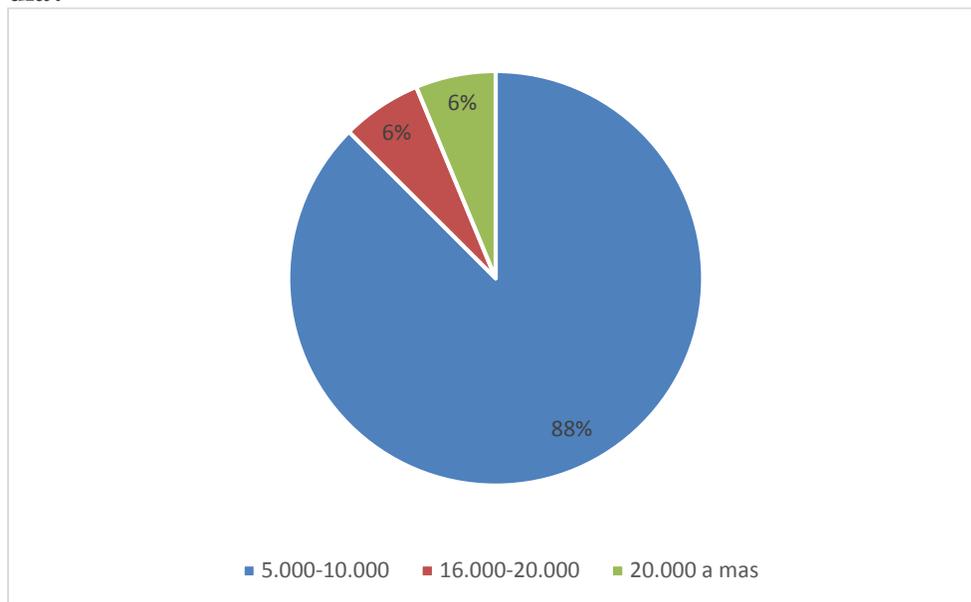


Fuente: Las Autoras

El 70% de los encuestados deciden ir a los restaurantes ya sea para desayunar, almorzar o cenar.

El 17% escogen las cafeterías como opciones para consumir una de estas tres comidas, el 4% prefiere lo ligero y se va por la línea fast food y por ultimo esta que el 1% de estas personas llevan su comida al sitio de trabajo.

Gráfico 4. ¿Cuál es el gasto promedio que realiza para la alimentación y bebidas durante el día?



Fuente: Las Autoras

El 88% de las personas que contestaron esta pregunta dicen que en promedio el gasto que realizan para la alimentación y bebidas durante el día está entre 5.000 y 10.000 pesos, seguido por un 6% gastan entre 16.000 a más de 20.000 pesos en el día.

Gráfico 5. ¿Considera usted que es importante cuidar su alimentación?

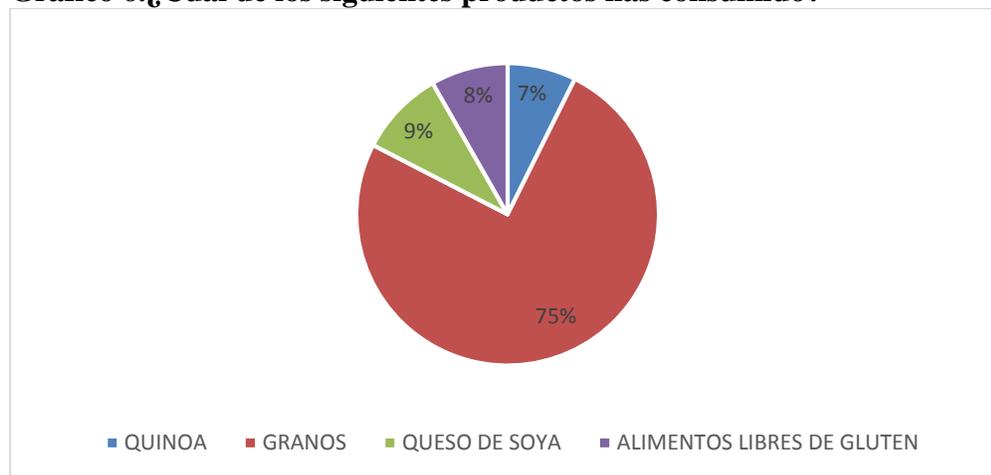


Fuente: Las Autoras

El grupo encuestado está en un 92% que considera que es importante cuidar de su alimentación.

Mientras el 8% le es indiferente o simplemente consideran que no es importante el cuidado en la alimentación.

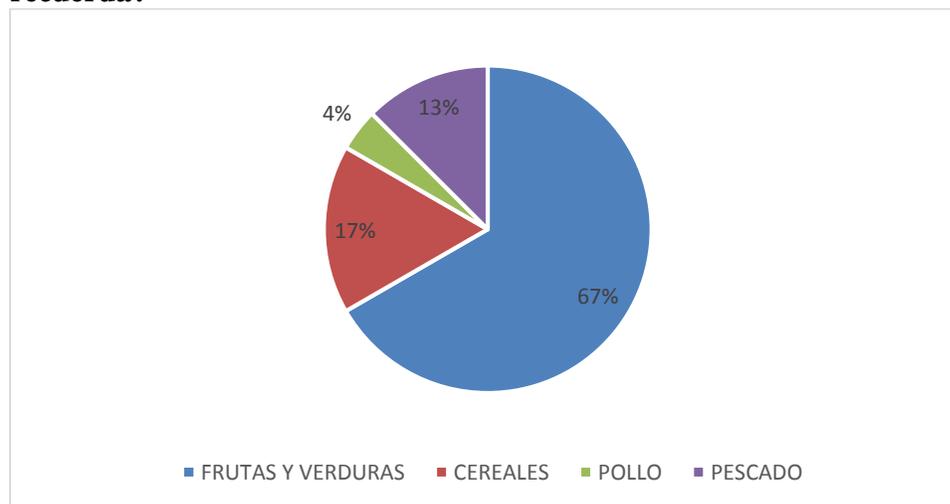
Gráfico 6.:Cuál de los siguientes productos has consumido?



Fuente: Las Autoras

Los granos son uno de los productos que mayor consumo tiene las personas encuestadas lo que representa un 75% del gráfico. Entre el 7,8 y 9% han consumido quinoa, queso de soya y productos libe de gluten.

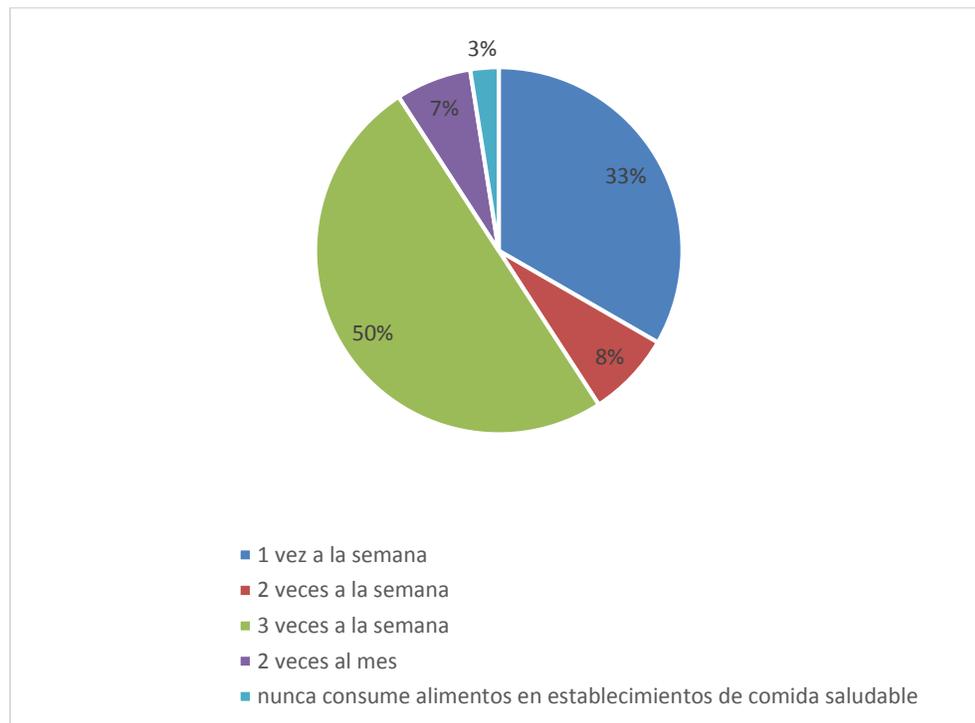
Gráfico 7. ¿Cuándo piensa en alimentos saludables en cuál es el primero alimento que recuerda?



Fuente: Las Autoras

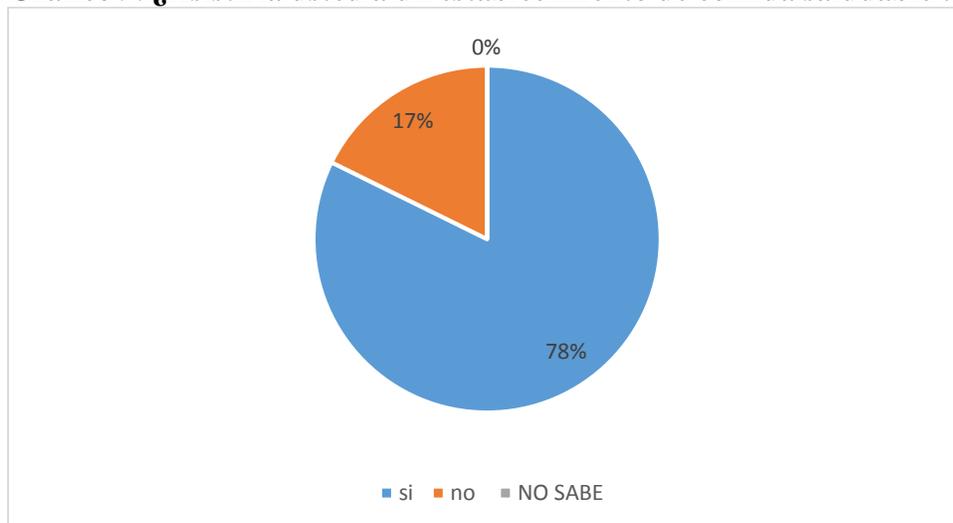
Las frutas y verduras es el primer alimento que recuerdan cuando se trata de comida saludable, el 17% se posesionan los cereales, el 13% está el pollo y el 4% se encuentra el pollo.

Gráfico 8. ¿Durante el último mes cuantas veces al día, a la semana o al mes usted consumió alimentos comprados en un establecimiento de comida saludable?



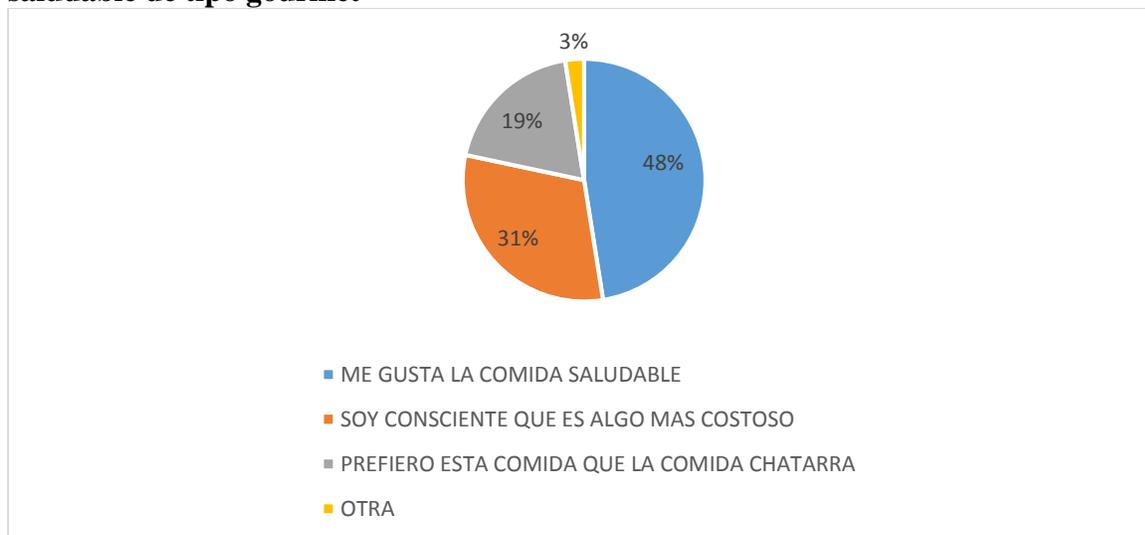
Fuente: Las Autoras

El 50% de los encuestados responden que en el último mes por lo menos han consumido 3 veces a la semana alimentos comprados en un establecimiento de comida saludable. Y un 33% han consumido 1 vez a la semana, un 8% resalta que han consumido 2 veces a la semana y un 3% nunca consume alimentos en establecimientos de comida saludable.

Gráfico 9. ¿Asistiría usted a un establecimiento de comida saludable tipo gourmet?

Fuente: Las Autoras

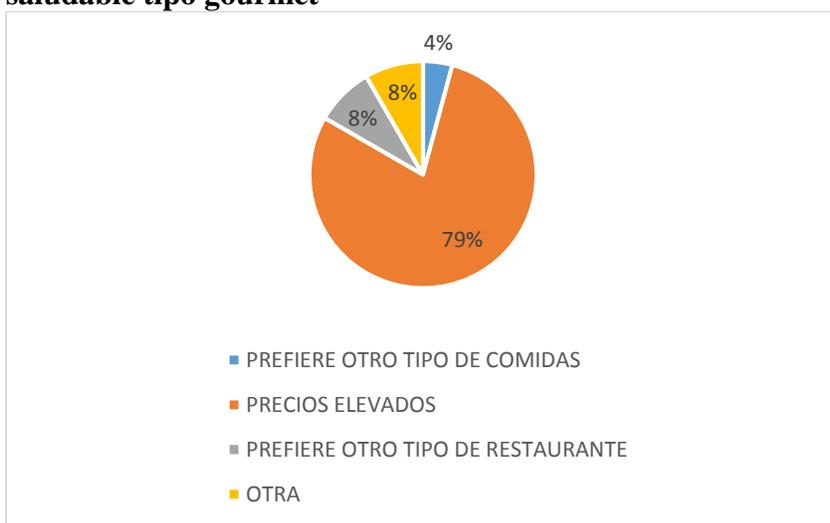
En respuesta a la pregunta 9 sobre si asistiría a un establecimiento de comida saludable tipo gourmet el 78% de las personas encuestadas respondieron que sí. Lo cual demuestra que hay una gran oportunidad en la ciudad de Cartagena para abrir un nicho de mercado en el sector de restaurantes.

Gráfico 10. Diga cual son sus razones por las que SI le atrae un establecimiento de comida saludable de tipo gourmet

Fuente: Las Autoras

En consecuencia, que hay viabilidad de demanda para alimentos saludables de Tipo gourmet las razones de esto es porque a la gente le gusta la comida saludable como se muestra en el grafico en un 48%, también porque las personas ya son más conscientes de una alimentación sana y prefieren este tipo de alimentos que los de comida chatarra; pero a su vez son conscientes que estos productos son más costos y busca un poco más de estatus.

Gráfico 11. Diga cuál es su razón por las que NO le atrae un establecimiento de comida saludable tipo gourmet

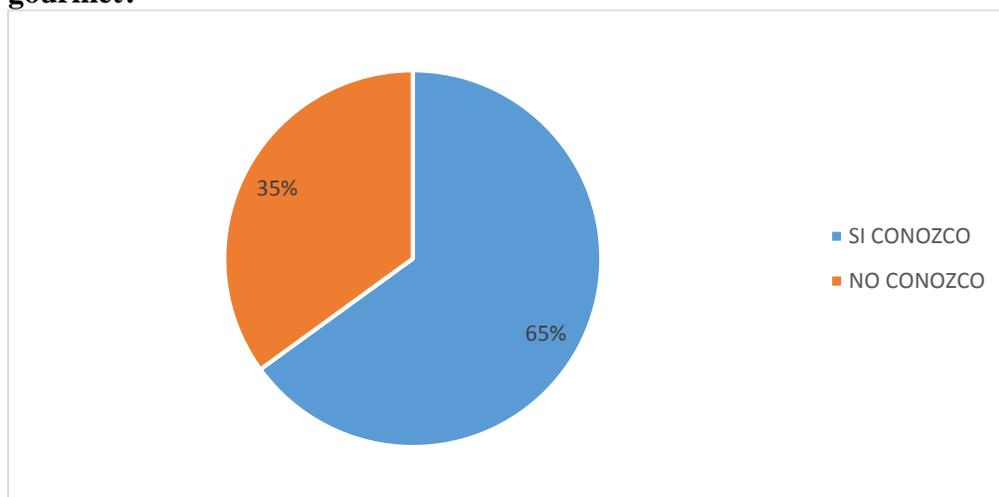


Fuente: Las Autoras

La principal variable por la que las personas encuestadas contestaron que no le atrae un establecimiento de comida saludable es porque sus precios son muy elevados; se coloca como ejemplo la comida thai, libanes la cual estos establecimientos tienen variedad, pero sus precios son para un nicho de mercado con más poder de adquisición.

De igual forma varios de los encuestados expresaron en su momento que la variedad de productos y la variedad de preparación son muy escasas.

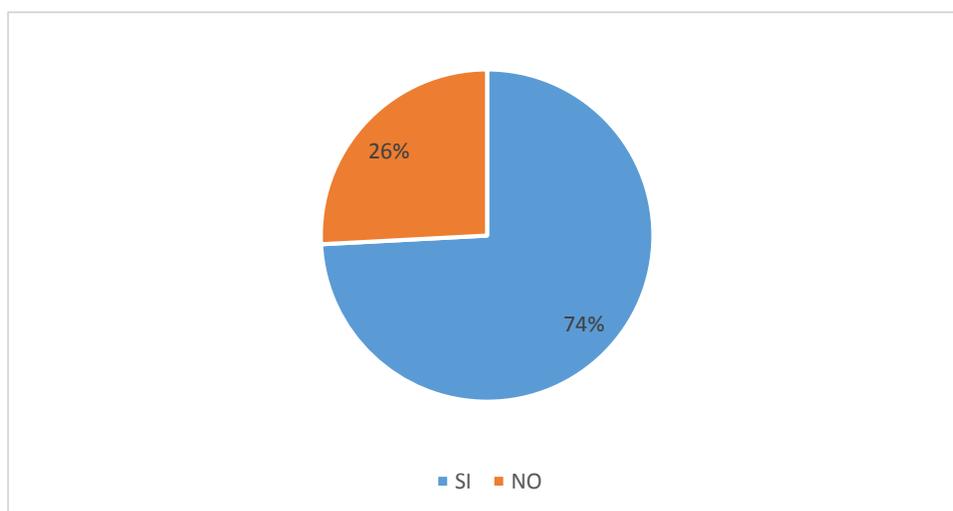
Gráfico 12. ¿Conoce usted en Cartagena un establecimiento de comida saludable tipo gourmet?



Fuente: Las Autoras

Con una afirmación del 65% las personas que respondieron dicen conocer un establecimiento de comida saludable tipo gourmet y un 35% no conocen. Dentro de los restaurantes que se mencionaron como establecimientos de comida saludable se encuentra el restaurante árabe, cafetería delight fit, café de la trinidad, serrano gourmet, el Bistró restaurante, tractoria; estos restaurantes se encuentran en estratos 5 y 6.

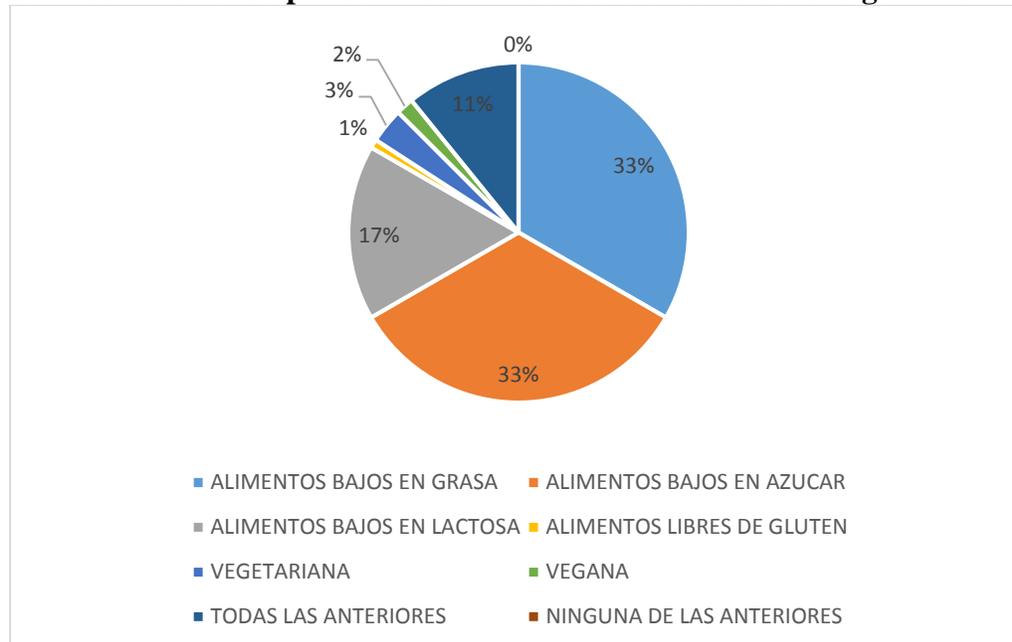
Gráfico 13. ¿Estaría usted dispuesto a pagar más dinero por Alimento y bebidas libres de colorantes, conservantes y sabores artificiales?



Fuente: Las Autoras

El 74% de los encuestados si pagarían más dinero por Alimento y bebidas libres de colorantes, conservantes y sabores artificiales debido al auge de las enfermedades como la diabetes; así mismo por mantener un cuerpo más saludable y armonioso y un 26% no pagaría más dinero por este tipo de productos.

Gráfico 14. Cuando piensa en comida saludable cuales de las siguientes imagina.

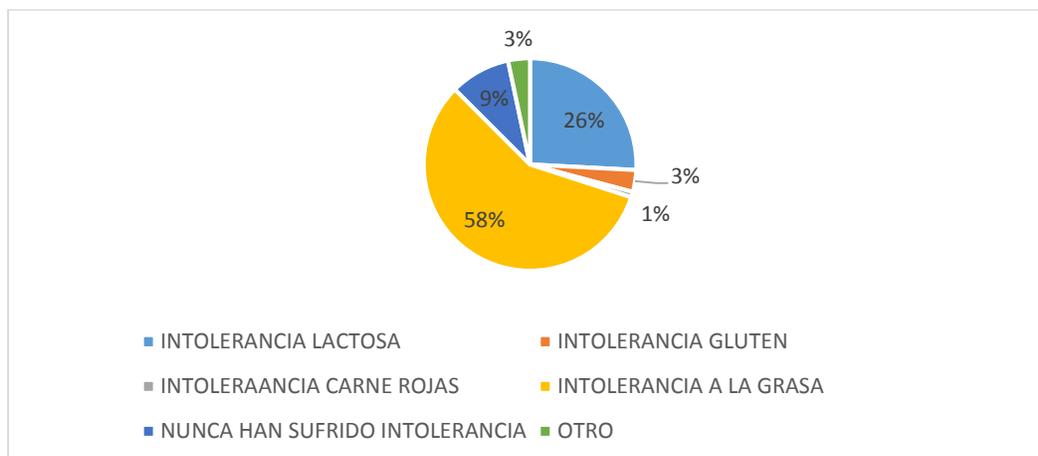


Fuente: Las Autoras

Lo primero que imagina las persona encuestadas en comida saludable es en alimentos bajos en azucares y vegetariana con una participación igual del 33%, en un 17% imaginan en alimentos bajos en lactosa, seguidamente en un 11% se imaginan productos o alimentos bajos en grasa.

En un 2% las personas imaginan productos de tipo vegano y por último el 3% piensa que todas las opciones son parte de comida saludable.

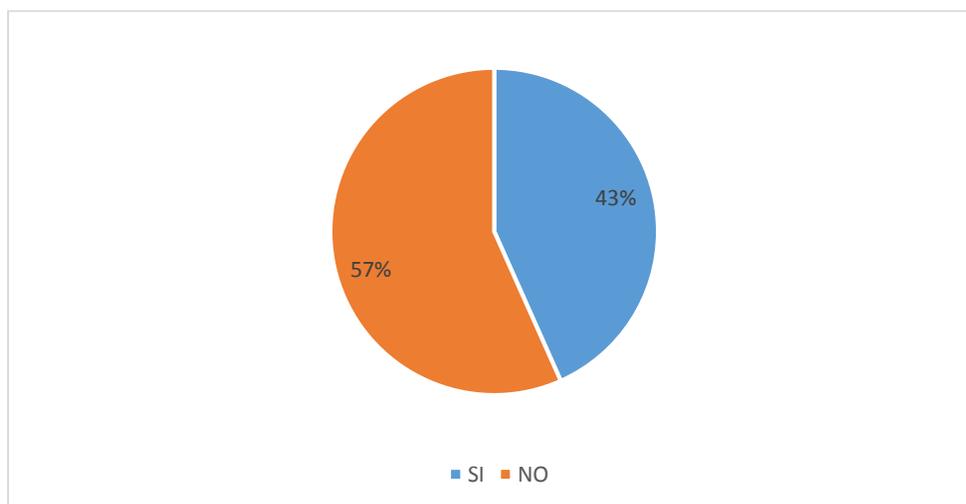
Gráfico 15. Usted o alguien de su familia, amigo o conocido es alérgico o presenta intolerancia a uno de los siguientes productos



Fuente: Las Autoras

El mayor porcentaje del gráfico lo obtiene que el 58% sufren de intolerancia a la grasa, en segunda opción se encuentra la intolerancia a la lactosa con una participación del 26%, en tercer plano se evidencia que el 9% de las personas que se encuestaron relatan no haber sufrido intolerancia a ninguno de estos productos y un 3% se encuentra en otras opciones y dentro de ellas encontramos el pescado y mariscos.

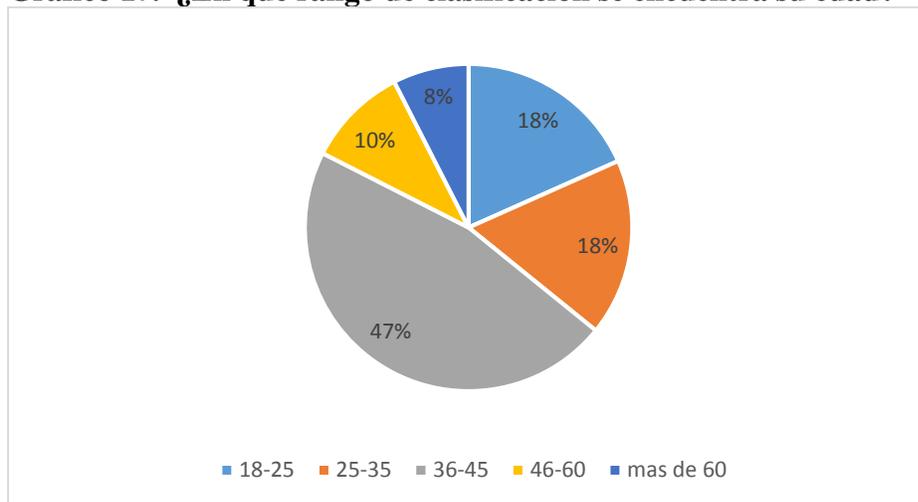
Gráfico 16. ¿Frecuenta usted algún establecimiento de comida saludable tipo gourmet en Cartagena?



Fuente: Las Autoras

El 57% de la población en la que se aplicó la encuesta contestaron que si frecuentan un establecimiento de comida saludable tipo gourmet en la ciudad de Cartagena y el 43% no frecuenta un establecimiento de esta índole.

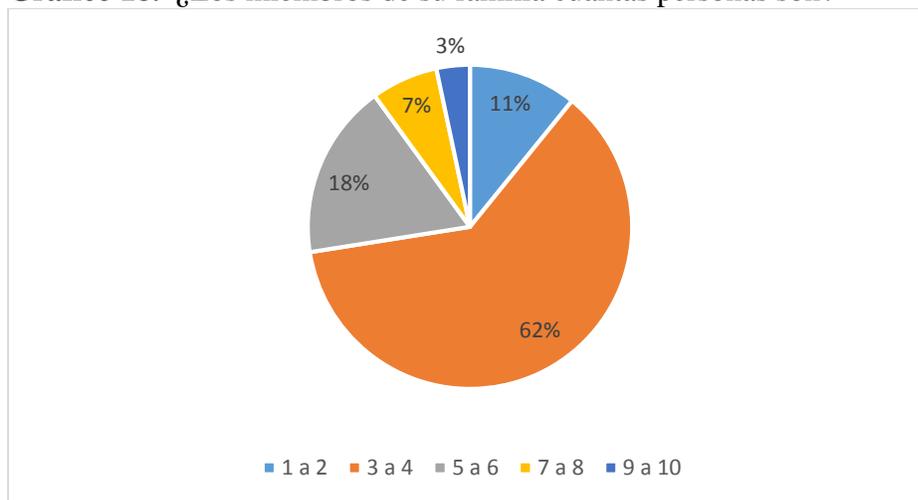
Gráfico 17. ¿En qué rango de clasificación se encuentra su edad?



Fuente: Las Autoras

Las edades con mayor participación son de 36 a 45 años en un porcentaje del 47%, con el 18% están los rangos de edades entre 25 a 35, también con un porcentaje igual al anterior se encuentra las edades entre 18-25 y una participación más baja están los adultos de más de 60 años en un 8%.

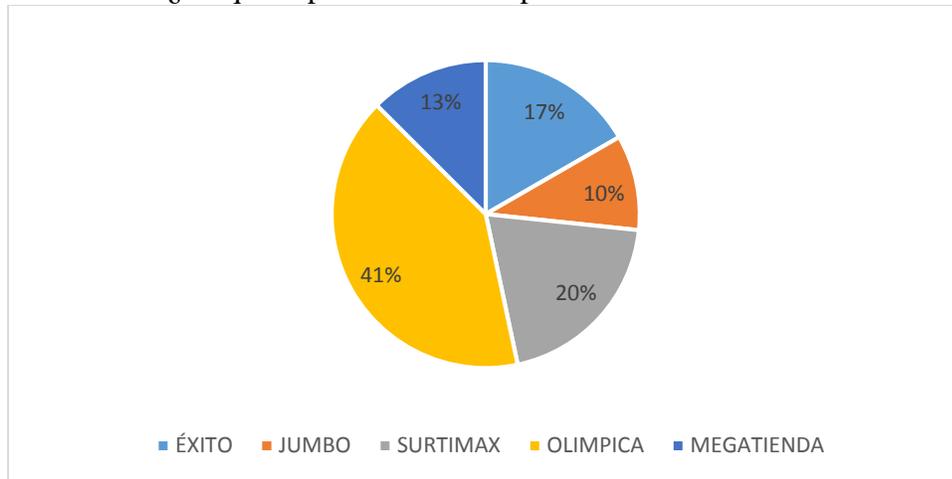
Gráfico 18. ¿Los miembros de su familia cuantas personas son?



Fuente: Las Autoras

Los miembros de las familias de estas personas encuestadas son en un 65% de 3 a 4 integrantes, seguido por el 18% que son 5 a 6 personas, el 11% hace parte de 1 a 2 miembros, con una participación menor se localiza un máximo de miembros 7 a 8 persona con el 7% y por último se ubica el 3% con unos integrantes de la familia de 9 a 10 personas.

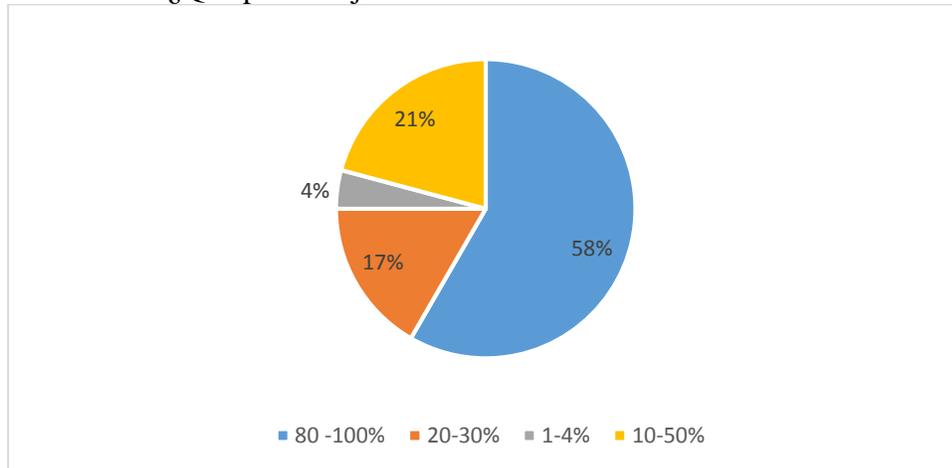
Gráfico 19. ¿En qué supermercado compran normalmente los alimentos en su casa?



Fuente: Las Autoras

Olímpica es el supermercado donde el 41% de los encuestados compran sus alimentos para la casa, el 20% se posiciona Surtimax, Megatienda se posiciona en el 17% con 4 puntos menos que megatienda se encuentra éxito y en última posesión esta Jumbo con el 10%.

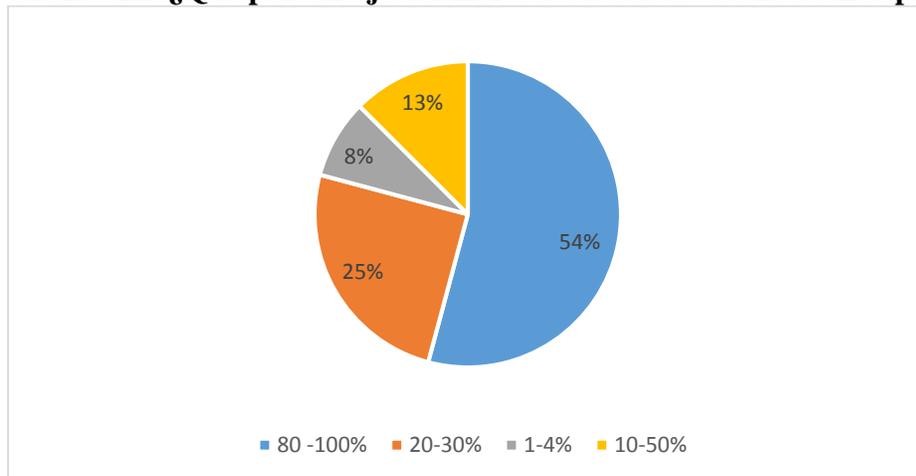
Gráfico 20. ¿Qué porcentaje del mercado de su casa se hace en tiendas de barrio?



Fuente: Las Autoras

El 58% de las personas que realizaron esta encuesta revelan que el 80 al 100% de su mercado lo realizan en tienda de barrio. El 21% realiza entre el 10 al 50% del mercado en la tienda de barrio.

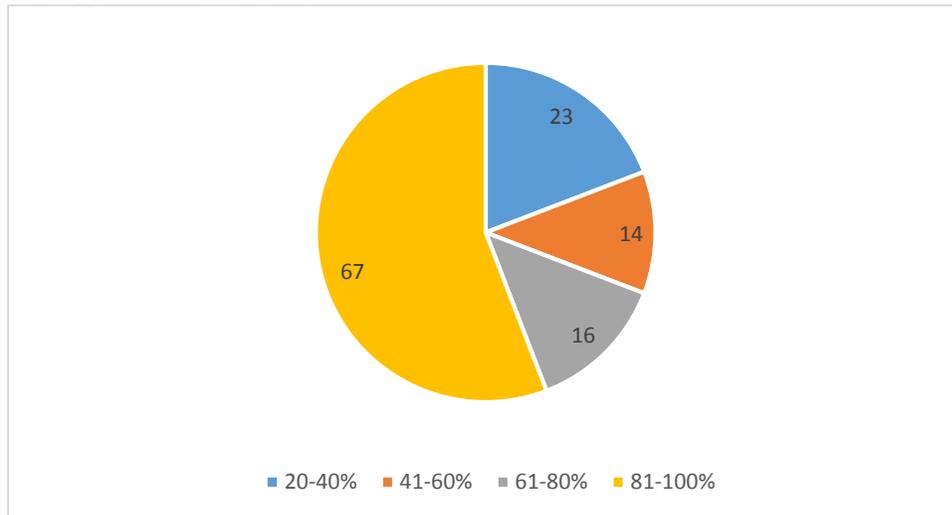
Gráfico 21. ¿Qué porcentaje del mercado de su casa se hace en supermercados?



Fuente: Las Autoras

El 54% de las personas que realizaron esta encuesta revelan que el 80 al 100% de su mercado lo realizan en supermercado. El 25% realiza entre el 20 al 30% del mercado. El 13% realiza entre el 10-50% del mercado y un 8% realiza entre 1 a 4% del mercado en este lugar.

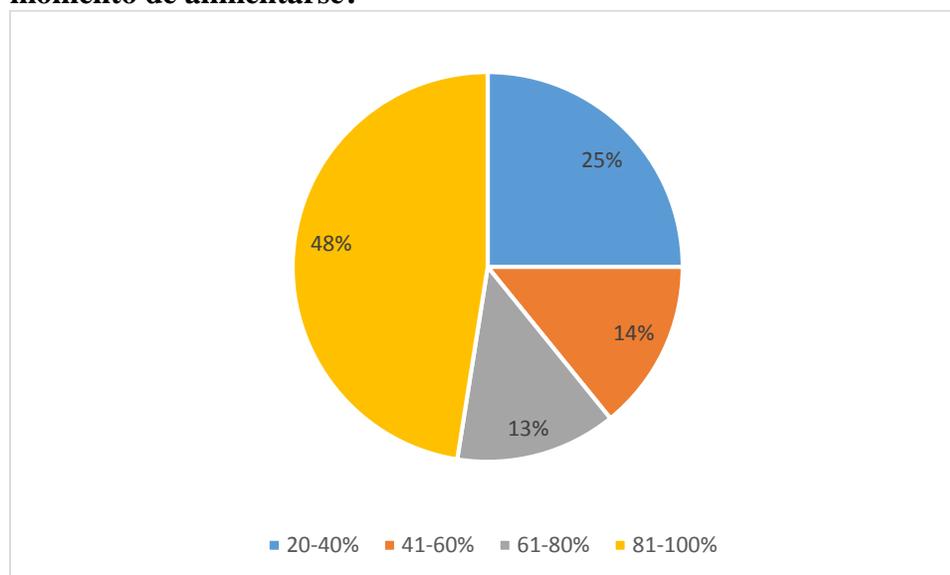
Gráfico 22. ¿En qué porcentaje se considera usted una persona que cuida se su salud al momento de alimentarse?



Fuente: Las Autoras

El 67% de las personas que contestaron esta encuesta se consideran en 81 a 100% que cuida de su salud al momento de alimentarse, El 23% se consideran entre 20 al 40% personas que cuidan de su salud y el 14% está entre el 41 al 60%.

Gráfico 23. ¿En qué porcentaje considera usted que su familia cuida se su salud al momento de alimentarse?



Fuente: Las Autoras

El 48% consideran que sus familias cuidan de su salud al momento de alimentarse entre 81 al 100%, el 25% consideran que están ubicados entre un lapso de 20 al 40%, en tercer eslabón se encuentra que el 14% se considera que su familia cuida de su salud entre el 41 al 60% y en última instancia se encuentra que el 13% se consideran que su familia cuida de la salud al momento de alimentarse entre 61 y 80%.

2.9. Análisis de Resultados

El estudio de factibilidad permitió encontrar perfil de clientes específicamente mercados potenciales para venta y consumo de alimentos saludables libres de carne roja y gluten tipo Gourmet.

La investigación brinda aportes valiosos para desarrollar modelo de negocio viable para empresas productoras o restaurantes productores de alimentos saludables fitness tipo gourmet que apoyen al crecimiento económico de sector Turismo y Hotelero donde participan el desarrollo de restaurantes para la región Caribe específicamente departamento de Bolívar ciudad de Cartagena con un producto nuevo e innovador que fomenta vida saludable con acceso a más personas para su consumo.

Los resultados de las encuestas permitieron Identificar las necesidades insatisfechas por el clúster alimentación saludable fitness libre de carne roja y gluten, para la creación de una empresa productora y comercialización de alimentos saludables tipo Gourmet en Cartagena de Indias.

Las entrevistas realizadas a propietarios de restaurantes permitieron conocer sus opiniones y conceptos sobre la innovación en productos bajo el concepto de alimentos saludables que faciliten a sus comensales contar con una línea de productos bajos en grasa, libres de gluten, incursionando nuevas recetas que fomenten el autocuidado y la salud de sus clientes.

2.9.1. Localización. El restaurante se situará en el sector centro de la ciudad de Cartagena, más exactamente en la calle media luna del barrio Getsemaní.

En el sector centro donde estará ubicado el restaurante se pueden encontrar ambientes y espacios diferentes, hay numerosas esquinas que llaman la atención por la construcción arquitectónica.

Podemos encontrar gran afluencia de turista extranjeros también se encuentra rodeado de bares, restaurantes, heladerías, por tanto, es una zona atractiva para establecer negocios de este tipo y donde encontramos que en la actualidad no hay restaurante de comida vegetariana.

En cuanto a la facilidad de servicios, esta es una zona de gran importancia que cuenta con servicios de agua, luz, teléfono, alcantarillado, energía y manejo de desperdicios. Todos estos servicios son prestados efectivamente por lo que no habrá problemas en el uso de los mismos durante el funcionamiento del restaurante.

2.10. Análisis de Clientes

El restaurante será atractivo para un perfil de cliente que busca una mejor calidad alimenticia productos orgánicos, nutritivos, saludables y gourmet, las edades de estos clientes están entre los 18 a 80 años de edad y de estratos sociales entre 3 y 4, muchos de ellos son personas que visitan la ciudad, personal ejecutivo que trabajen cerca al restaurante, familias.

2.11. Análisis de Competencia

Analizando el mercado en la ciudad de Cartagena y del barrio Getsemaní hay poca competencia para este tipo de restaurante, se ha observado que alguno de ellos son pequeñas empresas familiares con tradición (restaurante los girasoles) con una pequeña producción que suple los gastos de sus hogares, ofrecen un solo menú el cual el cliente se siente sometido a comer lo que hay, sus clientes son personas que conocen del restaurante por medio de referencias de amigos o conocidos, manejan un precio estandarizado para todos servicios no es un mercado competitivo debido a la falta de tecnificación e innovación. Un segundo competidor en el centro histórico de Cartagena es el restaurante Gokela restaurante comida saludable con opciones vegetarianas, y libres de gluten ofrece una mayor variedad de platos con un concepto gourmet

más especializado, cuenta con infraestructura y ambiente acogedor ambientando un medio de naturaleza en su diseño interior permitiendo al comensal integrar el consumo de productos con un medio ambiente saludable y natural, limitante el tamaño y falta de publicidad y divulgación del restaurante.

2.12. Realización de Marketing

2.12.1. Concepto del producto y servicio. El objetivo del producto en el restaurante es calidad, precio y servicio proporcionando un atractivo que genere satisfacción en cada uno de los clientes que ingresen al establecimiento.

El servicio que se va a brindar es la venta de almuerzos, desayunos y cena en cuyos menús van a aparecer una gran variedad de cremas, platos fuertes, ensaladas y bebidas elaboradas con productos saludables y con toda la técnica en la elaboración que busca la conservación de las propiedades nutritivas de los productos.

2.13. Estrategias de Distribución

La comercialización y distribución de los alimentos orgánicos se hará de manera directa, comprador-consumidor en el punto de venta y domicilio en oficinas cercanas al establecimiento.

2.14. Estrategias de precios.

La estrategia de precio que implementaremos estará basada en el estudio de mercado donde determinamos que el restaurante contara con un menú ejecutivo variado todos los días cuyo valor en promedio es de \$ 10.000 a \$14.000.

Platos a la carta menús especiales costo promedio de \$ 25.000 a \$ 35.000

Permitiéndonos competir y penetrar en el mercado objetivo. Este precio comprenderá los siguientes factores:

- Composición del plato (materia e insumos)
- Mano de obra
- Servicio
- Infraestructura.

2.15. Estrategias de Promoción

Para el restaurante, es de gran importancia la satisfacción de nuestros clientes en cuanto a calidad y buen servicio. Por tal razón se desarrollan estrategias que permitan la habitualidad de los mismos en nuestro servicio; para ello se implementan las siguientes estrategias:

- a. Realizar convenios con los administradores o propietarios de hostales para el envío de sus huéspedes al restaurante, obsequiándole el almuerzo al encargado cuando nos envié más de 10 persona en el día.
- b. Paquetes de precio global: este tipo de promoción va dirigida eventos que se realicen ya sean empresariales o institucionales, donde se realizará a un precio menor al establecido en la carta habitual siempre y cuando el grupo sea mayor de 40 personas.
- c. Se obsequiará un postre al cliente que se encuentre de cumpleaños, el postre tendrá las características de ser elaborado a base de frutas y el de menor rotación.
- d. En general nuestra promoción en general se va a enfocar en realizar un buen servicio y calidad para que los clientes a través del voz a voz nos promocionen.

2.16. Estrategias de Comunicación

El restaurante su mayor objetivo de desarrollar estrategias de comunicación, es que los habitantes cartageneros conozcan la existencia de un restaurante de comida saludable tipo gourmet a un buen precio, cantidad, calidad.

Además, se busca crear conciencia de los beneficios que se tiene al incluir en su dieta este tipo de alimentos. Para ello se desarrollarán las siguientes estrategias:

Desarrollo de estrategia de comunicación y divulgación de restaurante redes sociales, pagina Web, e-commerce.

Distribuir volantes en las empresas, oficinas, negocios, casas y apartamentos existentes alrededor del restaurante, con el fin de dar a conocer la existencia del restaurante.

Invitar a personas potencialmente estratégicas de las empresas y obsequiarle un almuerzo gratis al momento de la apertura del local.

Dar a conocer el restaurante a través de las guías de la ciudad, mapas de la ciudad en los informadores turísticos.

Enviar volantes a todos los afiliados del gremio de comercio a través de FENALCO en sus revistas mensuales.

Se exhibirá en el restaurante información acerca de la buena alimentación, los beneficios del consumo de menús vegetarianos, con el objetivo de generar recordación entre los clientes del restaurante.

Se elaborará un video publicitario que será publicado en las horas pico o en la hora estratégica de cada comida dé a conocer la imagen, la ubicación y los menús que brinda el restaurante; de

igual forma se brinda información sobre el consumo de este tipo de comidas para una mejor salud.

2.17. Estrategias de Servicio

La estrategia de servicio que se va a utilizar en el restaurante es una oferta combinada en productos y servicios, se destacará por la calidad y el buen servicio en medio de un ambiente que evoque a la naturaleza y que se percibirá a través de los sentidos para motivar la estadía. Por otra parte, será política de la organización la Capacitación permanente de los empleados con el concepto de comidas vegetarianas, para asesorar e incentivar el consumo de los menús.

El personal se capacitará en factores como etiqueta y protocolo, atención prioritaria con un alto sentido de pertenencia por la organización y por ende por el cliente. Con sentido carismático y orientada al servicio.

Capítulo 3.

3. Análisis Técnico y Operativo

3.1. Necesidades y Requerimientos

3.1.1. Especificaciones Técnicas Equipos Zona de Producción.

Ilustración 1

ITEM	CANT.	DESCRIPCIÓN	REF.
1	1	ESTUFA INDUSTRIAL A GAS CON CUATRO QUEMADORES	E4289
		<p>Características:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Construcción marco o cubierta en acero inoxidable. - Cuatro (4) parrillas removibles en acero fundido de 40 x 40 Cms. - Cuatro (4) quemadores de alto rendimiento de 42,000 B.T.U's - Deflectores de temperatura para cada quemador. - Válvulas de mando desde el tablero frontal. - Pilotos de encendido individual. - Bandeja recolectora de grasas en acero inoxidable. - Laterales y piso en acero inoxidable. - Bases ajustables al nivel del piso en acero inoxidable y aluminio. - Consumo Gas: 112,000 B.T.U /h <p>Dimensiones Cm : 81 x 90 x 90</p>	
		<p>Observaciones:</p> <p>Valor unitario: \$ 6.309.000</p> <p>Valor total: \$ 6.309.000</p>	



Fuente: www.kadell.com

Ilustración 2

ITEM	CANT.	DESCRIPCIÓN	REF.
2	2	FREIDOR INDUSTRIAL A GAS	FGT
		<p>Características:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Construcción tanque en acero inoxidable 304 calibre 16. - Zona fría para sedimentación y recolección de partículas. - Control automático de temperatura. - Sistema de inyección de calor a gas dentro del aceite. - Temperatura uniforme y de inmediata recuperación. - Cuatro quemadores de inyección para 120.000 B.T.U's. - Pilotos de encendido individual. - Válvula manual para el drenaje del aceite. - Dos canastillas en acero inoxidable. - Laterales, puerta y frente en acero inoxidable. - Bases ajustables al nivel del piso en acero inoxidable y aluminio. <p>Dimensiones cm: 40 x 80 x 102</p>	
		<p>Observaciones: Valor unitario: \$ 7.152.000</p>	

Fuente: www.kadell.com

Ilustración 3

ITEM	CANT.	DESCRIPCIÓN	REF.
5	1	EXTRACTOR PARA SISTEMAS DE EXTRACCION (HONGO)	EXTC20-26
		<p>Características:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Extractor industrial tipo hongo de extracción vertical - Alto rendimiento con acople directo a motor trifásico de 2 Hp, 220 V, 60 Hz. - Construido en aceros especiales para fricción y temperatura - Recubierto con pintura en polvo al horno - Base con dispositivo de evacuación de grasa - Sistema de ventilación para el motor - Acoples y reducción para ductos de extracción - Guardamotor. <p>Dimensiones cm: 92 x x 80</p>	
		<p>Observaciones: Valor unitario: \$ 7.682.000</p>	

Fuente: www.kadell.com

Ilustración 4

ITEM	CANT.	DESCRIPCIÓN	REF.
3	1	CAMPANA CUADRADA EN ACERO INOXIDABLE PARA SISTEMA DE EXTRACCIÓN .	CEKAIC
		Características: - Construcción en acero inoxidable. - Marco recolector de grasas en acero inoxidable soldado y pulido. - Batería de filtros intercambiables con sistema de trasape en acero inoxidable - Iluminación interna con protección para grasa. - Diseño interno para conducción de aire caliente - Superficie superior para acople a ductos del sistema de extracción. - Sistema de anclaje a la pared o techo del local. Dimensiones cm: Frente x 110 x 70	
Observaciones:			
		Valor unitario: \$ 7.202.000	
		Valor total: \$ 7.202.000	
ITEM	CANT.	DESCRIPCIÓN	REF.
4	5	DUCTOS EN LAMINA GALVANIZADA PARA SISTEMAS DE EXTRACCIÓN (HASTA 60x60)	DLGM
		Características: - Construcción totalmente en lámina galvanizada - Grafado y remachado con anillo de acople rápido en el mismo material. Dimensiones cm: 100 x 50 x 50	
Observaciones:			
		Valor unitario: \$ 257.000	

Fuente: www.kadell.com

Ilustración 5

ITEM	CANT.	DESCRIPCIÓN	REF.
6	1	MESA DE TRABAJO REFRIGERADA CON TAPA LISA	MRS1500
		Características: - Tapa o cubierta en acero inoxidable calibre 16, referencia 304 antiácidos - Salpicadero a la pared en la parte de atrás - Zona de refrigeración con puertas embizagadas - Entrepaño en acero inoxidable - Aislamiento en poliuretano - Unidad autocontenida para refrigeración, R134 - Descongelación automática - Sistema de recirculación de aire por medio de ventiladores. - 110 V, 60Hz Dimensiones cm : 150 x 75 x 90	

Fuente: www.kadell.com

Ilustración 6

ITEM	CANT.	DESCRIPCIÓN	REF.
7	1	MESA PARA TRABAJOS PESADOS CON ENTREPAÑO	MLTP

Características:

- Construcción tapa en acero inoxidable cal. 16, ref. 304 antiácidos.
- Salpicadero a la pared en una sola pieza con la tapa.
- Esquinas de refuerzo para trabajo pesado en acero inoxidable.
- Bordes pulidos para proteger la ropa.
- Entrepaño en acero inoxidable.
- Patas en tubo de acero inoxidable 1 1/2".
- Bases ajustables al nivel del piso en aluminio.

Dimensiones cm: 150 x 70 x 90



Observaciones:
Valor unitario: \$ 1.920.000
Valor total: \$ 1.920.000

Fuente: www.kadell.com

Ilustración 7

ITEM	CANT.	DESCRIPCIÓN	REF.
8	1	POCETA ACERO INOXIDABLE CON GRIFERIA COMPLETA (50 X 50 X 30)	POC50

Características :

- Construcción completamente en acero inoxidable calibre 16, referencia 304 antiácidos.
- Reforzada para trabajo pesado.
- Bordes internos redondeados.
- Grifería tipo comercial, mezclador de agua fría y caliente y sifón con canastillas de 1 1/2" .

Dimensiones cm : 50 x 50 x 30



Observaciones:
Valor unitario: \$ 838.000

Fuente: www.kadell.com

Ilustración 8

ITEM	CANT.	DESCRIPCIÓN	REF.
9	1	PLANCHA ASADORA A GAS DOBLE	P8080G
		Características: - Construcción tapa o cubierta en acero inoxidable calibre 16 - Plancha en acero fundido de 0.80 x 0.75 mts - Protector lateral y posterior en acero inoxidable - Canal recolector de gases - Cuatro (4) quemadores a gas de alto rendimiento - Controles de mando desde el tablero frontal - Contenedor recolector de grasas - Cuerpo fabricado en acero inoxidable - Ruedas escualizables en la parte posterior - Bases en acero inoxidable y aluminio ajustables al nivel del piso.	
		Dimensiones cm: 81 x 90 x 100	
		Observaciones:	
		Valor unitario: \$ 6.797.000	



Fuente: www.kadell.com

Tabla 1

Productos Orgánicos Precios al Detal		
Artículo	Gramaje	Valor kilo
Acelgas	1kGrs	\$ 1.800
Ahuyama	1kGrs	\$ 1.200
Almendras	1kGrs	\$17380
Arroz	1kGrs	\$ 2.600
Brócoli	1kGrs	\$4030
Calabacín	1kGrs	\$ 9.400
Cebolla	1kGrs	\$ 1.700
Cebolla Larga Picada	1kGrs	\$ 2.600
Cebolla puerro	1kGrs	\$ 11.780
Cebollín	1kGrs	\$12560
Champiñones	1kGrs	\$ 10.000
Cilantro	1kGrs	\$ 7.600
Espinaca	1kGrs	\$ 2.000
Fideos chinos	1kGrs	\$6200
Guayaba	1kGrs	\$ 3.000
Habichuela	1kGrs	\$ 3.650
Harina de Garbanzos	1kGrs	\$8.000
Harina trigo	1kGrs	\$ 2.950
Huevos	30 UND	\$ 7.700
Leche soya	1000 ML	\$ 3.000
Lechuga	1kGrs	\$2.400
Lentejas	1kGrs	\$ 3.200
Limón	1kGrs	\$ 3.000
Manzana	1kGrs	\$6030
Maracuyá	1kGrs	\$ 6.000
Aceite de oliva	1kGrs	\$ 16.400
Mora	1kGrs	\$ 4.800
Naranja	1kGrs	3.000
Papas	1kGrs	\$ 2.480

Productos Orgánicos Precios al Detal		
Artículo	Gramaje	Valor kilo
Uvas Pasas	1kGrs	5.180
Perejil Picado	1kGrs	\$ 12.000
Pimentón	1000 Grs	\$ 3.030
Piña	1000 Grs	\$1800
Plátano	1000 Grs	\$ 1.890
Queso mozzarella	1000 Grs	\$ 9.780
Queso Parmesano	1000 Grs	\$ 49.880
Quinoa	1000 Grs	\$ 14.000
Repollo	1000 Grs	\$ 3.000
Salsa soya	1000 Grs	\$ 19.257
Tomates	1000 Grs	\$ 5.000
Tortillas	8 UND	\$5470
Trigo	1000 Grs	18200
Zanahoria	1000 Grs	\$ 1.600

Fuente: Las Autoras

3.2. Plan de Compras

Después de saber cuál es la materia prima requerida para el proceso de producción se escogió a realizar un plan de compras teniendo en cuenta las cosechas y proveedores de frutas, vegetales, y demás productos requeridos para la preparación de comida sana que sean económicos y que a la vez tengan abastecimiento durante todo el año. Con base en esto se procede a selección los proveedores más adecuados para el restaurante; para esto se realizaron visitas físicas a los establecimientos para observar el almacenamiento, la cantidad de productos de igual forma solicitamos catálogos de productos y cotizaciones con el fin de seleccionar al más adecuado y que a su vez clasifique con las siguientes condiciones.

3.3. Criterio de Evaluación de Proveedores

Criterios	Condiciones
Calidad	La mejor y constante
Precio	El más económico
Capacidad de despacho	Que tenga capacidad de despachar en eventos extraordinarios la cantidad requerida

Criterios	Condiciones
Tiempo de entrega	Capacidad para despachar a primera hora del día
Forma de pago	Adecuarse a las necesidades del negocio ya sea a 8 días o 30 días
Servicio de postventa	Ofrecer garantía de la entrega de productos y reponer los productos en mal estado
Aspectos legales	Deben cumplir con lo requerido por la entidades que rigen su operación

Fuente: Las Autora

3.4. Inventario

El sistema de inventario que se llevara en el restaurante es a través de tipo de primeras en entrar primeras en salir (PEPS) esta permite darle salida del inventario a aquellos productos que se adquirieron primero, por lo que en los inventarios quedarán aquellos productos comprados más recientemente puesto que los productos que se manejan son perecederos en su gran mayoría.

El inventario se realizará en un formato físico y manual donde se detallen las entradas, salidas y la existencia real.

3.5. Recepción y Almacenamiento de Alimentos

Todo producto, insumo o materia prima que ingrese al establecimiento deberán ser inspeccionados por el personal de bodega quien asegurara que cumpla con las especificaciones de compra, color, olor, textura, sabor, apariencia general, temperatura, fecha de caducidad y apariencia del empaque.

Para asegurar la calidad de los insumos no deben insumos ni materia prima con envases o empaques en deterioro, óxidos, abombados entre otros aspectos que puedan afectar la calidad del producto servido a la mesa; de igual forma las verduras hortalizas que presentes daños por mala

manipulación, hongos, parásitos, picaduras y fermentación serán devueltas en su totalidad al proveedor.

Luego de realizar este procedimiento se transfieren a unos contenedores adecuados, lavados y dispuestos con tapas de cierre hermético y se almacenan de la siguiente forma.

3.5.1. Almacenamiento de Productos Perecederos. Productos derivados de la soya, leche, yogurt, queso, frutas y verduras

- Frutas y verduras en almacenamientos frescos
- Las frutas blandas se dejarán en un estante refrigerado
- Productos derivados de la leche se dispondrán en un lugar refrigerado a 5°c
- Queso, proteínas vegetarianas, se deben almacenar al vacío y refrigeradas a una temperatura no mayor a 5°C
- Las bebidas y postres en una nevera de refrigeración o congelación dependiendo de las sugerencias del producto.

3.5.2. Almacenamiento de Productos Secos. Productos como cereales, legumbres, panes, encurtidos, enlatados y producto de aseo

- El lugar debe ser fresco y ventilado e iluminado
- Los productos de aseo se debe colocar en un lugar limpio, fresco y ventilado aislado de los demás productos para que no haya contaminación.
- Los contenedores deben ir respectivamente etiquetados con el nombre del producto y fecha de abertura.
- Deberán ir en contenedores separados del piso.

Todo producto que llega a las instalaciones del restaurante debe ir rotulado registrados y ordenados de acuerdo al sistema de inventario y los desechos deberán retirarse inmediatamente y se llevaran a su disposición final lejos del área de cocina en tanques tapados.

3.6. Control de Calidad

Bajo el parámetro de competitividad para el sector gastronómico, aprobado por la asociación colombiana de la industria gastronómica (ACODRES), en el cual los restaurantes se definen bajo criterios establecidos por estándares de calidad sobre la norma técnica sectorial NTS-USN 007.

Todo manipulador de alimentos para desarrollar sus funciones debe recibir capacitación básica en materia de higiene de los alimentos y cursar otras capacitaciones de acuerdo con la periodicidad establecida por las autoridades sanitarias en las normas legales vigentes.

Los manipuladores de alimentos deben cumplir con los siguientes requisitos de higiene personal: - Los manipuladores se deben lavar las manos y los antebrazos, cuantas veces sea necesario, antes de iniciar las labores, cuando cambie de actividad o, después de utilizar el servicio sanitario. - El lavado de las manos y antebrazos se debe efectuar con agua y jabón antibacterial u otra sustancia, que cumpla la misma función de acuerdo con las normas legales vigentes. Se debe utilizar cepillo personal para el lavado de las uñas. - El secado de las manos debe realizarse por métodos higiénicos, empleando para esto toallas desechables o secadores eléctricos. - Uñas cortas, limpias y sin esmalte - Cabello limpio, recogido y cubierto por gorro. - Uso de ropa de trabajo limpia (uniforme, delantal), botas o zapatos cerrados adelante.

No usarán accesorios (aretes, pulseras, anillos, piercing visible) u otros objetos personales que constituyan riesgos de contaminación para el alimento.

Además, en la norma técnica sectorial NTS-USN 008 CATEGORIZACION DE RESTAURANTES POR TENEDORES, este restaurante busca cumplir dichos requisitos para así poder suministrar productos y servicio que contribuyan a la buena alimentación, nutrición, satisfacción y seguridad de los clientes; implementando las buenas prácticas de higiene en el manejo de la conservación de los alimentos.

Para ello se implementará el análisis de Riesgos, Identificación y Control de Puntos Críticos (ARICPC o HACCP) que permite examinar de forma crítica cada una de las etapas de producción de los alimentos hasta que son consumidos para identificar aquellos que aparecen vulnerables por la posibilidad de originar algún riesgo en los alimentos.

3.7. Descripción del Plan de Operaciones

En la descripción del plan de operaciones se enumerarán los pasos que permite observar a mayor escala las etapas que conforman los procesos de producción y de servicio del restaurante.

1. Recepción de materia prima
2. Revisión y almacenamiento
3. Preparación
4. Cocción
5. Servicio
6. Comedor
7. Recogida y retorno de sucios o desechos
8. Lavado
9. Desechos

Para un buen desarrollo del área de cocina se debe tener los enfriadores, vajillas, cuarto de despacho o bodega aislada de esta zona para evitar riesgos laborales, contaminación en los productos y una mayor agilidad en el proceso.

3.8. Capacidad de Producción

Área del Total del Local: 286 MT

Área de servicio: 60% 140mts

Área de cocina: 40% 60mts

Dimensionamiento del servicio

Aproximación de una mesa con 4 sillas: 1,80mts

Distancia entre mesas: 80cms

Total área de servicio por mesa: 2,6mts

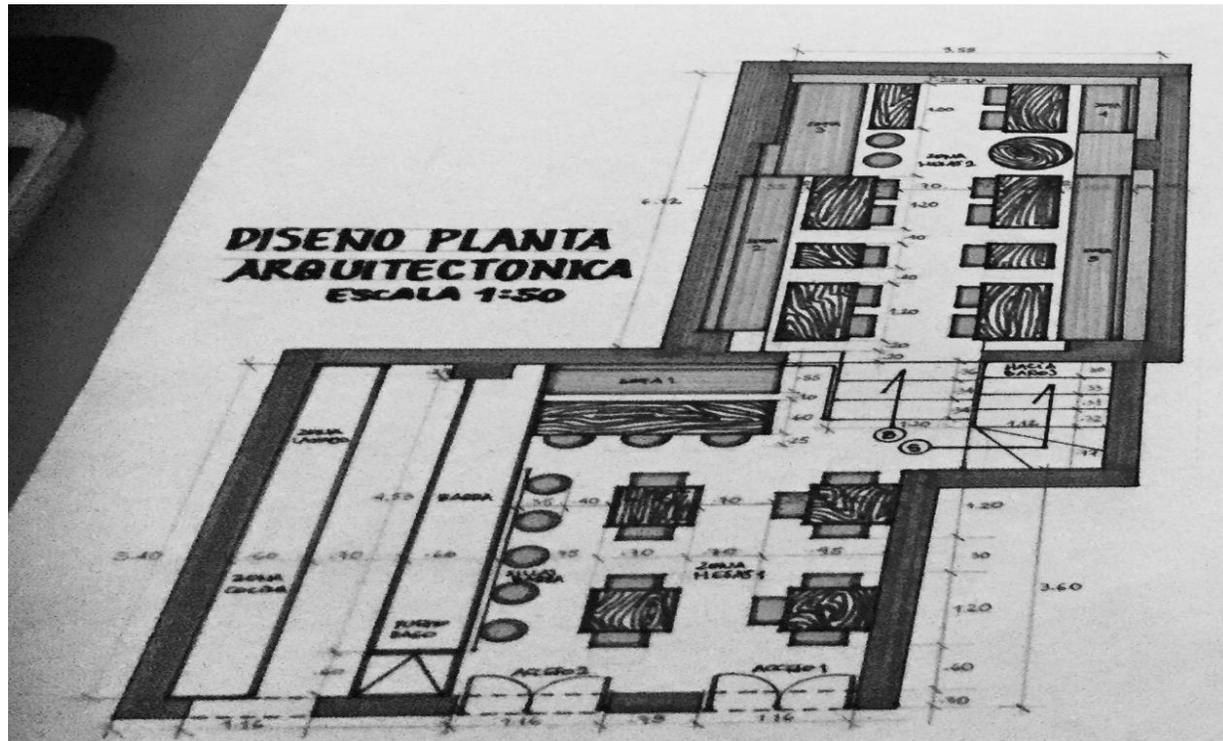
Mesas: 20 unidades

Sillas: 80 unidades

Cantidad de personas: 80

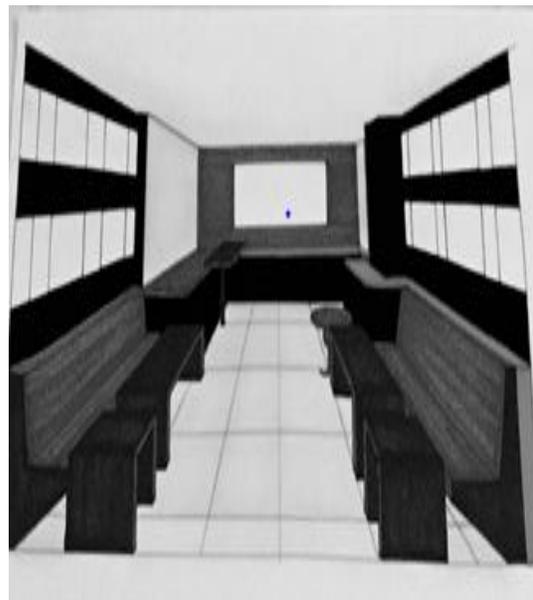
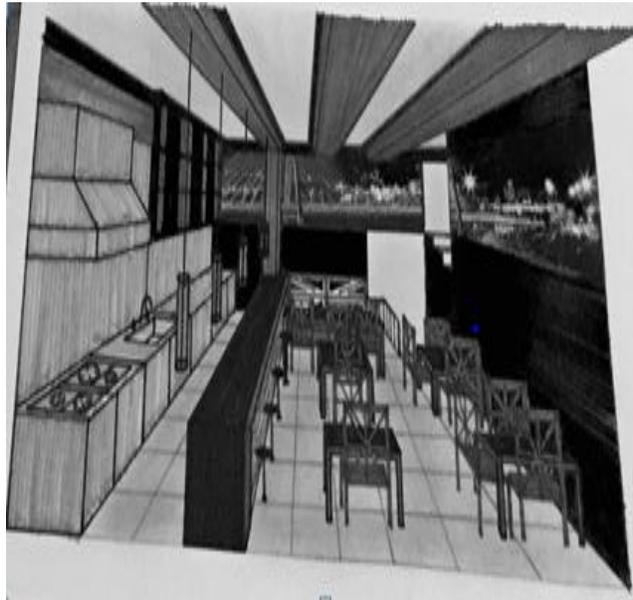
3.9. Planos Diseño María Palenque

Ilustración 9. Plano Diseño Planta Nivel 1



Fuente: Las Autoras

Ilustración 10. Plano Diseño Planta Nivel 2



Fuente: Fuente: Las Autoras

3.10. Carta

La carta será ampliada y modificada durante el proceso de innovación y desarrollo continuó.

Entradas

(V) Cremas y sopas

Crema de verduras con calabacín, zanahorias,

Patatas y nuez moscada

Crema de calabaza y puerros

(con ó sin nata)

Crema del día

Ensaladas

(V) Ensaladas

Plato grande

Plato pequeño

Platos Veganos: marcados con (V).

Cuatro Salsas [OV] - Para 2 Personas

Aguacate, lechuga, maíz, tomate, espárragos, zanahoria, remolacha y aceitunas con cuatro salsas: salsa de zanahoria, guacamole, salsa de Roquefort y salsa vinagreta.

Paraíso [OV]

Manzana, piña, kiwi, mango, naranja, salsa de mango y frutas rojas de temporada (fresas, frambuesas, sandía o uvas pasas).

Aguacate [V]

Aguacate, espárragos, zanahoria, tomate, nachos y salsa guacamole.

Antillana [V]

Piña, lechuga, maíz, mango, aguacate, papaya, germinados, kiwi y salsa guacamole.

Green apple - Siete colores [V]

Lechuga, zanahoria, maíz, tomate, germinados, remolacha, aguacate y aceitunas.

Danesa [OV]

Lechuga, manzana, queso fresco, plátano, fresas, pasas, nueces y salsa de yogurt y albahaca.

Ensalada tibia con Rulo de cabra [OV]

Escalibada de cebolla, berenjena y pimientos, con queso de Rulo de cabra y salsa de frutos rojos.

Griega [OV]

Tomate, queso Feta, cebolla roja, pepino, aceitunas y orégano.

Verde [V]

Aguacate, brotes de espinaca, pepino, berros, canónigos, apio, germinados y salsa vinagreta.

Platos principales

Lasaña con lentejas, espinacas, acelgas y puerro. Gratinado al horno. Acompañado de tomate frito y orégano.

Berenjenas rellenas. Berenjenas asadas y rellenas de verduritas picadas y soja texturizada. Pueden servirse con salsa bechamel y parmesano o no. (opción V)

Pasta Fresca acompañada de la salsa del día.

Quiche integral. Tarta salada de masa quebrada integral horneada. Ingredientes según temporada.

(V) Cuscus con verduras con pasas, acompañado de calabaza, pimiento verde, calabacín y cebolla estofados. Condimentados con comino y semilla de cilantro.

(V) Arroz con verduras salteadas, coco y salsa de sésamo. Arroz integral acompañado de pimiento rojo, zanahoria, judías verdes, champiñón y dados de coco. Salteadas y enriquecidas con salsa de sésamo y de soja.

Especial del día. Este plato cambia cada día.

Postres hechos en casa

Tortas - Pudines

De chocolate con mermelada de naranja.

De queso con salsa de frutos rojos.

Del día.

Mousse

Crema de yogurt con almendras

(V) Compota de frutas

Yogurt

Pan Integral, de levadura madre

Bebidas

Zumos naturales

De zanahoria, manzana, naranja o mixto

Mosto con limón

Cerveza con o sin alcohol

Agua mineral con o sin gas

Vinos Tinto, Blanco o Rosado

Botella

Media botella

Copa vino

Café

Infusión

De martes a viernes no festivos, al mediodía.

Incluye 1º plato, 2º plato, pan, bebida y postre ó café.

Platos Veganos: marcados con (V).

Cuatro Salsas [OV] - PARA 2 PERSONAS

Aguacate, lechuga, maíz, tomate, espárragos, zanahoria, remolacha y aceitunas con cuatro salsas: salsa de zanahoria, guacamole, salsa de Roquefort y salsa vinagreta.

Paraíso [OV]

Manzana, piña, kiwi, mango, naranja, salsa de mango y frutas rojas de temporada (fresas, frambuesas, sandía o uvas pasas).

Aguacate [V]

Aguacate, espárragos, zanahoria, tomate, nachos y salsa guacamole.

Antillana [V]

Piña, lechuga, maíz, mango, aguacate, papaya, germinados, kiwi y salsa guacamole.

Green apple - Siete colores [V]

Lechuga, zanahoria, maíz, tomate, germinados, remolacha, aguacate y aceitunas.

Danesa [OV]

Lechuga, manzana, queso fresco, plátano, fresas, pasas, nueces y salsa de yogurt y albahaca.

Ensalada tibia con Rulo de cabra [OV]

Escalibada de cebolla, berenjena y pimientos, con queso de Rulo de cabra y salsa de frutos rojos.

Griega [OV]

Tomate, queso Feta, cebolla roja, pepino, aceitunas y orégano.

Verde [V]

Aguacate, brotes de espinaca, pepino, berros, canónigos, apio, germinados y salsa vinagreta.

[V] = **Vegan**

[OV] = Opción Vegana

3.11. Organigrama

Ilustración 11



Fuente: Las Autoras

3.12. Manual de Funciones. Función Administradores: Administrar Estratégica y objetivamente el establecimiento atender a los clientes de la empresa.

Procedimiento:

1. Da la bienvenida al cliente.
2. Atender los asuntos del Personal a cargo
3. Elaboración de programación de asignación de horarios y turnos
4. Reunión semana con todo el personal
5. Autorización de permisos
6. Realiza procesos de selección de personal
7. Organización de tareas y responsabilidades

3.12.1. Administrador.

Características Específicas.

- Formación académica específica
- Carrera profesional de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras
- Cursos de actualización y /ó especialización
- Conocimientos específicos

Dirección, organización, planeación, orden y control de restaurantes – Gestión del talento Humano – Producción y Servicio de A y B – Gestión financiera – Legislación para restaurantes y bares.

Experiencia

Mínima: 2 años en cargos de preparación tanto en la brigada de servicio como en la parte administrativa de establecimientos gastronómicos y bares reconocidos.

Habilidades

Creatividad, originalidad, gusto, sentido común, capacidad de concentración, identificación de oportunidades, agilidad y certeza en toma de decisiones y solución de problemas, trato con personas.

Descripción del Cargo**Función, Procedimiento, Objetivo**

- Administrar estratégica y objetivamente el establecimiento, planeación, organización, dirección, control y evaluación de cada una de las actividades que se involucran en el desarrollo de la empresa

- Cumplir con los objetivos y metas trazados por la gerencia
- Satisfacer las necesidades de los clientes y de los socios
- Evitar robos de cualquier tipo que perjudique cualquiera de las partes que conforman la organización

- Garantizar el cumplimiento de normas y reglamentación que obliga la actividad
- Atender a los clientes de la empresa, da la bienvenida, atiende y departe con los clientes
- Reconocer al cliente, darle su lugar e importancia e identificar necesidades
- Fidelizar al cliente
- Atender los asuntos de personal
- Elaboración de programación y asignación de horarios y turnos Reunión semanal con todo el personal

- Organización de tareas y responsabilidades para cada cargo
- Arbitraje de conflictos entre empleados

- Realiza proceso de selección de personal
 - Autorización de permisos
 - Contar con personal adecuado, competente, amable y eficaz
 - Atender necesidades del personal
 - Solucionar conflictos
 - Colaborar en el cumplimiento tanto de metas y objetivos profesionales, como personales
 - Conocer ideas y opiniones de empleados
 - Controlar el desarrollo de la actividad nocturna, revisión de montaje y aseo
 - Ubicación y detalles de reservas
 - Atención sobre el orden de las instalaciones y el funcionamiento del bar
 - Presentación de personal
 - Control entrada y salida de personal; cumplimiento de horario
 - Autorización manillas cortesía
 - Supervisión casting entrada, comportamiento y realización de funciones del personal
 - Verificación de procesos cocina, servicio, ambiente
 - Solución de inconvenientes
 - Cumplir con los objetivos y metas trazados por la gerencia
 - Satisfacer las necesidades de los clientes y de los socios
 - Evitar robos de cualquier tipo que perjudique cualquiera de las partes que conforman la organización
- Garantizar el cumplimiento de normas y reglamentación que obliga la actividad
 - Verificar el aspecto adecuado de las instalaciones
 - Asegurar el correcto funcionamiento de la empresa

- Identificar fallas de los procesos y corregirlas
- Controlar el manejo de dinero en efectivo
- Archivo y revisión de los Cierres Diarios de Micros
- Recibe las entradas en efectivo por concepto de cover y caja
- Cobro de faltantes
- Realiza las consignaciones en efectivo
- Evitar pérdidas y robos de dinero
- Elaborar informes de la actividad y funcionamiento del área, procesamiento semanal de la
- información de ventas diarias
- Informe de ventas mensuales por producto
- Informe de ventas mensuales por mesero
- Informe de consignaciones del efectivo correspondiente a venta y cover
- Entregar información oportuna a contabilidad
- Generar info. Sobre índices de rotación
- Analizar eficiencia de los meseros
- Planear, coordinar y supervisar actividades especiales, aprobación de cotizaciones para

eventos

- Organización de eventos visto bueno al guion
- Políticas y autorización de descuentos
- Proceso de reservación
- Proceso de compras: autorización de cantidades
- Organización de las áreas de producción (cocina y bar), compras, administrativa,

mantenimiento y parqueadero

- Administra y controla los desembolsos de fiestas
- Optimizar el desarrollo de la actividad del establecimiento
- Garantizar la calidad de los procesos en pro de la satisfacción de los consumidores
- Asegurar la legalidad de las compras
- Controlar el gasto para eventos especiales
- Realizar funciones extraordinarias
- Ejecución de las tareas encomendadas por su (s) jefe (s)
- Control de las exhibiciones de las barras
- Elabora, administra y verifica los presupuestos de obra
- Cubrir tareas desatendidas o pendientes
- Cumplir con todas las actividades necesarias que contribuyan a el buen funcionamiento

del establecimiento y al desempeño de su cargo

- Verificar procesos de costos e ingresos, aprobación de proveedores
- Revisión de los informes quincenales generados por el jefe de costos
- Revisión de inventarios a cierre de mes
- Revisión caja menor alimentos
- Solucionar problemas
- Suplir necesidades
- Controlar la ejecución de las tareas
- Velar por mantener un costo bajo en inventario

3.12.2. Administrador 2. Jefe de Costos.

Características Específicas

Formación académica específica

Administración Hotelera con cursos de especialización en el control de costos para bares y restaurantes

Conocimientos específicos

Teoría de costos, software Micros y TCR, formatos de control, manejo de inventarios, productos alimenticios; licores, vinos y otras bebidas.

Experiencia

1 o 2 años en cargos similares

Habilidades

Capacidad de aprehender rápidamente, concentración, trato con personas.

Descripción del cargo

Función, Procedimiento, Objetivo

- Administrar caja menor de alimentos, realiza pagos por conceptos varios
- Soporta pagos
- Pasa cierre a admón., a gerencia y a contabilidad
- Efectuar compras de A y B necesarios para el funcionamiento del sitio, obligadas y autorizadas
- Costear el funcionamiento del establecimiento, actualización base de datos; análisis precios calidades que manejen los proveedores.
- Análisis de carnicería
- Recetas estándar A y B

- Inventarios estimados
- Comida de personal
- Funcionarios; consumos internos.
- Créditos al costo
- Registros costo
- Reporte diario de ventas
- Costo botella bebidas
- Tabla de rendimiento bebidas
- Precios potenciales, reales y carta bebidas
- Gastos operacionales
- Registro de facturas en el sistema: ingreso, traslados y correcciones necesarias.
- Presupuesto de ingresos, costos y gastos
- Ingreso de obsequios con precio de última compra
- Determinar precios carta de A y B
- Planear y controlar las entradas y salidas de dinero por ventas de A y B
- Facilitar e incrementar la obtención de utilidades del establecimiento
- Controlar los movimientos de costo y gasto generados por las ventas de A y B
- Proyectar ventas, costos y gastos de la actividad para periodos siguientes
- Elaborar informes de la actividad y funcionamiento del área, informe mensual de costos

totales del establecimiento.

- Revisión de los estados de resultado
- Presupuesto del área
- Resultados del conteo de platos vendidos

- Informe de los resultados del control de inventarios a la administración
- Informe de costos pre y post evento
- Informe mensual de faltantes y sobrantes a la gerencia
- Rendir cuentas a la administración y la gerencia
- Justificar acciones
- Proponer cambios
- Identificar oportunidades y amenazas
- Brindar información que soporte la toma de decisiones
- Establecer estándares de compra y tamaño de porciones, lista de especificaciones y

condiciones de calidad de A y B

- Listado de porciones estándar
- Niveles de stock para almacén
- Optimizar y agilizar los procesos de compra y recibo de mercancía
- Garantizar la calidad de la mercancía comprada
- Promover el uso y gasto de la materia prima
- Realizar funciones extraordinarias Atender bonificaciones de los proveedores
- Ejecución de las tareas encomendadas por su (s) jefe (s)
- Cubrir tareas desatendidas o pendientes
- Cumplir con todas las actividades necesarias que contribuyan al funcionamiento del

establecimiento y al desempeño de su cargo

- Supervisar desempeño del personal a su cargo, revisión proceso de compra y bodega
- Revisión de inventarios
- Inventarios físicos

- Reuniones
- Evaluar ejecución de tareas
- Garantizar cumplimiento de estándares
- Brindar seguridad al cliente en los productos que consume
- Promover buenas relaciones
- Establecer programas de mejoras

3.12.3. Relaciones Públicas y Ventas

a. Características específicas

- Formación Académica
- Carrera profesional en Mercadeo con cursos especializados para restaurantes y bares
- Conocimientos Específicos
- Funcionamiento de Restaurantes y Bares – Técnicas, mecanismos y procedimientos de

mercadeo para estos establecimientos – Estrategias de promoción y ventas – Conceptos Publicitarios – Trato con medios de comunicación – Organización de eventos

Experiencia

Mínima: 2 años en cargos de relaciones públicas, mercadeo y ventas de establecimientos acreditados del sector.

Habilidades

Capacidad de negociación, trato con personas, don de servicio, gusto, creatividad.

b. Descripción Del Cargo

Función, Procedimiento, Objetivo

- Elaborar informes de la actividad y funcionamiento del área, informe mensual de comercialización, base de datos de nuevas empresas, hoteles y embajadas con sus respectivos contactos

- Informe mensual de gestión de la página web
- Record de eventos cotizados y realizados con datos completos y monto facturado
- Rendir cuentas a la administración
- Justificar acciones
- Proponer cambios
- Identificar oportunidades y amenazas
- Brindar información que soporte la toma de decisiones
- Comercializar el sitio para eventos, en hoteles y embajadas, visitas semanales a empresas,

agencias de publicidad y empresas promotoras de eventos

- Reuniones semanales con gerencia
- Visitas de presentación a hoteles y embajadas
- Presentación de actividades y eventos a hoteles y embajadas
- Divulgación de El Sitio... a mercados fuera del tradicional
- Promover el incremento de las ventas del establecimiento
- Mercadear las actividades especiales, martes de Visa y El que la hace la Canta: contrato con Visa, Alianza comercial con Global Wine, entrega de información a los principales públicos, Mailing a clientes habituales.

- Página web: seguimiento a la optimización por CD All de Colombia, capacitación a la persona designada para verificación de mails diario, envío de mails mensuales y postales de fiestas.

- Calendario de fiestas: preproducción, convocatoria, producción, pos producción y seguimiento

- Dar a conocer las actividades y eventos especiales que se desarrollen

- Promover el incremento de las ventas del establecimiento

- Planear, ejecutar y controlar eventos, elaboración y envío de cotización

- Producción del evento

- Cartas de agradecimiento

- Asesorar al cliente con ideas, opciones, sugerencias y paquetes completos

- Conocer la disponibilidad del establecimiento para una fecha

- Cubrir todos los detalles

- Satisfacer las necesidades y expectativas del cliente en cuanto a la realización de su evento

- Evaluar la celebración del evento

- Identificar puntos positivos y aspectos a mejorar en próximos eventos

- Realizar funciones extraordinarias, supervisión del trabajo de base de datos y archivo de

El Sitio

- Ejecución de las tareas encomendadas por su (s) efe (s)

- Cubrir tareas desatendidas o pendientes

- Cumplir con todas las actividades necesarias que contribuyan al funcionamiento del establecimiento y al desempeño de su cargo

3.12.4. Almacén.

Características Específicas

Formación Académica

Técnico en administración de empresas, ingeniería de alimentos o como mínimo cursos de control y manejo de inventarios, alimentos.

Conocimientos Específicos

Políticas de compra – Sistemas de Almacenamiento – Control de inventarios – Negociación – Manipulación de alimentos – Especificaciones estándar de compra de AyB – Métodos para evaluación de mercancía

Experiencia

Mínima: 1 año en cargos dentro de áreas de compra de supermercados o empresas acreditadas del sector.

Habilidades

Capacidad de negociación, orden, agilidad y trato con personas.

Descripción del Cargo

Función, Procedimiento, Objetivo

- Controlar los ingresos y salidas de productos en almacén, elaboración de inventarios físicos

- Controles de existencia
- Controlar las compras por artículo
- Prevenir pérdida o robo de mercancía

- Mantener stocks.
- Determinar necesidades de compra.
- Cumplir con las políticas de compra, seguimiento estricto de especificaciones y condiciones de calidad

- Vigilancia de los niveles de stock para almacén
- Revisión de requisiciones
- Compra de cantidades autorizadas por el administrador
- Evitar inconvenientes por incumplimiento o infracción de las políticas establecidas
- Abastecer a las diferentes áreas en sus carencias
- Efectuar una correcta rotación de inventarios
- Optimizar el proceso de compra
- Despachar requisiciones
- Entrega del pedido a la división correspondiente
- Requisición – vs. – mercancía entregada
- Suministrar a cada dependencia la mercancía requerida para el desarrollo de su actividad
- Elaborar informes de la actividad y funcionamiento del área, orden de Compra
- Reporte de recibo de mercancía
- Inventarios físicos – vs. – saldos sistema
- Control de compras a proveedores
- Reporte de ahorros en compras
- Reportes especiales solicitados
- Presupuesto del área
- Rendir cuentas a la administración

- Justificar acciones
 - Proponer cambios
 - Identificar oportunidades y amenazas
 - Brindar información que soporte la toma de decisiones
 - Ordenar y limpiar la bodega, ubicación de la mercancía en los estantes correspondientes
 - Aseo y desinfección del espacio físico
 - Revisión de condiciones de almacenamiento (estado de productos, fechas vencimiento, # etiquetas...)
- Asegurar el buen estado y la conservación de la mercancía en bodega
 - Controlar las existencias en bodega
 - Realizar inventarios de barras y cocina, inventario físico así:
 - Cocina: todos los lunes
 - Barra interna: martes a sábado
 - Barra externa: jueves a sábado
 - Colaborar en el control de inventarios al jefe de costos.
 - Verificar existencias diarias y semanales.
 - Realizar funciones extraordinarias
 - Ejecución de las tareas encomendadas por su (s) jefe (s)
 - Manejo de la bodega de utilería y dotación
 - Elaboración y actualización base de datos proveedores
 - Cubrir tareas desatendidas o pendientes
 - Cumplir con todas las actividades necesarias que contribuyan al el buen funcionamiento del establecimiento y al desempeño de su cargo

- Recibir mercancía Comparación orden de compra – vs.- factura proveedor: reporte de recibo

- Evaluación de la mercancía
- Ingreso de la mercancía a la bodega
- Culminar el proceso de compra
- Disponer de la mercancía comprada
- Garantizar la calidad de las bebidas alcohólicas para su consumo
- Responder por los equipos audiovisuales
- Inventario de equipos en bodega
- Catálogo de equipos
- Entrega de equipos requeridos para evento
- Recibo, evaluación y almacenaje de equipos posterior a los eventos
- Mantener en buen estado los equipos
- Evitar pérdidas o robos
- Suministrar los equipos requeridos para un evento
- Tramitar y realizar compras, solicitud de autorización de cantidades de compra (alimentos

y otros a Jefe de Costos – bebidas al Administrador)

- Solicitud de cotizaciones
- Solicitud de aprobación de cotizaciones
- Formulación de pedidos a los proveedores
- Modificación del pedido (cuando sea necesario)
- Cancelación del pedido (cuando sea necesario)
- Desarrollar el proceso de compra de manera eficiente, sin errores ni contratiempos

- Obtener la mercancía para la fecha requerida
- Garantizar cumplimiento del proveedor

3.12.5. Personal Operativo.

Generalidades

Conocimientos específicos

Para el personal de bar:

Conocimiento de toda clase de bebidas y experiencia en la preparación de cócteles.

Conocimientos básicos del servicio de bar y bebidas.

Para el personal de comedor:

Conocimientos básicos del servicio de alimentos y bebidas.

Cualidades

- Ánimo de superación y gusto por el trabajo.
- Atento y amable: escuchar, orientar, respetar, saber interpretar, saber comunicar y ser cortés.
- Colaborador con sus compañeros y comprensivo.
- Desplazamiento con naturalidad, rápido y sin brusquedad.
- Elegancia en el desempeño del rol.
- Responsable, tolerante y paciente.
- Sincero para expresar dudas o solicitar ayuda.
- Uso de un adecuado vocabulario con locución clara.

- Habilidades especiales
- Agilidad corporal y mental
- Capacidad de retención
- Diligente y eficaz.
- Trato con personas y don de servicio
- Modales
- Puntual y cumplido.
- Sencillo.
- Respetuoso con la intimidad de los clientes y con los mandatos superiores.
- Requisitos mínimos
- Excelente salud física, sobre todo en lo concerniente a piernas y brazos; pies sanos y

resistentes.

- Aseo diario indispensable, manos cuidadas, uñas cortas y limpias, ropa y uniforme limpios y planchados y zapatos limpios y cómodos.

- Personas normales que no tengan defectos físicos que puedan originar cierto tipo de impresión a los clientes.

- Bachilleres

3.12.6. Capitán de Meseros.

Características Específicas

Formación académica específica

Carrera técnica de servicio para establecimientos de AyB y/o cursos de formación en el tema.

Conocimientos Específicos

Funcionamiento de Restaurantes y bares – Técnicas, mecanismos y procedimientos de servicio – Tipos de servicio – Clases de montaje – Información general, apertura y servicio de licores y vinos – Terminología de AyB – Componentes de vajilla, cristalería y cubertería.

Experiencia

Mínima: 1 año en cargos de dirección de servicio en restaurantes, bares y/u hoteles acreditados.

Habilidades

Aptitud para control y manejo de personal, trato con personas, don de servicio, gusto.

Descripción del Cargo

Función, Procedimiento, Objetivo

- Capacitar al personal a su cargo, exponer y recordar especificaciones de presentación personal, normas de cortesía, trabajo en equipo, sistema de órdenes, tipo de servicio, forma de retirar los platos, prevención de accidentes, estaciones de servicio, presentación de cuentas, sistema de propinas, tráfico en la cocina, montajes de mesa, tipos de cubiertos; loza y cristalería, descorche de vinos y licores y explicación detallada del contenido de la carta
- Reducir índice de ocurrencia de errores de servicio
- Poner a disposición del cliente personal capaz y competente
- Hacer más eficaz el proceso de servicio
- Coordinar el servicio en el comedor
- Definición tipo de servicio

- Asignación de zonas de trabajo al personal de comedor y bar, según la programación hecha por la administración, lista de revisión: aseo general del lugar, material y equipo, montaje correcto, música ambiental, suministros suficientes, mise en place completo, papelería suficiente

- Ordenamiento de reservaciones
- Recepción y despido de clientes
- Atención de quejas y problemas de los clientes
- Verificación de procedimientos y normas
- Asignación de responsabilidades por zona
- Establece cooperación entre cocina, bar y comedor
- Optimizar el servicio del establecimiento
- Satisfacer necesidades y expectativas del cliente
- Motivar el regreso de los clientes
- Aportar en la consecución del incremento en las ventas
- Organizar la distribución física del comedor para determinar las mesas disponibles
- Elaborar informes de la actividad y funcionamiento del área
- Reporte de consumo de suministros
- Informe de funcionamiento del servicio en el comedor
- Presupuesto del área
- Rendir cuentas a la administración
- Justificar acciones, proponer cambios
- Identificar oportunidades y amenazas
- Brindar información que soporte la toma de decisiones

- Elaborar requisiciones, pedidos de suministros o insumos a bodega para la actividad diaria o para eventos

- Revisión diaria de calentadores en terraza
- Garantizar la disposición de suministros varios y de gas para los calentadores de ambiente
- Realizar funciones extraordinarias
- Ejecución de las tareas encomendadas por su (s) jefe (s)
- Planear servicio para los eventos
- Cubrir tareas desatendidas o pendientes
- Colaborar con la prevención de fallas
- Efectuar reparaciones urgentes
- Cumplir con todas las actividades necesarias que contribuyan al el buen funcionamiento

del establecimiento y al desempeño de su cargo

- Supervisar desempeño del personal a su cargo Revisa el correcto montaje del bar, luces, calentadores, cocuyos, fuente, avisos, pendones y demás.

- Lista de revisión: puntualidad, aseo y disciplina
- Revisión del desempeño
- Reuniones
- Verificación de normas y procedimientos
- Cobro correcto de las cuentas y eficiencia de los cajeros
- Evaluar la ejecución de tareas
- Garantizar el cumplimiento de estándares
- Promover buena relaciones
- Establecer programas de mejoras

3.12.7. Mesero.

Características Específicas

Formación Académica Específica

Estudiantes universitarios en cualquier área, preferiblemente hotelera

Conocimientos Específicos

Funcionamiento de restaurantes y bares – Técnicas, mecanismos y procedimientos de servicio

– Tipos de servicio – Apertura y servicio de licores y vinos – Terminología de AyB –

Componentes de vajilla, cristalería y cubertería

Experiencia

Ninguna indispensable

Habilidades

Ninguna en particular además de las generales para el personal de servicio

Descripción del Cargo

Función, Procedimiento, Objetivo

- Conocer la carta en su totalidad y con lujo de detalles, aprendizaje del menú, su contenido, formas de preparación, gramaje carnes, opciones de acompañamientos, precios, sabores, ofrecer un excelente servicio

- Estar en capacidad de sugerir y/o vender al cliente los productos

- Desempeñar sus funciones con una excelente presentación personal, no joyas ni lociones

fuertes

- Uñas cortas, limpias y sin esmalte

- Afeitados (no-barba; no-bigote) y con pelo corto para los hombres

- Maquillaje suave y pelo arreglado para las mujeres

- A las 7:00 debe presentarse listo y cambiado en el comedor

- Dar una excelente impresión al cliente
- Mantener el status del establecimiento
- Montar y limpiar el bar, colocación de mantelería, tapas de papel y tend cards utilizadas

en el momento

- Limpieza cargue y ubicación de lámparas de parafina y ceniceros
- Recoger cristalería, lámparas y ceniceros, subir sillas y recoger basura de la zona donde

haya trabajado cada noche

- Brindar condiciones necesarias para la correcta presentación de mesas
- Generar una buena impresión y hacer sentir cómodo al cliente
- Realizar funciones extraordinarias
- Colaboración con el aseo y cuidado del comedor y la dotación del mismo
- Reemplazo del capitán en su ausencia
- Ejecución de las tareas encomendadas por su (s) jefe (s)
- Aviso de inconvenientes al administrador o encargado
- Entrega de sugerencias y observaciones
- Ayudar en la excelencia de la presentación del comedor
- Cubrir sus funciones y aprenderlas
- Cumplir con todas las actividades necesarias que contribuyan al el buen funcionamiento

del establecimiento y al desempeño de su cargo

- Servir y recoger mesas, recepción y despido de clientes
- Presentación y toma de órdenes
- Elaboración de comandas y digitación del pedido en el sistema
- Montar cubertería y servilletas

- Control de preparación y mecánica
- Servicio de bebidas
- Servicio de pan y platos a la mesa
- Recogida de vajilla y cristalería sucia, cambio de ceniceros sucios, puesta de hielo
- Encendido de cigarrillos a los clientes
- Hacer más eficaz el proceso de servicio
- Satisfacer necesidades y expectativas de los clientes
- Motivar el regreso del cliente
- Pago de cuentas correspondientes a las mesas de su zona Solicitud de pre-cuenta;

presentación al cliente, pago en caja, entrega del cambio y/o voucher (diligenciado con nombre o firma, teléfono, cédula y marcado con su nombre en la parte superior)

- Entrega ticket de salida (# de mesa, # de pax., fecha y mesero)
- Cerrar el proceso de venta.
- Surtir estaciones de servicio Mise en place de platos, cubertería, cristalería, servilletas,

pitillos, ceniceros, saleros, sobres de azúcar y sabro...

- Prevenir retrasos durante el servicio
- Minimizar riesgos de incurrir de errores por ausencia de insumos
- Verificar el consumo de las mesas
- Atención constante a la mesa, incentivo del incremento del consumo, Impulsar las ventas
- Aumentar el consumo promedio por comensal

Características Específicas

- Formación académica específica
- Cursos de preparación y servicio de bebidas, enología, cócteles, decoración

- Conocimientos específicos
- Clasificación de bebidas alcohólicas – Orígenes y composición – Formas de presentación

– Descorche y servicio – Tabla de rendimiento – Bebidas mezcladoras – Cócteles – Decoración

- Experiencia
- Mínima: 2 años en cargos similares en bares acreditados
- Habilidades
- Destreza manual, gusto, agilidad, fuerza física, trato con personas

Descripción Del Cargo

Función, Procedimiento, Objetivo

- Desempeñar sus funciones con una excelente presentación personal, no joyas ni lociones

fuertes

- Uñas cortas, limpias y sin esmalte
- Afeitados (no barba; no bigote) y con pelo corto
- Dar una excelente impresión al cliente
- Mantener el status del establecimiento
- Alistar y cerrar el bar Mise en place: preparación de máquinas, surtimiento de neveras,

verificación de stocks de bebidas, alimentos y suministros

- Recibo de pedido de bodega
- Montaje de su respectiva área
- Recogida y limpieza final
- Alista y saca la basura
- Prevenir retrasos durante el servicio
- Minimizar riesgos de errores por ausencia de insumos necesarios

- Brindar condiciones necesarias para la correcta presentación de la barra y de las mesas de

la terraza

- Generar una buena impresión y hacer sentir cómodo al cliente
- Elaborar informes de la actividad y funcionamiento del área, inventario de bar
- Inventario físico con jefe costos (primer día de cada mes.)
- Inventario de cristalería (15 y 30 de cada mes)
- Informe de funcionamiento del bar
- Presupuesto del área
- Elaborar requisiciones según el inventario
- Rendir cuentas a la administración
- Justificar acciones
- Proponer cambios
- Identificar oportunidades y amenazas
- Brindar información que soporte la toma de decisiones
- Elaborar requisiciones, pedidos de licores, vinos, otras bebidas, alimentos y suministros a

la bodega

- Garantizar la disposición de materias primas requeridas para el despacho de bebidas
- Exhibir licores, decoración de estanterías con botellas y elementos decorativos, bajo

órdenes de la administración Generar ambiente agradable y llamativo

- Promover el consumo de bebidas
- Realizar funciones extraordinarias
- Ejecución de las tareas encomendadas por su (s) jefe (s)
- Cubrir tareas desatendidas o pendientes

- Cumplir con todas las actividades necesarias que contribuyan al el buen funcionamiento del establecimiento y al desempeño de su cargo

- Servir y elaborar bebidas por impresión remota de meseros o por solicitud directa del cliente en la barra toma de órdenes

- Preparación de cócteles

- Servicio de bebidas

- Decoración de recipientes para servir las bebidas

- Satisfacer necesidades y expectativas de los clientes

- Cumplir con los pedidos de comandas

- Atender a los clientes en las barras

- Dar las bebidas a los meseros para que las sirvan a las mesas

- Supervisar desempeño del personal a su cargo, servicio general, aseo en la preparación, cumplimiento de estándares, entrega de bebidas en comanda, evaluar ejecución de tareas

- Garantizar cumplimiento de estándares

- Promover buenas relaciones

- Establecer programas de mejoras

3.12.8. Personal de Cocina.

Generalidades

- Conocimientos específicos

- Manipulación de alimentos.

- Uso de batería de cocina.

- Conocimientos básicos de la preparación de alimentos.

Cualidades

- Ánimo de superación y gusto por el trabajo.
- Atento y amable: escuchar, orientar, respetar, saber interpretar, saber comunicar y ser cortés.
- Colaborador con sus compañeros.
- Comprensivo.
- No temperamental, tolerante y paciente.
- Responsable
- Sincero para expresar dudas o solicitar ayuda.
- Habilidades especiales
- Agilidad
- Capacidad de retención
- Destreza manual
- Diligente y eficaz.
- Trato con personas y don de servicio
- Modales
- Puntual y cumplido.
- Sencillo.
- Respetuoso con sus compañeros y con los mandatos superiores.
- Uso de un adecuado vocabulario con locución clara.
- Requisitos mínimos

- Excelente salud física, sobre todo en lo concerniente a piernas y brazos; pies y manos sanos y resistentes.
- Aseo diario indispensable, manos cuidadas, uñas cortas y limpias, ropa y uniforme limpios y planchados y zapatos limpios y cómodos.
- Bachilleres

3.12.9. Jefe de Cocina.

Características Específicas

- Formación académica específica
- Carrera técnica – profesional de cocina
- Cursos de actualización y especialización
- Conocimientos específicos
- Dirección, organización, planeación, orden y control de cocinas – Conocimiento materias primas, equipos y técnicas de preparación de alimentos – Tiempos de cocción – Sistemas de trabajo en la cocina – Procesos de menú y carta – Manipulación de alimentos – BPF – Métodos de conservación y almacenamiento – Legislación Sanitaria – Factores de alteración de los alimentos.

Experiencia

Mínima: 5 años como jefe de partida en diferentes cocinas de restaurantes y/u hoteles acreditados

Habilidades

Creatividad, originalidad, sentido común, capacidad de concentración, agilidad.

Descripción del Cargo

Función, Procedimiento, Objetivo

- Controlar la calidad de los procesos
- Supervisión de condiciones de alimentos que recibe la cocina
- Adecuada rotación de inventarios
- Inspección de porciones, limpieza y decoración de platos
- Aplicación de normas sanitarias y medidas de seguridad
- Vigilancia de aseo y desinfección de la cocina
- Satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes
- Garantizar el servicio al cliente de un producto de la más alta calidad
- Cumplir estándares establecidos
- Coordinar los asuntos del personal de cocina, capacitación y entrenamiento
- Supervisión del trabajo
- Elaboración de horarios y programación
- Reuniones periódicas
- Mantenimiento de disciplina y aseo
- Contar con el personal adecuado
- Evaluar el desempeño del personal a su cargo
- Mantener buenas relaciones de trabajo entre el personal
- Elaborar informes de la actividad y funcionamiento del área
- Elabora inventarios diarios y físico semanal
- Diseño y estructura de menús para eventos
- Establecimiento de máximos y mínimos

- Estructura menús para empleados
- Rendir cuentas a la administración
- Justificar acciones
- Proponer cambios en beneficio del establecimiento
- Brindar información que soporte la toma de decisiones
- Identificar fortalezas y debilidades
- Elaborar y autorizar pedidos o transferencias, revisión de inventario de despensa,
- Diligenciar listas de mercado y requisiciones
- Visto bueno a solicitudes hechas por los ayudantes
- Abastecer la despensa
- Evitar inconvenientes y retrasos en el servicio al cliente
- Controlar la cantidad de los pedidos
- Procesar las comandas, recepción de las comandas de los meseros
- Verificación de pedidos en las comandas
- Anunciación de las órdenes
- Control sobre pedidos pendientes
- Reclamación al auxiliar responsable por la tardanza de un plato
- Reunión de comandas marchadas para enviarlas al jefe de costos
- Controlar el proceso de producción
- Realizar funciones extraordinarias
- Ejecución de las tareas encomendadas por su (s) jefe (s)
- Programar y dividir el trabajo en la cocina
- Planeación de menús especiales para eventos

- Cubrir tareas desatendidas o pendientes
- Cumplir con todas las actividades necesarias que contribuyan al el buen funcionamiento

del establecimiento y al desempeño de su cargo

- Revisión de producción de platos, calidad y presentación
- Verificación de limpieza y mantenimiento de mesas
- Prevención de pérdidas y robos
- Garantizar cumplimiento de estándares
- Brindar seguridad al cliente en los productos que consume
- Velar por la reducción de costos
- Planeación adecuada con objetivos
- Coordinación entre las áreas de producción y servicio trabajo en equipo
- Evasión de costos excesivos
- Optimización del uso de recursos
- Contribuir al incremento de los ingresos; utilidades del establecimiento

3.12.10. Auxiliar de Cocina Caliente.

Características Específicas

- Formación académica específica
- Formación técnica.
- Conocimientos específicos
- Tiempos de cocción de los alimentos – Técnicas y formas de cocción – Técnicas para

identificar alimentos descompuestos – Manipulación de alimentos

Experiencia

Mínima: 1 año en cargos similares en establecimientos de preparación y elaboración de alimentos que cumplan con las normas mínimas de manipulación de alimentos.

Habilidades

Capacidad de rápida aprehensión de procedimientos, destreza manual.

Descripción Del Cargo**Función, Procedimiento, Objetivo**

- Colaborar con el orden y aseo, Limpieza y arreglo de su área respectiva de trabajo, avanzar en este proceso

- Mantener limpia la cocina
- Cumplir normas de manipulación de alimentos y estándares, seguimiento y práctica de la normatividad

- Aplicación de recetas estándar
- Ofrecer al cliente alimentos agradables y seguros
- Satisfacer los gustos y expectativas de los clientes
- Mantener la calidad que identifica al establecimiento
- Mise en place parrilla Aseo de la parrilla
- Alistamiento de implementos requeridos, carnes y condimentos
- Encendido de la parrilla
- Evitar inconvenientes y retrasos en el servicio al cliente
- Preparar alimentos

- Elaboración de entradas calientes, sopas, salsas y componentes principales de picadas, brochetas, platos de lomo; de mar y de pollo

- Calentamiento de acompañamientos (arroz)
- Aportar la parte correspondiente de los pedidos que llegan a la cocina
- Realizar el mise en place de su área
- Alistamiento de ingredientes, utensilios y demás elementos requeridos para el desempeño

de sus labores

- Mise en place de carnes
- Descongelación y congelación de carnes
- Agilizar la marcha de los pedidos
- Evitar inconvenientes por faltantes
- Realizar funciones extraordinarias
- Limpieza de cocina
- Colaboración en la cocina
- Ejecución de las tareas encomendadas por su (s) jefe (s)
- Agilizar la marcha de órdenes
- Cubrir tareas desatendidas o pendientes
- Cumplir con todas las actividades necesarias que contribuyan al el buen funcionamiento

del establecimiento y al desempeño de su cargo

3.12.11. Auxiliar de Cocina Fría.

Características Específicas

- Formación académica específica
- Ninguna indispensable

- Conocimientos específicos
- Tiempos de cocción de los alimentos – Técnicas y formas de cocción, de preparación de alimentos y platos fríos – Técnicas para identificar alimentos descompuestos – Manipulación de alimentos

Experiencia

Mínima: 1 año en cargos similares en establecimientos de preparación y elaboración de alimentos que cumplan con las normas mínimas de manipulación de alimentos.

Habilidades

Capacidad de rápida aprehensión de procedimientos, destreza manual.

Descripción del Cargo

Función, Procedimiento, Objetivo

- Colaborar con el orden y aseo, limpieza y arreglo de su área respectiva de trabajo
- Avanzar en este proceso
- Mantener limpia la cocina
- Cumplir normas de manipulación de alimentos y estándares
- Seguimiento y práctica de la normatividad
- Aplicación de recetas estándar
- Ofrecer al cliente alimentos agradables y seguros
- Satisfacer los gustos y expectativas de los clientes
- Mantener la calidad que identifica al establecimiento
- Preparar alimentos
- Elaboración de entradas frías, salsas y postres
- Aportar la parte correspondiente de los pedidos que llegan a la cocina

- Alistamiento de ingredientes, utensilios y demás elementos requeridos para el desempeño de sus labores Agilizar la marcha de los pedidos

- Evitar inconvenientes por faltantes
- Realizar funciones extraordinarias
- Limpieza de cocina
- Colaboración en la cocina a los demás cargos
- Ejecución de las tareas encomendadas por su (s) jefe (s)
- Agilizar la marcha de órdenes
- Cubrir tareas desatendidas o pendientes
- Cumplir con todas las actividades necesarias que contribuyan al el buen funcionamiento del establecimiento y al desempeño de su cargo.

Capítulo 4. Factibilidad Financiera Recursos

Tabla 2



Inversiones	Valor
Inversión socios	\$ 155.000.000,00
Compra negocio Existente local	\$ (28.000.000,00)
Nómina	\$ (7.600.000,00)
Arriendo mes 1	\$ (4.400.000,00)
Electrodomésticos	\$ (2.978.110,00)
Inventario mes 1	\$ (24.000.000,00)
Dotación, loza, ollas, cubiertos, copas, vasos y de coctelería	\$ (7.235.463,00)
Dotaciones cocina zona producción	\$ (47.235.000,00)
Cartas u aviso exterior	\$ (200.000,00)
Pintura local y muebles, baños y diseño arquitecto	\$ (6.000.000,00)
Mobiliario y salón nivel 1 y 2	\$ (13.200.000,00)
Uniformes empleados	\$ (598.232,00)
Saldo final cuenta	\$ 11.753.195,00

Fuente: Las Autoras

Tabla 3

Presupuesto de Ventas Trimestrales

Descripción	Presupuesto 1	Presupuesto 2	Presupuesto 3
Venta	\$ 60.000.000,00	\$ 40.000.000,00	\$ 20.000.000,00
Empleados (4) 2 turnos	\$ (7.600.000,00)	\$ (7.600.000,00)	\$ (7.600.000,00)
Arriendo	\$ (4.400.000,00)	\$ (4.400.000,00)	\$ (4.400.000,00)
Mercadeo	\$ (2.000.000,00)	\$ (2.000.000,00)	\$ (2.000.000,00)
Servicios	\$ 1.500.000,00	\$ 1.500.000,00	\$ 1.500.000,00
Materia Prima	\$ (24.000.000,00)	\$ (16.000.000,00)	\$ 8.000.000,00
Imprevistos	\$ (2.000.000,00)	\$ (2.000.000,00)	\$ (2.000.000,00)
Utilidad	\$ 21.500.000,00	\$ 9.500.000,00	\$ 2.500.000,00

Fuente: Las Autoras

Tabla 4

Presupuesto Venta	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Cumplimiento Presupuesto
03 Presupuesto 3 noviembre-diciembre 2017	30%	30%	30%	10%	\$60.000.000
02 Presupuesto 2 Agosto - Septiembre - Oct	30%	30%	30%	20%	\$40.000.000
01 Presupuesto - 1 Mayo - Junio - Julio - 2017	17%	30%	33%	20%	\$20.000.000

Fuente: Las Autoras

Tabla 5

Presupuesto Venta	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Cumplimiento Presupuesto
Presupuesto 3 Oct-Nov-Dic.	\$18.000.000,00	\$18.000.000,00	\$18.000.000,00	\$6.000.000,00	\$60.000.000,00
Presupuesto 2 Jul.-Agost.-Sep.	\$12.000.000,00	\$40.000.000,00	\$12.000.000,00	\$8.000.000,00	\$40.000.000,00
Presupuesto 1 Abril - May-Jun.	\$ 3.400.000,00	\$6.000.000,00	\$6.600.000,00	\$4.000.000,00	\$20.000.000,00

Fuente: Las Autoras

Tabla 6

Presupuesto Venta	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Cumplimiento Presupuesto
Presupuesto 3 3 Oct.-Nov-Dic.	\$2.571.428.57	\$2.571.428.57	\$2.571.428.57	\$857.142.86	\$60.000.000,00
Presupuesto 2 Jul – Agost-Sep.	\$1.114.285.71	\$5.714.285.76	\$1714.285.71	\$1.142.857.14	\$40.000.000,00
Presupuesto 1 Abril-May-Jun	\$485.714.29	\$857.142.86	\$942.857.14	\$ 571.428.57	\$20.000.000,00

Fuente: Las Autoras

Tabla 7

Descripción	Unidades	Valor Unitario	Valor Total
Electrodomésticos			
Congelador. Nevera-Electrolux	1	\$ 599.900,00	\$ 599.900,00
Congelador 316 lts horizontal Electrolux	1	\$ 1.168.410,00	\$ 1.168.410,00
Licuada Oster	2	\$ 604.900,00	\$ 1.209.800,00
Equipamiento Zona de Producción y Servicio			
Sarten Tramontina	5	\$ 23.500,00	\$ 117.500,00
Sarten Tramontina Ceramica	2	\$ 98.200,00	\$ 196.400,00
Olla Presion Corona	1	\$ 72.900,00	\$ 72.900,00
Chocolatera	1	\$ 22.500,00	\$ 22.500,00
Caldero Aluminio	1	\$ 37.200,00	\$ 37.200,00
Caldero Aluminio	1	\$ 60.945,00	\$ 60.945,00
Juego Ollas Tramontina	3	\$ 74.700,00	\$ 224.100,00
Paila Al Nort	5	\$ 20.400,00	\$ 102.000,00
Bandeja Metal	5	\$ 15.300,00	\$ 76.500,00
Olla Presion Corona	2	\$ 72.900,00	\$ 145.800,00
Calder Imusa Antiaderente	3	\$ 56.300,00	\$ 168.900,00
Wf -Sanduchera- Oster	1	\$ 1.194.800,00	\$ 1.194.800,00
Cortador De Papa Francesa	1	\$ 441.000,00	\$ 441.000,00
Vaso Cristal Lexinton	60	\$ 2.400,00	\$ 144.000,00
Vaso Cervc Cristal	60	\$ 4.408,00	\$ 264.480,00
Copa Helado	25	\$ 4.000,00	\$ 100.000,00

Descripción	Unidades	Valor Unitario	Valor Total
Copa Ceviche	25	\$ 2.880,00	\$ 72.000,00
Copa Arg	40	\$ 1.900,00	\$ 76.000,00
Copa Cristal	40	\$ 1.500,00	\$ 60.000,00
Jarra Cristal	15	\$ 8.100,00	\$ 121.500,00
Plato Incametal Hondo	50	\$ 10.900,00	\$ 545.000,00
Plato Corona Pando	50	\$ 20.100,00	\$ 1.005.000,00
Plato Porcelana Pequeño	30	\$ 6.560,00	\$ 196.800,00
Pocillo Corona	30	\$ 3.700,00	\$ 111.000,00
Pasantera	30	\$ 1.800,00	\$ 54.000,00
Bouillon Corona Eleganc	30	\$ 3.900,00	\$ 117.000,00
Salero	30	\$ 8.400,00	\$ 252.000,00
Caneca Extra	2	\$ 30.900,00	\$ 61.800,00
Exprimidor Jugo Cromado	1	\$ 102.500,00	\$ 102.500,00
Talbla Plastica Aro	2	\$ 10.200,00	\$ 20.400,00
Talbla Plastica Aro	1	\$ 30.700,00	\$ 30.700,00
Cuchara Mesa Tramontina X12 Und	2	\$ 35.800,00	\$ 71.600,00
Tenedor Mesa Tramontina	2	\$ 35.800,00	\$ 71.600,00
Cuchara Pequeña Tramontina	1	\$ 20.400,00	\$ 20.400,00
Cuchillo Mesa Tramontina X3	6	\$ 13.200,00	\$ 79.200,00
Rayo Cocina	3	\$ 22.900,00	\$ 68.700,00
Colador Aluminio	2	\$ 40.932,00	\$ 81.864,00
Cucharon Tramontina	1	\$ 49.100,00	\$ 49.100,00
Espumadera Incametal	1	\$ 19.900,00	\$ 19.900,00
Batidor Acero	2	\$ 7.900,00	\$ 15.800,00
Extractor De Pulpas	1	\$ 10.900,00	\$ 10.900,00
Tenedor Trinchante	2	\$ 7.100,00	\$ 14.200,00
Juego Cuchillos Tramontina	1	\$ 30.700,00	\$ 30.700,00
Cuchillo Tramontina Ama	1	\$ 34.800,00	\$ 34.800,00
Cuchara Tramontina	3	\$ 9.100,00	\$ 27.300,00
Balde Industrail	2	\$ 21.400,00	\$ 42.800,00
Caja Extra Organiadora	14	\$ 10.156,00	\$ 142.184,00
Juego Extra X 5	1	\$ 48.800,00	\$ 48.800,00
Caja Organicador	3	\$ 16.300,00	\$ 48.900,00
Salsera Plastica	10	\$ 2.359,00	\$ 23.590,00
Bandeja Vaniplast	5	\$ 15.600,00	\$ 78.000,00
Caneca Papelera	2	\$ 30.200,00	\$ 60.400,00
Uniformes empleados			
Pañoleta Uniformes	4	\$ 10.500,00	\$ 42.000,00
Pantalón Antifluidos Cocineras	2	\$ 53.216,00	\$ 106.432,00
Pantalón Antifluidos Meseros	2	\$ 53.216,00	\$ 106.432,00
Pantalón Antifluidos Administradores	2	\$ 53.216,00	\$ 106.432,00
Delantal	4	\$ 14.259,00	\$ 57.036,00
Camisas Antipluidos	6	\$ 30.000,00	\$ 180.000,00
Dotación Zona Producción Cocina			
Kadell Estufal Industrial A Gas Con 4 Quemadores	1	\$ 6.309.000,00	\$ 6.309.000,00
Freidor Industrial A Gas Kadell	1	\$ 7.152.000,00	\$ 7.152.000,00
Poseta Acero Kadell	1	\$ 838.000,00	\$ 838.000,00
Mesa Para Trabajar Acero Kadell	1	\$ 1.920.000,00	\$ 1.920.000,00
Mesa Para Trabajar Acero Kadell	1	\$ 9.078.000,00	\$ 9.078.000,00
Extractor Kadell	1	\$ 7.682.000,00	\$ 7.682.000,00
Ductos En Lamina Kadell	1	\$ 257.000,00	\$ 257.000,00
Campana Cuadrada Acero Kadell	1	\$ 7.202.000,00	\$ 7.202.000,00
Plancha Asadora Kadell Kadell	1	\$ 6.797.000,00	\$ 6.797.000,00

Descripción	Unidades	Valor Unitario	Valor Total
Diseño Salón Y Mobiliario			
Diseño Planos	1	\$ 1.000.000,00	\$ 1.000.000,00
Sillas	12	\$ 90.000,00	\$ 1.080.000,00
Obra Civil Total	1	\$ 5.000.000,00	\$ 5.000.000,00
Decoración Salón 1 Y 2	1	\$ 2.500.000,00	\$ 2.500.000,00
Sillas Sofas	3	\$ 300.000,00	\$ 900.000,00
Mesas	6	\$ 200.000,00	\$ 1.200.000,00
Mesas Largas	2	\$ 300.000,00	\$ 600.000,00
Sillas Barra	6	\$ 120.000,00	\$ 720.000,00
Pauntri Salón Nivel 2	1	\$ 200.000,00	\$ 200.000,00
Mercadeo			
Diseño Logo Y Marca	1	\$ 1.000.000,00	\$ 1.000.000,00
Publicar S.A Campaña Redes Sociales	1	\$ 580.000,00	\$ 580.000,00
Cuadros Concepto Historia María Palenque	1	\$ 2.000.000,00	\$ 2.000.000,00
Cortesías Promociones	1	\$ 4.000.000,00	\$ 4.000.000,00
Costos Fijos Mensuales			
Arriendo Local	1	\$ 4.400.000,00	\$ 4.400.000,00
Servicios Públicos	1	\$ 2.000.000,00	\$ 2.000.000,00
Materia Prima	1	\$ 24.000.000,00	\$ 24.000.000,00
Nomina Empleados	6	\$ 7.600.000,00	\$ 7.600.000,00
Total	696	\$ 108.041.457,00	\$ 116.826.905,00

Fuente: Las Autoras

5. Resultados

Al realizar un análisis del estudio y la caracterización del negocio se puede observar la necesidad de demanda del sector turístico y la poca oferta que hay ella, poca competencia en el barrio Getsemani y en general en el sector del centro de la ciudad de Cartagena donde hay establecimientos de este tipo, pero a precios muy altos.

Se logra determinar la fase operativa y organizacional del negocio con temas como los planes de ventas que se van a realizar, los presupuestos en cada trimestre y a su vez costos y gastos en estos mismos periodos de tiempo.

La factibilidad o viabilidad de creación de una empresa una empresa productora y comercialización de alimentos saludables tipo Gourmet en Cartagena de Indias se ve una oportunidad de negocio que al analizar la viabilidad financiera y teniendo los recursos suficientes se logra la creación de este negocio.

Conclusiones

Con base a la información del estudio de mercado confirmamos que los perfiles demográficos del consumidor de productos orgánicos son: hombres y mujeres que están en un rango de edad entre 18 y 80 años, pertenecientes a los estratos 3, 4, y 5, en especial los empleados y algunos estudiantes. Las personas mayores y la clase alta son más activos al consumo de alimentos orgánicos y lo hacen por factores ambientales, así como también por el sabor y la percepción de beneficios en la salud, y la cultura del bueno cuidado de la salud y el cuerpo.

Las principales fuentes o variables por las que las personas en las que se realizó el estudio no visita estos estilos de establecimientos es por su poca variedad en menú y el valor del plato es muy alto.

Teniendo en cuenta esto se puede decir que este tipo de negocio o establecimiento tiene una oportunidad grande en el mercado cartagenero y en especial en Getsemaní donde la mayor parte de restaurante que hay allí es de comida internacional o caribeña.

Se concluye que hay viabilidad de ingresar al mercado del sector con menús tipo gourmet permitiendo competir en el sector gastronómico aumento del consumo y la frecuencia de alimentos orgánicos.

Recomendaciones

Dentro de las recomendaciones que se pueden analizar, observar y tener en claro es que Getsemaní es un lugar de clientes que desean consumir un menú ligero con calidad y servicio.

Tener variedad en la carta para satisfacer a necesidad del cliente.

Constancia en la puesta en marcha de la actividad.

Llevar un buen control de costos y gastos para alcanzar el punto de equilibrio.

Referencias Bibliográficas

- Cabarcas, O., Pulgar, M., & Alvear, C. (2014). *Factores de riesgo cardiovascular en población adulta joven de Cartagena de Indias - Colombia*. Ciencias Médicas.
- Gutierrez-Fisac, J., Regidor, E., Lopez Garcia, E., Bangas, J., & Rodriguez Artalejo, F. (2003). *La Epidemia de Obesidad y sus Factores Relacionados: El Caso de España*. *Cadernos de Saúde Pública*, 19 (1).
- Noren, D., Bryman, A., Stillman, T., Eckhart, G., Hoston, M., Livesey, S., . . . Driver, M. C. (2007). *El Estilo Mc Donald's*. Ediciones Deusto., ISBN: 84-234-2480-4.
- S, S., González, F., & Diaz S. (2011). *Hábitos y trastornos alimenticios asociados a factores sociodemográficos, físicos y conductuales en universitarios de Cartagena Colombia*. *Clin Med Fam*, 193-204.
- Porter, Michael (1991). *La ventaja Competitiva de las Naciones*, Argentina. Editorial Veragra
- Chassys, Bruce; David TRIVE; Graham Brookes y Drew Kershen (2014) *Organic Marketing Report*. En Academic Review.
- Hartman, Group (2.010) *Beyond Organic & Natural 2.010*
- Osterwalder, Alexander (2.004). *The Business Model Ontology: a proposition in a design Science Approach*. Disertacion doctoral. Laursana: Ecole des Hautes EtudesComerciales de L'Universite de Lausanne.

Anexos

Encuesta realizada por Estudiantes de Especialización en Gestión Gerencial de la Universidad de Cartagena para determinar la factibilidad de comercialización de alimentos saludables tipo gourmet en la ciudad de Cartagena de Indias, sector centro histórico.

1. En qué actividad se desempeña actualmente? Seleccione una actividad
 - a. Empleado _____
 - b. Independiente _____
 - c. Empresario _____
 - d. Estudiante Universitario _____
 - e. Otra _____ Cual _____

2. ¿Dentro la zona donde trabaja, consume fuera de su casa alguno de los siguientes alimentos o comidas? (Selecciona una o Puedes marcar más de una opción):
 - a. Desayuno _____
 - b. Almuerzo _____
 - c. Refrigerio _____
 - d. Cena _____

3. ¿Qué lugares o establecimientos suele frecuentar para desayunar, almorzar o cenar? (Puedes marcar más de una opción)
 - a. Restaurantes _____
 - b. Cafeterías _____
 - c. Fast food (comidas rápidas) _____
 - d. Supermercados _____
 - e. Llevo mi comida al trabajo en recipientes y caliente _____

4. ¿Cuál es el gasto promedio que realiza para alimentación y bebidas durante el día? Selecciona UNA opción solamente
 - a. De 5.000 – 10000 _____
 - b. De 11.000 – 15.000 _____
 - c. De 16.000 – 20.000 _____
 - d. De 20000 a mas _____

5. ¿Considera usted que es importante cuidar su alimentación? Selecciona UNA opción solamente
 - a. Es muy importante _____
 - b. No es importante _____
 - c. me es indiferente _____

6. Dentro de los alimentos saludables que consume ¿cuál de los siguientes listados cuales ha consumido? Marque más de una si es necesario
 - a. Quínoa _____
 - b. Tofu _____
 - c. Granos (lenteja, frijol, garbanzos) _____

- d. Queso de soya _____
- e. Alimentos libres de gluten _____
7. Cuando piensa en alimentos saludables en cuál es el alimento que primero que siempre recuerda: Mencione solo uno.
- _____
8. ¿Durante el último mes cuantas veces al día, a la semana o al mes usted consumió alimentos comprados en un establecimiento de comida saludable? Seleccione una opción.
- a. 1 vez a la semana _____
- b. 2 veces a la semana _____
- c. 3 veces a la semana _____
- d. Dos veces al mes _____
- e. Nunca consume alimentos en establecimientos de comida saludable
9. Asistiría usted a un establecimiento de comida saludable tipo gourmet?
- a. Si
- b. No
- c. Por que _____
10. Diga cuál o cuáles son sus razones por las que SI le atrae un establecimiento de comida saludable tipo gourmet? Marque las razones que le gusten, puede ser más de una.
- a. Me gusta la comida saludable _____
- b. Soy consciente que es algo más costoso _____
- c. Prefiero esta comida que la comida chatarra _____
- d. Otra _____ Cual _____
11. Diga cuál o cuáles son sus razones por las que NO le atrae un establecimiento de comida saludable tipo gourmet? Marque las razones que le gusten, puede ser más de una.
- e. Prefiere otro tipo de comidas _____
- f. Precios elevados _____
- g. prefiere otro tipo de restaurantes _____
- Otra _____ Cual _____
12. Conoce usted en la ciudad de Cartagena de Indias un establecimiento de comida saludable tipo gourmet?
- a. Si conozco _____ mencione cual es el nombre del establecimiento
- _____
- b. No conozco _____
13. ¿Estaría usted dispuesto a pagar más dinero por alimentos y bebidas que no contengan ciertos ingredientes como colorantes, conservantes, y sabores artificiales?
- a. Si
- b. No _____ por que _____
14. Cuando piensa en comida saludable imagina Usted cuál de las siguientes opciones? Seleccione más de una, de ser necesario.
- a. Alimentos bajos en grasa _____
- b. Alimentos bajos en azúcar _____
- c. Alimentos bajos en Lactosa _____
- d. Alimentos libres de Gluten _____

- e. Alimentos libres de proteína animal - Vegetarianos _____
- f. Alimentos libres de toda proteína animal - Veganos _____
- g. Todas las anteriores _____
- h. Ninguna de las anteriores _____

15. Usted o alguien de su familia, amigos o conocidos de personas intolerantes y/o alérgicos a alguno de los siguientes alimentos? Marque con una X todas las que Usted o sus familiares sufran.

- a. Intolerancia Lactosa _____
- b. Intolerancia Gluten _____
- c. Intolerancia carnes rojas _____
- d. Intolerancia Grasa _____
- e. Otros casos de intolerancia a algunos alimentos ____ cual afección o afecciones

f. Nunca hemos sufrido de intolerancia o alergia a alimentos _____

16. Frecuenta usted algún establecimiento de comida saludable tipo gourmet en Cartagena de Indias?

- a. Si _____
- b. No _____

Cual _____

17. En que rango de clasificación se encuentra su edad? Marque con una "X" su edad

- a. De 18-25 años _____
- b. De 25-35 años _____
- c. De 36-45 años _____
- d. De 45- 60 años _____
- e. Más de 60 años _____

18. Los miembros de su familia cuantas personas son: _____

19. En que supermercado compran normalmente los alimentos y elementos de aseo en su casa _____

20. Qué porcentaje del mercado de su casa se hace en tiendas de barrio y que porcentaje en supermercados

Tiendas de Barrio _____%

Supermercados _____%

21. En qué porcentaje Usted se considera ser una persona que cuida de su salud en el momento de alimentarse, diga el porcentaje de 0 a 100% _____

22. En qué porcentaje Usted se considera que su familia cuida de su salud en el momento de alimentarse, diga el porcentaje de 0 a 100% _____

Nombre del encuestado _____ Celular _____

Email: _____ Barrio de residencia _____

Nombre del encuestador Ángela Ballén / Leidy Tirado fecha _____