

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE
COMIDA RÁPIDA SALUDABLE**

ANGELICA BERNAL GAMBA

GLORIA VARELA TORRES

HAROLD CARVAJAL HIGUERA

**UNIVERSIDAD EAN ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS
ESPECIALIZACIÓN EN FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

BOGOTÁ D.C.

2012



**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE
COMIDA RÁPIDA SALUDABLE**

ANGELICA BERNAL GAMBA

GLORIA VARELA TORRES

HAROLD CARVAJAL HIGUERA

INFORME FINAL DE INVESTIGACIÓN

IFI

TUTOR

JAIRO GUTIÉRREZ CARMONA

**UNIVERSIDAD EAN ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS
ESPECIALIZACIÓN EN FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

BOGOTÁ D.C.

2012



TABLA DE CONTENIDO

PRIMERA PARTE: ANTEPROYECTO

| | |
|-------------------------------|----|
| INTRODUCCIÓN | 6 |
| 1. TÍTULO | 8 |
| 2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA | 9 |
| 3. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO | 11 |
| 4. MARCO TEÓRICO | 15 |
| 5. MARCO CONCEPTUAL | 16 |
| 6. OBJETIVO GENERAL | 20 |
| 7. OBJETIVOS ESPECÍFICOS | 20 |
| 8. METODOLOGÍA | 21 |
| 9. RESTRICCIONES | 21 |

SEGUNDA PARTE: PLAN DE NEGOCIOS

| | |
|-------------------------------|----|
| RESUMEN EJECUTIVO | 22 |
| 1. ANÁLISIS DE MERCADO | 24 |
| 1.1 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS | 24 |
| 1.2 ANÁLISIS DEL SECTOR | 24 |



| | |
|---|----|
| 1.3 ANÁLISIS DEL MERCADO ESPECÍFICO | 25 |
| 1.4 DEFINICIÓN DE MERCADO ESPECÍFICO Y TIPO DE INVESTIGACIÓN | 27 |
| 1.5 ANÁLISIS DE ESTADÍSTICAS / ROMPER PARADIGMAS / CAMBIAR CONCIENCIAS | 31 |
| 1.6 ESTRATEGIAS DE MERCADO | 39 |
| 2. ANÁLISIS TÉCNICO OPERATIVO | 40 |
| 2.1 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO Y/O SERVICIO | 41 |
| 2.2 PROVEEDORES | 43 |
| 2.3 PROCESO DE RECEPCIÓN DE MATERIAS PRIMAS | 47 |
| 2.4 NORMAS RELACIONADAS | 48 |
| 2.5 MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS | 62 |
| 2.6 SERVICIO | 69 |
| 2.7 ACCESORIOS | 69 |
| 2.8 EQUIPOS Y MAQUINARIA | 76 |
| 2.9 FACILIDADES | 76 |
| 2.10 DISTRIBUCIÓN | 77 |
| 2.11 PASO A PASO EN LA COCINA | 79 |
| 2.12 CARTA | 81 |



| | |
|---|-----------|
| 3. ANÁLISIS ADMINISTRATIVO | 82 |
| 3.1 ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL | 82 |
| 3.2 ANÁLISIS DOFA | 83 |
| 3.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL | 85 |
| 3.4 DEFINICIÓN Y DESCRIPCIÓN DE LOS CARGOS | 85 |
| 4. ANÁLISIS JURÍDICO LEGAL | 86 |
| 4.1 SOCIEDADES COMERCIALES | 86 |
| 5. ANÁLISIS FINANCIERO | 88 |
| 5.1 INVERSIÓN EN ACTIVOS | 88 |
| 5.2 FUENTES DE FINANCIAMIENTO | 90 |
| 5.3 PROYECCIONES DE LOS ESTADOS FINANCIEROS | 90 |
| 5.4 ANÁLISIS DE LOS INDICADORES FINANCIEROS | 93 |
| 6. CONCLUSIONES | 96 |
| BIBLIOGRAFIA | 98 |



PRIMERA PARTE: ANTEPROYECTO

INTRODUCTION

“The one who receives his/her friends and do not take any personal care over the food that has been prepared, do not deserve to have friends”. Anonymous

Eating fast is not synonymous of eating bad; the tendency is to create alternatives in order to eat fast, light and healthy, as long as this modality is not abused of.

We all know the problems of the so called "Fast Food" offered by the specialized market, they are all overly caloric food and fat and hydrate exceeded also with fiber, vitamin and mineral in decrease. If this is not enough, the saturated fat and cholesterol proportion over the non-saturated one is extreme, besides this food contains lots of additive.

The consequences of this kind of feeding, when it becomes a habit, may be very serious for health; We will gain weight and our cholesterol will increase, besides of suffering several nutrition lacks, which will appear in the way this food replace other more healthy.

But the previous mentioned doesn't mean that we should spend our live among the stewpot, as it is possible to eat fast and healthy; the key is choosing variated and healthy food, so we can have a balanced diet and of course, do not abuse of this fast food, and occasionally appeal to more elaborated and complete dishes.



INTRODUCCION

“ El que recibe a sus amigos y no presta ningún cuidado personal a la comida que ha sido preparada, no merece tener amigos”. Anónimo

Comer rápido no es sinónimo de comer mal; La tendencia es crear alternativas, para comer rápido, ligero y saludable, siempre que no se abuse de esta modalidad de comida.

Todos conocemos los problemas de la llamada "Fast Food" que ofrecen las cadenas especializadas, son alimentos demasiado calóricos y con exceso de grasa e hidratos, en detrimento de fibra, vitaminas y minerales. Por si esto fuera poco, la proporción de grasa saturada y colesterol sobre la insaturada es excesiva, y además son comidas con muchos aditivos.

Las consecuencias de esta alimentación, cuando se convierte en costumbre, pueden ser muy graves para la salud; Aumentaremos de peso y subirá nuestro colesterol, además de sufrir determinadas carencias nutricionales, que aparecerán en la medida en que estas comidas sustituyan a otras más sanas.

Pero lo anterior no significa que debemos pasarnos la vida entre cazuelas, ya que se puede comer rápido y sano; La clave está en elegir alimentos variados y saludables, de forma que tengamos una dieta equilibrada y por supuesto, no abusar de esta comida rápida, recurriendo en ocasiones a platos más elaborados y completos.

Las comidas rápidas entran en la onda sana





Las nuevas preferencias de consumo de los clientes han motivado a los negocios de comidas rápidas a incluir dentro de su oferta opciones bajas en grasa y carbohidratos. Platos livianos, tablas nutricionales y mucho verde hacen su aparición en los mostradores.

Sin importar si los países son desarrollados o no, los habitantes del mundo se están inclinando por la comida sana. Una de las razones es la obesidad, que tiene prendidas todas las alarmas: más de 1.600 millones de personas en el mundo sufren de sobrepeso y de éstas, 300 millones son consideradas obesas.

Las necesidades de una población que busca mejorar su calidad de vida; Por eso, se han replanteado las políticas y los programas de alimentación de los negocios hasta llegar a lo que, hasta hace unos años, parecía imposible: comida rápida saludable.



1. TÍTULO

Crear un plan de negocio para el montaje de un restaurante de comidas rápidas nutricionales, en el sector del Centro Internacional Bogotá, en un sitio moderno, limpio y atractivo, dentro de un llamativo surtido de alimentos y bebidas.



2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA (ANTECEDENTES Y FORMULACIÓN):

“ Sueña todo lo que quieras... que los sueños son el alimento del alma, como la comida lo es del cuerpo”.

El concepto de comida rápida aparecía en Europa durante las Guerras Napoleónicas cuando en el siglo XIX los mercenarios cosacos del Ejército Ruso en Francia solicitaban en los restaurantes que se les sirvieran lo antes posible, mencionando repetidas veces la palabra Bistró (en russ: bystro = rápido); Los restaurantes franceses Bistro quedaron con esta denominación a partir de entonces.

A mediados del siglo XX un empresario de la alimentación en Estados Unidos denominado Gerry Thomas comercializa por primera vez lo que se denomina comida preparada (TV dinner) con este invento, una persona sin mayores esfuerzos se encuentra en pocos minutos con un plato preparado en casa; Se hizo muy popular en los establecimiento de conveniencia y por esta razón se le conoce también al alimento preparado como 'alimento de conveniencia'.

La comida rápida se hace a menudo con los ingredientes formulados para alcanzar un cierto sabor o consistencia y para preservar frescura; Esto requiere un alto grado de ingeniería del alimento, el uso de añadidos y las técnicas de proceso que alteran sustancialmente el alimento de su forma original y reducen su valor alimenticio; Los hábitos alimenticios que hemos adquirido con el tiempo y la vida moderna, se han transformado en un hábito que atenta contra la salud; Este tipo de comida es muy popular por lo sencillo de su elaboración (sometida habitualmente a procesos industriales) y conservación (en muchos casos no necesita refrigeración y su fecha de caducidad suele ser larga), su precio relativamente barato, su amplia distribución comercial que la hace muy fácilmente accesible y la presión de la publicidad; También porque no suele requerir ningún tipo de preparación por parte del consumidor final o esta es escasa, es cómoda de ingerir y tiene una gran diversidad de sabores.



A finales de los años 1990 empiezan a aparecer movimientos en contra de la 'fast food' y denuncian algunos aspectos acerca de la poca información, el alto contenido de grasas, azúcares y calorías de algunos de sus alimentos (aparece acuñado el término comida chatarra o comida basura).

La comida basura o comida chatarra contiene, por lo general, altos niveles de grasas, sal, condimentos o azúcares (que estimulan el apetito y la sed, lo que tiene un gran interés comercial para los establecimientos que proporcionan ese tipo de comida) y numerosos aditivos alimentarios, como el glutamato monosódico (potenciador del sabor) o la tartracina (colorante alimentario).

Potencialmente todos los alimentos son perjudiciales para la salud si se abusa de su consumo, pero los que se consideran comida basura lo hacen en mayor medida por necesitarse menores cantidades para producir efectos adversos, o por consumirse en mayores cantidades, dada su facilidad de consumo (comida rápida) o el prestigio social de su consumo (ligado a formas de ocio juvenil); También puede ocurrir que determinados grupos de población, o los que padecen determinadas enfermedades previas, sean más sensibles a sus efectos, suele relacionarse el consumo de comida basura con la obesidad, las enfermedades del corazón, la diabetes del tipo II, las caries y la celulitis; La comida chatarra le brinda al consumidor grasas, colesterol, azúcares y sal, mientras una verdadera comida debe proveer fibras, proteínas, carbohidratos, vitaminas y minerales necesarios para el rendimiento del cuerpo.

No se puede decir que la obesidad y enfermedades adyacentes, son causadas en su totalidad por la comida chatarra, pero sí es un factor principal del problema masivo de obesidad sobre todo en los niños o ya sea por problemas de salud al que se implementa la comida y así se provoque la obesidad; Un combo grande de comida chatarra (hamburguesa doble con queso, papas fritas, bebidas y postre) puede contener 9200 kJ (2200 kcal), las cuales, a una tasa de 350 kJ (85 kcal) por milla, requerirían un maratón para ser quemadas, otra posible causa de la



obesidad y otras enfermedades, es la vida sedentaria que han adoptado los niños y adultos en la actualidad, fatal combinación para su salud; **Comer rápido y sano: ¿una nueva moda?**

3. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

Comer rápido y sano: ¿una nueva moda?

Esa es la consigna publicitaria que comparten las últimas iniciativas gastronómicas, inmersas en la nueva tendencia de ofrecer elaboraciones rápidas pero donde se cuida especialmente la selección de las materias primas. El objetivo es dar satisfacción a las necesidades de consumidores siempre agobiados por las prisas, pero también preocupados por su salud.

A comienzos del siglo XXI aparecen ciertas corrientes contrarias acerca de la comida rápida, algunos como el movimiento -Slow Food- nacido en el año 1984 (promovido por Joseph Bové) pone como sus objetivos luchar en contra de los hábitos que introduce la comida rápida en nuestras vidas; Aparecen documentales en los medios denunciando la situación como la película-documental más relacionada con la hamburguesa- Super Size Me-, dirigida y protagonizada por Morgan Spurlock (2004), en la que decide alimentarse únicamente de comida de los restaurantes McDonald's durante un mes entero; La presión social aumenta y algunas cadenas de restaurantes de comida rápida como McDonald's anuncian en marzo de 2006 que incluirá información nutricional en el empaquetamiento de todos sus productos.

MANTENLO SIMPLE

La gente quiere alimentos honestos, alcanzables, cercanos y sostenibles; Los consumidores están buscando etiquetas limpias, comida con pocos ingredientes y muy básicos; Prefieren ver azúcar en vez de jarabe de maíz con alta fructuosa.



Algunos nutricionistas opinan que la comida rápida puede formar parte de una dieta equilibrada más diversa y se le llama comida chatarra o basura por los pocos nutrientes que aporta al organismo.

En España, el especialista en nutrición y referencia mundial Francisco Grande Covián decía que se podía comer de todo pero con moderación y preguntado sobre si se debía comer este tipo de comida, señalaba que era importante en la dieta, al igual que otros productos, pero siempre con moderación y sin abandonar el equilibrio dietético.

Las comidas rápidas ganan espacio a la hora del desayuno - Colombia

La hamburguesa, el pollo, los perros calientes, la pizza y el sandwich ya no son comidas exclusivas para el mediodía o la noche.

En Colombia, ni el menú del desayuno se margina del consumo de comidas rápidas, un mercado cada vez más amplio que estimula la competencia entre empresas y productos. Aunque la preferencia se mantiene para la comida y el almuerzo, los perros, la pizza, el pollo o el sandwich también tienen presencia en el primer 'golpe' del día.

Más de la mitad de los comensales de este tipo de alimentos reconoce que hace parte de su dieta más de 10 veces en un mes.

Mientras tanto, 21 de cada 100 consultados están dentro del grupo de los consumidores medios, entre cinco a nueve veces en 30 días.

Por su lado, la cuarta parte de los consultados tienen una baja frecuencia de consumo al mes: entre una y cuatro ocasiones.



Estas tendencias sobre las comidas rápidas en Colombia están en un estudio de la firma OMD que tuvo en cuenta a 11 millones de colombianos de Barranquilla, Bucaramanga, Medellín, Pereira, Bogotá y Cali; de los cuales 72 de cada 100 afirmaron consumir comidas rápidas en su dieta diaria y más de la mitad declaró consumirla con mucha frecuencia; Según el análisis de los expertos, los consumidores quieren satisfacer varias necesidades, entre ellas, ahorrar tiempo y dinero, no sentir hambre, obtener energía; pero esto también tiene que ver con la evolución de los estilos de vida y la intensidad de las actividades diarias que en muchos casos no dan tiempo a la preparación de alimentos caseros o a tomarse por lo menos una hora para visitar un restaurante.

Entre los países de América Latina en Colombia sobresale la preferencia por comer en restaurante (44 por ciento). Le siguen Perú (35 por ciento) y Argentina (29 por ciento).

El análisis anterior nos conduce a **plantear / crear un proyecto** que representa una **nueva y saludable opción de alimentarse**, que situándose en el grupo de comidas rápidas, va a aportar calidad en su preparación, altos valores nutricionales y va a requerir un muy corto tiempo para consumirla.

Debido a estos problemas, las grandes compañías de comidas rápidas están intentando crear una línea de alimentos más sanos, de modo que no sean perjudiciales para la salud; **SPEED BURGUER** será pionera en la comida rápida saludable.

Comida Rápida saludable?, comer de manera saludable y nutritiva no tiene porqué ser una tortura...

Las corrientes actuales de la sociedad acerca de la «comida sana» hacen pensar que algo tiene que cambiar en la composición de las comidas rápidas; Las comidas rápidas (la popularidad de comida rápida se debe en gran medida a la facilidad de elaboración y a la sencillez de ser ingerida: sin necesidad de platos o cubertería especial) cumplen en la actualidad un siglo de



existencia y su inicial popularidad junto con sus debates han hecho de ellas un alimento polémico y adorado al mismo tiempo.

El consumidor actual empieza a requerir, reclamar, o simplemente pedir comida sana y rápida...**el cambio de tendencia** de este consumidor anhelante a la vida sana será nuestro propósito; Una franquicia de comidas rápidas sanas, que contribuirán al cuidado de la salud, disminuirán las enfermedades cardiovasculares, la obesidad, productos con vitaminas, proteínas y minerales; nuestro ingrediente diferenciador será nuestro menú distintivo sano y por este **seremos pioneros.**

Que consumiría usted para mejorar su salud?, ha escuchado de hablar de la carne de conejo?, la carne de Conejo está dentro de las carnes magras, magra? sinónimo de limpieza, menuda, menos del 10% de materia grasa; Nuestro proyecto, marcará la diferencia, por ofrecer productos saludables, bajos en grasa, con menos contenidos en ácidos grasos saturados, con relación a otras carnes; Al consumir nuestros productos el cliente tendrá una alimentación equilibrada para su salud, buscando combatir problemas de obesidad, colesterol e hipertensión arterial, los cuales constituyen factores de riesgo que intervienen en el desarrollo de las enfermedades cardiovasculares.

De igual forma, la carne de conejo es la de mayor contenido de proteínas y minerales como hierro, zinc y magnesio, también se presentan vitaminas del grupo B y E, factores importantes para un buen desarrollo de los huesos y músculos.

Desde el punto de vista dietético y nutricional, la carne de conejo forma parte de una dieta sana, por su bajo contenido en grasa y sodio, considerándose la carne light, utilizada en dietas adelgazantes para prevenir anemias, puede ser utilizada por personas con problemas de sobrepeso.



4. MARCO TEÓRICO

Qué es y en qué consiste el plan de negocios?

Speed Burguer está concebido como un restaurante de comida rápida saludable, basándose en las megatendencias mundiales en cuanto a nutrición y la necesidad creciente de obtener alimentos de calidad de una manera ágil y acorde al estilo de vida sin pausa de la sociedad de hoy.

A sabiendas que en la ciudad de Bogotá no se encuentran restaurantes que atiendan un nicho de mercado tan específico y cada día más amplio (las personas que se preocupan por su alimentación), el cual busca alimentos bajos en grasas y nuevas opciones de gastronomías que les permita disfrutar los sabores que les gusta, claro está con una carga mínima de grasas; Se propone abrir un restaurante en el sector del centro internacional, capaz de satisfacer estas necesidades de la zona, además de mantener productos tradicionales los cuales se incluyen a nuestra carta.

Cuales son las causas y las razones para creer en el éxito empresarial?

Nuestros productos están diseñados para una población que desee alimentarse sanamente y mediante una propuesta alimenticia diferente, ofrecemos Hamburguesa de carne de conejo y lasagna de frutas; la competencia está trabajando en el tema de hacer cada día productos más saludables, nuestra propuesta es que desde ya empezamos a ofrecer salud en nuestra alimentación, perfilaremos inicialmente a las personas que tengan un nivel de vida activo y productivo – Estudiantes o personas de negocios y/o empresarios



Cuales son los mecanismos y las estrategias que se van a utilizar para lograr las metas previstas?

Speed Burger nació bajo la primicia de ser restaurante de comida rápida, pero a diferencia de nuestros competidores estaremos enfocados en la alimentación sana basándonos en las carne magra y la lasagnas de frutas, inicialmente nos enfocaremos en un esquema de publicidad de bajo impacto, pero gran cobertura como lo es el volanteo, en todo el sector del centro internacional que es donde estará ubicado el local pues nos presta un excelente acceso a nuestro mercado objetivo, esto acompañado de una dosis extra de servicio y manteniendo nuestra promesa de valor que es el tiempo de respuesta en cada pedido, además si tenemos en cuenta la gran utilidad que percibimos por cada combo servido, no será difícil alcanzar el objetivo de convertirnos en una cadena de comida rápida.

5. MARCO CONCEPTUAL

La educación en alimentación y nutrición constituye el pilar fundamental de la prevención de las enfermedades crónicas no transmisibles como la obesidad, las enfermedades cardiovasculares, la hipertensión arterial, la diabetes tipo 2, el cáncer y también de la osteoporosis y la anemia. En todas estas enfermedades el componente genético juega un papel importante, pero actualmente se reconoce que el cambio en los factores ambientales es el mayor responsable del creciente aumento de estas enfermedades en personas susceptibles.

Dentro de los factores ambientales, la alimentación es uno de los más importantes, adquirir hábitos de alimentación saludable desde edades tempranas contribuye a prevenir las enfermedades crónicas y a tener una mejor calidad de vida.

¿Qué significa tener una alimentación saludable?, la alimentación saludable es la que aporta todos los nutrientes esenciales y la energía que cada persona necesita para mantenerse sana. Los nutrientes son proteínas, hidratos de carbono, lípidos, vitaminas, minerales y agua.



¿Por qué preocuparnos de tener una alimentación saludable?, se ha demostrado que una buena alimentación previene las enfermedades crónicas, como la obesidad, la hipertensión, las enfermedades cardiovasculares y algunos tipos de cáncer. De esta manera, la alimentación saludable permite mejorar la calidad de vida en todas las edades.

Debemos consumir una variedad de alimentos todos los días, porque nuestro cuerpo necesita diversos nutrientes y energía que un solo alimento no es capaz de cubrir, es por eso que debemos aumentar el consumo de verduras y frutas todos los días, porque contienen vitaminas, minerales y otros compuestos químicos, necesarios para proteger nuestra salud y prevenir las enfermedades cardiovasculares y el cáncer. También contienen fibra dietética, que baja el colesterol de la sangre, hace más lenta la absorción del azúcar contenida en los otros alimentos y favorece la digestión. Las verduras y frutas aportan pocas calorías por lo que se pueden consumir en cantidad abundante cuando se desea mantener o bajar de peso.

Ahora, **hablemos de las carnes**, estas contienen proteínas de buena calidad, hierro y zinc, esenciales para el funcionamiento del organismo y para prevenir enfermedades. Las carnes de pollo y pavo sin piel contienen menos colesterol y grasas saturadas que las anteriores, el pescado, por el contrario, contiene grasas que ayudan a prevenir las enfermedades cardiovasculares.

1 http://www.inta.cl/material_educativo/cd/3GuiAli.pdf guía de alimentación saludable.

Invitemos a su majestad la carne magra de conejo, considerada un alimento funcional natural, es decir que aporta beneficios a quien lo consume en cantidades comúnmente ingeridas

Dentro de las propiedades nutrimentales de la carne de conejo, encontramos las siguientes:

- Alto contenido de proteína
- Bajo contenido de grasa
- Bajo contenido de colesterol
- Bajo contenido de sodio



- Baja cantidad de ácidos grasos saturados
- Textura fina
- Baja proporción de hueso carne
- Alta digestibilidad
- Sabor agradable y poco definido
- Disponibilidad durante todo el año

Fuente: Michigan State University Extensión. 2003.

La carne de conejo, posee un mejor balance de aminoácidos que otras carnes tradicionalmente consumidas en nuestro país, tiene dentro de sus componentes una alta proporción de proteínas (21-23%), bajo contenido en grasa, solo un 5% y dependiendo de la edad del sacrificio, por lo que se prefieren animales jóvenes. La grasa en el conejo principalmente es de tipo peri-renal y subcutáneo, debido a su bajo contenido en grasa total y a la escasa cantidad de colesterol en comparación con otros tipos de carne, la carne de conejo puede formar parte de una dieta cardiosaludable. Además, aporta una útil ventaja en este tipo de patologías dado su aporte calórico bajo (100 g de carne aportan unas 133 Kilocalorías).

Dentro de sus bondades se encuentran los aportes de vitaminas especialmente la vitamina A, Ácido fólico, Tiamina, Riboflavina, Niacina, y otras del Complejo B. Con respecto a los minerales, existe alta presencia de hierro, [Fe] 1-3.5mg/ 100g de carne. El hierro contenido en la carne de conejo se presenta como hierro hemo, de alta disponibilidad biológica, en lugar del hierro inorgánico de origen vegetal, factor antianemia ferropriva.

Se trata por tanto de una carne rica en proteínas, por lo que está especialmente indicada en personas que tienen incrementadas sus necesidades, como puede ser el caso de las fases de crecimiento rápido de los niños, y adolescentes, deportistas, gestantes, lactantes entre otros. Consumir carne de conejo una o dos veces por semana nos ayuda a cubrir las necesidades en hierro. En personas con anemia estaría especialmente indicado incluir este tipo de carne en su alimentación gracias a su contenido elevado de hierro y B12.



MACRONUTRIENTES POR CADA 100G DE CARNE DE CONEJO

Energía 133 Kcal

Proteínas 23g

Lípidos 4.6 g

Fuente: Moreiras O, Carvajal A, Cabrera L, Cuadrado C, 7 Edic, Tablas de composición de los alimentos. Editorial Piramide

Una vez analizadas las bondades de la carne de conejo, **presentamos el producto estrella de Speed Burger, las hamburguesas de carne de conejo**, las cuales serán un producto novedoso, de alto valor nutricional, y en segundo lugar ofreceremos a nuestros visitantes la lasagna de frutas, que gracias a los aportes a nuestro cuerpo en vitaminas y minerales, serán de gran atención para nuestros clientes, quienes cada vez exigen una alimentación sana y saludable, encaminada al cuidado personal y al bienestar de la salud.

APORTE NUTRICIONAL DE LOS DISTINTOS TIPOS DE CARNES

| <u>Carne</u> | KCal | Prot. g | Grasa g | sodio mg | calci o mg | hierro mg | fósfor o mg | potas io mg | vit.A U.I. | vit.B 1 mg | vit.B2 mg |
|---------------------|------|------------|------------|-------------|---------------|--------------|----------------|----------------|---------------|---------------|-----------|
| Magra | 200 | 19 | 13 | 70 | 9 | 1.8 | - | - | 20 | 0.05 | 0.14 |
| Semigord a | 255 | 18 | 20 | - | 9 | 1.8 | - | - | 30 | 0.05 | 0.13 |
| Gorda | 305 | 17 | 25 | - | 8 | 1.7 | - | - | 40 | 0.05 | 0.13 |
| muy gorda | 410 | 14 | 40 | - | 7 | 1.5 | - | - | 60 | 0.05 | 0.11 |



6. OBJETIVO GENERAL

Diseñar un plan de negocio para el montaje de un **restaurante de comidas rápidas saludables**, bajo las nuevas mega tendencias gastronómicas del mercado, ubicado en el sector del Centro Internacional Bogotá, en un sitio moderno y atractivo, ofreciendo un llamativo surtido de alimentos y bebidas

7. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Corto Plazo

Dentro de los primeros seis meses de funcionamiento del restaurante, el público del sector (mercado objetivo) debe saber de la propuesta de comida que tenemos, además de haberla consumido en alguna ocasión, y se deben estar vendiendo al día más de 60 menús, y al primer año de funcionamiento ya debemos estar en el top of mind de los consumidores del sector, y debemos estar produciendo no solo alimentos para la mesa, sino incursionar en el servicio a domicilio, y estar vendiendo en el punto más 100 menús por día, y ser reconocidos por la organización de eventos familiares o empresariales dando uso a nuestros diferentes ambientes dentro de nuestro establecimiento, además de tener un nuevo punto de atención, manteniendo el mismo mercado objetivo e idea de negocio.

Mediano plazo

Aperturar en un plazo de un año, un segundo punto de venta de servicios de restaurante de comidas rápidas, en el sector de Av. Chile Calle 72 entre carreras 7 y 14 de la Ciudad de Bogotá, logrando ampliar el volumen de ventas y nuestra participación en el mercado. Ofreciendo productos con un alto valor nutricional, de excelente calidad, acompañados de la atención personalizada y eficiente de los clientes.

8. METODOLOGÍA



| OBJETIVOS ESPECÍFICOS | ACTIVIDADES | HERRAMIENTAS |
|---------------------------------------|--|---|
| ANÁLISIS DEL MERCADO | Revisión de Megatendencias alimenticias. Revisión de Estadísticas. Análisis DOFA. Análisis del entorno. Plantear estrategias para penetrar el mercado. | Estadísticas. Estudio y análisis del sector de comidas rápidas. |
| ANÁLISIS TÉCNICO / OPERACIONAL | Determinar los productos a ofrecer en la carta. Seleccionar los Proveedores de Materias Primas. Determinar metodología de inventarios. Determinar el proceso de Producción. | Conocimiento del Equipo Emprendedor. |
| ANÁLISIS FINANCIERO | Realizar el análisis de factibilidad del proyecto. Realizar la evaluación financiera. Proyección de ventas y rentabilidad. Plan de ventas y compras. | Evaluación del proyecto. Estado de Resultados. Balance General. P&G. |
| ANÁLISIS ADMINISTRATIVO | Definición de las características de nuestro personal. Definir la estructura organizacional. Definir mecanismos de control, políticas Administrativas y remuneraciones. | Investigación e Innovación. |

9. RESTRICCIONES

En este sentido, presentaremos aquellas situaciones que puede dificultar la investigación objeto del plan de negocios:

- No disposición de las personas, para contestar las encuestas de satisfacción del producto.
- Información insuficiente de estadísticas de consumo, ventas, locales, proyecciones.
- Problemas en el desplazamiento a San Antonio del Tequendama, para negociaciones con cunicultores.
- Tiempo del equipo investigador, para desarrollar las visitas necesarias en la consecución de la información.



SEGUNDA PARTE: PLAN DE NEGOCIOS

RESUMEN EJECUTIVO

Speed Burguer, comida rápida saludable, tiene como finalidad desarrollar una carta de productos de alto valor nutricional, diferentes al mercado tradicional, a precios competitivos y con un grupo de talento humano, enfocado en la prestación del servicio del cliente, logrando que su visita a nuestros puntos de venta, se convierta en una experiencia saludable, nutritiva que le origine la expectativa de una nueva visita a nuestra empresa.

Speed Burguer se especializará en hamburguesas de carne de conejo, presentando esta carne como un alimento ligero, dietético de fácil digestión, con alto componente de colágeno, componente que se convierte en el cemento biológico que mantiene la plasticidad celular. Este componente, hace la diferencia frente a la competencia, pues en el mercado no se encuentra una propuesta de hamburguesa con este tipo de características. Como este producto es nuestro producto estrella, se presentará a nuestros clientes de una forma natural, con un mínimo de ingredientes artificiales, su conservación y colorantes son extraídos de hierbas naturales que no permiten disminuir los nutrientes propios del producto.

La capital Colombiana, está viviendo un importante auge gastronómico que la ha posicionado, en corto tiempo, como una de las ciudades preferidas por los expertos de la buena mesa, pues existen platos para todos los gustos, la ubicación de Speed Burguer en el centro internacional de Bogotá, nos coloca en un buen punto geográfico muy cerca a la Zona M, en el Barrio la Macarena, sector que fue comparado por The New York Times con el reconocido Soho de New York y con el Barrio Palermo de Buenos Aires, es decir que Bogotá tiene una oferta gastronómica amplia e interesante, sus restaurantes están a la altura e incluso mejor que algunos lugares del mundo.



Después de realizar el estudio de mercado, se definió que nuestro grupo poblacional a conquistar, esta conformado por personas en edades de 16 a 60 años inclusive, dado que el sector cuenta con estudiantes de colegios, universidades, empresas, turistas pues se concentran en uno de los puntos de negocios de Bogotá, personas que deben recurrir a los restaurantes, por las distancias considerables entre el lugar de trabajo o estudio y sus lugares de residencia, en este sentido encontramos una ventaja competitiva, pues el cliente puede comer saludable, a un precio competitivo, en nuestro mobiliario agradable y de buen gusto le permitirá sentirse como en su casa.

El plan de negocios de Speed Burguer, fue diseñado por los creadores de este documento, quienes observan en la idea de negocio, una oportunidad innovadora, creativa y rentable para hacer empresa en el país, que administrada en buena forma, puede generar un ingreso adicional, sin abandonar los trabajos que cada uno de los miembros del equipo emprendedor posee en este momento.



1. ANÁLISIS DE MERCADO

1.1 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Objetivo General

Desarrollar un estudio de mercado, que permita identificar cuáles son las necesidades gastronómicas a las que está enfrentado el consumidor Colombiano, sus gustos, frecuencia y periodicidad de visita a los restaurantes.

Objetivos Específicos

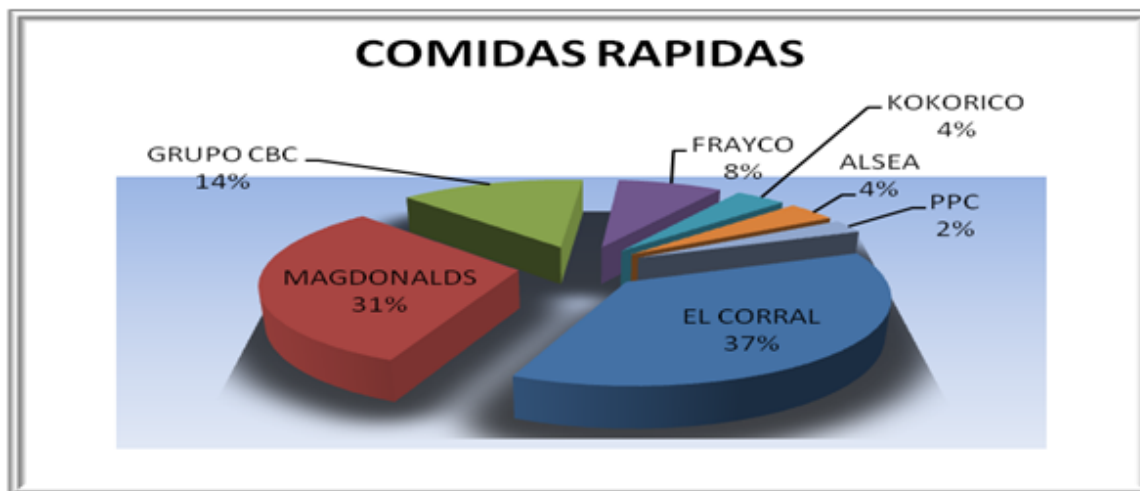
- Identificar el lugar geográfico, donde se abrirá el primer punto de venta de Speed Burguer, en la ciudad de Bogotá.
- Establecer la viabilidad económica y financiera del proyecto en Bogotá.
- Analizar los resultados de las encuestas, a fin de identificar el grado de interés del consumidor sobre las hamburguesas de carne de conejo.
- Diseñar una estrategia de posicionamiento y atracción de los clientes del sector gastronómico, conforme a la calidad de los productos de Speed Burguer.

1.2 ANÁLISIS DEL SECTOR

El negocio de las comidas rápidas en Colombia está dominado por 7 cadenas de restaurante que se dedican a la venta y comercialización de este tipo de comidas liderado por Hamburguesas del Corral con una participación del 37% del mercado, seguido por la multinacional Mc Donald's Colombia con una participación de 31%, en grandes rasgos estas dos cadenas se dividen el mercado seguido de ello se encuentra el grupo CBC con una participación del 14%, Frayco S.A con una participación del 8%. En el siguiente gráfico se puede visualizar claramente cómo está constituido este sector



| Comidas rápidas en Colombia 2010 | | |
|----------------------------------|--------------------------|-----|
| Ventas en millones de pesos | | |
| | principales competidores | |
| EL CORRAL | \$ 196.475,00 | 37% |
| MAC DONALDS | \$ 164.886,00 | 31% |
| GRUPO CBC | \$ 73.475,00 | 14% |
| FRAYCO | \$ 41.707,00 | 8% |
| KOKORICO | \$ 20.240,00 | 4% |
| ALSEA | \$ 19.860,00 | 4% |
| PPC | \$ 13.621,00 | 3% |
| TOTAL SECTOR | \$ 530.264,00 | |



En materia de crecimiento el sector de las comidas rápidas en el año 2010 tuvo un crecimiento del 12% y aunque de alguna manera la crisis económica mundial a perjudicado a las multinacionales como Alsea y Mcdonald's han tenido crecimiento significativo en el país, los efectos de la crisis se han visto reflejados en disminución de sus ventas, es por ello que ven en el mercado Colombiano una buena oportunidad para la expansión de su marca.

1.3 ANÁLISIS DEL MERCADO ESPECÍFICO

Nuestros productos están diseñados para una población que desee alimentarse sanamente y mediante una propuesta alimenticia diferente, ofrecemos Hamburguesa de carne de conejo y



lasagna de frutas; la competencia está trabajando en el tema de hacer cada día productos más saludables, nuestra propuesta es que desde ya empezamos a ofrecer salud en nuestra alimentación, **perfilaremos inicialmente** a las personas que tenga un nivel de vida activo y productivo – Estudiantes o personas de negocios y/o empresarios-,partiendo de este perfil tendríamos un margen de edad desde los 16 años y hasta los 60 años inclusive; En nuestro País este perfil representa un gran potencial de mercado, Colombia es considerado un país joven y se calcula que más del 26% de la población Bogotana-Punto de negocio inicial-, está entre los 14 y los 26 años esto equivale a 1.518.718 personas, nuestro rango de negocio apunta hasta los 60 años, podríamos afirmar entonces que potencialmente tendríamos más del 50% de la población con nosotros.

La alimentación sana nos es tema local Bogota-Colombia, la alimentación sana es un tema de estudio hoy- de talla Global; por ejemplo, entre los miembros de EEUU y los países nórdicos, consumidores de carne casi exclusivamente de vacuno y muy grasa, comparando con las menores cifras de riesgo y del porcentaje de obesos, en los habitantes de otros países, como los de Japón, con gran consumo de pescado (considerado dentro de carnes magras como también la carne de conejo) y un muy bajo consumo de carnes de animales rumiantes o comparando con los habitantes de los países mediterráneos, (la famosa dieta mediterránea), con mayor consumo de aceites en vez de mantequilla, y de una mayor proporción de carne de cerdo, de pescado, y de carne de conejo, (más de 3kg por habitante y año), como grandes distingos alimentarios.

Las coronopatías son entre el doble y el triple de frecuentes en USA, que en países mediterráneos, (Estudios de dos grandes hospitales y a lo largo de 20 años, uno de Minesotta y otro en Girona), la obesidad manifiesta (50% o más de sobrepeso) puede alcanzar diez veces más en los EEUU, por el mismo número de habitantes, comparando con el número en España, Italia, Francia, Japón, entre otros; Basados en un tema que hoy es mundial- Alimentación Sana-, nuestro objetivo será cubrir toda la población familias, jóvenes y adultos; Sabemos perfectamente lo difícil que es cambiar las normas y las profundas tradiciones, de cualquier colectivo, pero, ante el riesgo grave, que podemos evitar en parte, la recomendación obvia debe ser algo así:



Todas las personas de más de 45 años, y aquellas más jóvenes pero con factor de riesgo, debemos sustituir, en lo posible, la mantequilla por aceite, y buena parte de la comida de rumiantes por la de conejo, o pescado graso (además de controlar la hipercolesterolemia, de no fumar, hacer más ejercicio y consumir más fruta y vegetales frescos).

Ahora bien, si revisamos el **sector cunícula**, nuestro negocio será pionero en promover ideas de prevención de los riesgos de enfermedades coronarias, divulgándolas a TODOS los consumidores, y al máximo nivel.

1.4 DEFINICIÓN DE MERCADO OBJETIVO Y TIPO DE INVESTIGACIÓN

DISEÑO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

La propuesta metodológica del presente estudio se basa en la construcción de diversos métodos de investigación de la siguiente manera:

Investigación de la Competencia

Método Descriptivo:

El negocio de las comidas rápidas en Colombia está dominado por 7 cadenas de restaurantes que se dedican a la venta y comercialización de este tipo de comidas, se elabora un perfil general de las 7 compañías líderes que busca de cierta forma estudiar la competencia (Posicionamiento, productos, estrategias, visión, misión, objetivos, entornos económicos, financieros, administrativos, entre otros); La información requerida para este análisis será recolectada utilizando consultas de naturaleza teórica, bibliográfica, tecnológica y empírica, además utilizaremos el método de investigación Mixto (Es un proceso que recolecta, analiza y vincula datos cuantitativos y cualitativos, en un mismo estudio o una serie de investigaciones para responder a un planteamiento).



Método Comparativo:

Una vez realizada las interpretaciones descriptivas de las 7 Compañías líderes, se buscara mediante un análisis comparativo precisar las semejanzas y diferencias entre ellas las cuales se describieron en el método anterior, cruzando esta clasificación mediante un análisis matricial.

Transversalmente mediante otro análisis comparativo matricial se buscara establecer cómo se encuentra el perfil competitivo de cada una de las empresas y se determinará el indicador 80/20, quiere decir que se mostrará por porcentaje quienes lideran el 80% del mercado y quienes se encuentran en el 20% del mismo; La metodología de esta parte del estudio consiste en un análisis multivariado interrelacionando las principales variables del perfil competitivo.

Investigación sobre las tendencias del consumidor

El consumidor actual empieza a requerir, reclamar, o simplemente pedir comida sana y el cambio de tendencia de este consumidor anhelante a la vida sana será nuestro propósito; Comida Rápida saludable?, comer de manera saludable y nutritiva no tiene por qué ser una tortura... Las corrientes actuales de la sociedad acerca de la «comida sana» hacen pensar que algo tiene que cambiar en la composición de las comidas rápidas actuales; La información requerida para este análisis será recolectada utilizando el método de la investigación – Encuesta por muestreo- Es la actividad por la cual se toman ciertas muestras de una población de elementos de los cuales vamos a tomar ciertos criterios de decisión, el muestreo es importante porque a través de él podemos conocer las características de la población actual;

Investigación de Menú de Comidas Rápidas actuales Vrs nuestras Comidas Rápidas sanas.

Nuestro negocio marcará la diferencia, por ofrecer productos saludables, bajos en grasa con menos contenidos en ácidos grasos saturados, con relación a otras carnes. Al consumir



nuestros productos el cliente tendrá una alimentación equilibrada para su salud, buscando combatir problemas de obesidad, colesterol e hipertensión arterial, los cuales constituyen factores de riesgo que intervienen en el desarrollo de las enfermedades cardiovasculares; La metodología de esta parte del estudio consiste en un análisis multivariado interrelacionando las principales variables a través del método comparativo.

Investigación sobre análisis del Sector o de la Industria

En materia de crecimiento el sector de las comidas rápidas en el año 2010 tuvo un crecimiento del 12% y aunque de alguna manera la crisis económica mundial a perjudicado a las multinacionales como alsea y macdonals han tenido crecimiento significativo en el país; los efectos de la crisis se han visto reflejado en disminución en sus ventas es por eso que ven en el mercado colombiano una buena oportunidad para la expansión de su marca; La información requerida para este análisis será recolectada utilizando consultas de naturaleza teórica, bibliográfica, tecnológica y empírica, además utilizaremos el método de investigación Mixto.

Investigación sobre Segmento del mercado y potencial en cifras

Perfilamos inicialmente a las personas que tenga un nivel de vida activo y productivo – Estudiantes o personas de negocios y/o empresarios-,partiendo de este perfil tendríamos un margen de edad desde los 16 años y hasta los 60 años inclusive; En nuestro País este perfil representa un gran potencial de mercado, Colombia es considerado un país joven y se calcula que más del 26% de la población Bogotana-Punto de negocio inicial-, La metodología de esta parte del estudio consiste en un análisis basado en el método descriptivo (delimitación de los hechos que conforman el problema de investigación) permite detallar el fenómeno estudiado básicamente a través de la medición de uno o más de sus atributos.



Investigación sobre estrategias de Mercado

- Estrategias de producto o servicio
- Estrategias de Distribución
- Estrategia de precios
- Estrategias de Promoción
- Estrategias de Comunicación
- Estrategias de Servicio

La información requerida para este análisis será recolectada utilizando consultas de naturaleza teórica, bibliográfica.

Investigación General del negocio / Proyecciones y puesta en marcha

- Proceso productivo y sus costos.
- Investigación sobre recursos técnicos / tecnológicos y sus costos.
- Investigación sobre características de nuestra organización.
- Capacidad de producción o de prestación de servicios.
- Estructura Organizacional descripciones y perfiles.
- Rentabilidad del negocio.
- Resultados esperados en ventas.
- Puesta en marcha

La información requerida para este análisis será recolectada utilizando consultas de naturaleza teórica, bibliográfica, tecnológica y empírica, además utilizaremos el método de investigación Mixto (Es un proceso que recolecta, analiza y vincula datos cuantitativos y cualitativos, en un mismo estudio o una serie de investigaciones para responder a un planteamiento).



1.5 ROMPER PARADIGMAS / CAMBIAR CONCIENCIAS

ESTADISTICAS PARA EMPEZAR A CAMBIAR A LO SALUDABLE...

“sólo el hombre de talento

sabe comer.

Anthelme Brillant-Savarin”.

La Salud no tiene precio...

LA OBESIDAD: UNA AMENAZA PARA LA HUMANIDAD

La obesidad se ha incrementado en el ámbito mundial y constituye un problema de salud grave aún en las mismas naciones donde existen problemas de desnutrición, reconoció la Organización Mundial de Salud (OMS).

En su "Informe Mundial", la OMS afirmó que más de 1.600 millones de personas en todo el mundo tienen problemas de sobrepeso y obesidad, que es aproximadamente el mismo número de personas que sufren de desnutrición.

Las estadísticas sanitarias internacionales son la mejor herramienta para dimensionar el problema sanitario que representa la obesidad: 26% de las personas que padecen obesidad sufren también de hipertensión arterial; 80% de quienes sufren diabetes tipo 2, padecen problemas de obesidad.; el 70% de los problemas cardiovasculares están relacionados con problemas de obesidad; 42% de las personas que padecen cáncer de mama y de colon son obesos; el 30% de los problemas de vesícula biliar están relacionados con la obesidad y el dato más dramático, las personas obesas tienen un 50% más de probabilidad de riesgo de muerte que aquellas personas con peso normal.

De acuerdo a la Organización Mundial de Salud (OMS), el sobrepeso y la obesidad son una enfermedad en estado de expansión incontrolada, una condición sanitaria común entre los hombres, mujeres, niños y adultos mayores de todos los sexos y clases sociales de los cinco



continentes, que se ha multiplicado de forma geométrica en el último cuarto de siglo hasta convertirse en una epidemia con un elevado costo social y económico.

Aunque en rigor el término epidemia se utiliza en forma convencional para referirse a una enfermedad contagiosa del tipo viral que afecta a un alto número de individuos, el uso de epidemia en relación al sobrepeso y la obesidad es una acepción universalmente aceptada a causa del elevado número de casos y su rápida e incontrolable extensión en breve tiempo.

Los datos más recientes de la OMS advierten que en el mundo hay más de 1600 millones de adultos con sobrepeso y al menos 400 millones con obesidad, así como 20 millones de niños menores de cinco años con sobrepeso. Del total de adultos 200 millones con obesidad viven en la Unión Europea, sólo Estados Unidos tiene 100 millones de adultos con sobrepeso y obesidad, mientras que México 52.2 millones. Según las mismas cifras las enfermedades cardiovasculares (especialmente las cardiopatías y los accidentes vasculares cerebrales), estrechamente vinculadas a la obesidad constituyen la principal causa de muerte en todo el mundo, con 17 millones de muertes anuales, es decir el 64% del total.

Malas noticias entregaron las Estadísticas Sanitarias de la Organización Mundial de la Salud 2012. La hipertensión, la diabetes y la obesidad no sólo aumentaron su incidencia en los 194 países estudiados, sino que se convirtieron en males planetarios y ya no sólo de países desarrollados.

De acuerdo al análisis, uno de cada tres adultos en todo el mundo tiene hipertensión, una condición responsable de casi la mitad de todas las muertes por accidentes cerebrovasculares y enfermedad cardíaca. A ese dato se suma que uno de cada 10 adultos tiene diabetes. “Este informe es una prueba más del aumento dramático en las condiciones que activan enfermedades del corazón y otras enfermedades crónicas, en particular en los países de bajos y medianos ingresos. En algunos países africanos, la mitad de la población adulta tiene presión arterial alta”, dijo Margaret Chan, directora general de la OMS.

La obesidad es otro de los índices que está alto. Cada año mueren 17 millones de personas por



causas relacionadas con el sobrepeso y la obesidad (ataques coronarios, cerebrales, diabetes y algunos cánceres). La cifra se explica por el crecimiento que ha tenido la obesidad en el mundo. Si en 1980 el 5% de los hombres y el 8% de las mujeres eran obesos, en 2008 se llegó al 10% en hombres y 14% en mujeres, esto es, más de 400 millones de personas.

Lo más preocupante de la situación es que en estos momentos en el mundo aun no se cuenta con una estrategia generalizada para el control de la obesidad y que ni la comunidad médica, ni los gobiernos, han tenido éxito en la lucha contra la obesidad.

Y si no actuamos con rapidez esta epidemia será incontrolable y debido a las enfermedades secundarias a la obesidad, la expectativa de vida será menor y además la calidad de vida estará muy deteriorada.

Todas estas cifras preocupan a la OPS. Por esta razón, durante la próxima reunión de las Américas, que realizará para analizar las enfermedades no transmisibles, se planteará un nuevo plan de cara al 2020 para reducir estos índices. La idea es incorporar recomendaciones regionales respecto de la sal, el azúcar y las grasas en los alimentos y también de actividad física. “Necesitamos regulaciones más allá de lo local o nacional”.

Resultados de impacto en Colombia.

Las cifras de la encuesta han alertado a la mayor parte del país porque reflejan el panorama rural y ciudadano, incluidas grandes ciudades como Bogotá, Cali y Medellín.

Entre las estadísticas de mayor impacto sobresalen los 5.7 millones de obesos y los 15.4



millones con sobrepeso, lo que quiere decir que más de la mitad de los colombianos son gordos. Entre los adultos de 18 a 64 años, un 32.3% pesa más de lo normal y un 13.8% sufre de obesidad.

Situación agravada con otros resultados como retardo en el crecimiento de niños, adolescentes y jóvenes, registrado con preocupación en los departamentos de Guajira, Boyacá, Nariño y Magdalena. En estas zonas, cinco millones 280 mil niños entre cero y cuatro años sufren esta incapacidad, al igual que más de cinco millones de cinco a nueve años, y más de siete millones entre los 10 y 17 años.

En opinión de los expertos, una dieta desbalanceada es la causa predominante de todas las anomalías. Más de 16 millones de colombianos no consumen frutas y otros 30 millones no prueban las verduras.

"Encontramos que los alimentos más comúnmente consumidos están relacionados con fuentes de carbohidratos como papa, yuca, plátano, arroz y panela, entre otros", sostuvo la directora técnica de la encuesta.

Por otra parte, la gaseosa es el líquido predilecto en el país, bebida considerada en términos técnicos como calorías vacías por no contener ningún nutriente que contribuya a suplir las necesidades de hierro, calcio y vitaminas.

Colombia que paulatinamente adoptó el sedentarismo y la mala dieta típicos del mundo occidental- ya hace parte de esas naciones en las que, por sus efectos, la gordura se considera un problema de salud pública.



Hoy, 55 de cada 100 mujeres pesan más de lo que deberían; de ese total, 20 ya están obesas, con un preocupante índice de obesidad abdominal, que es el principal predictor de riesgo para la salud en general. Aunque los hombres presentan porcentajes más bajos, tampoco se quedan atrás: el 45,6 por ciento de ellos tiene sobrepeso y se considera que el 11,5 por ciento es obeso.

La encuesta, la más grande de su género hecha en el país, alerta sobre esta tendencia entre los niños y los adolescentes; sus investigadores encontraron que uno de cada seis de ellos ya tiene sobrepeso u obesidad.

En términos generales, el sobrepeso es más frecuente entre los ciudadanos de áreas urbanas (52,5 por ciento del total), y tiende a aumentar entre los niveles más altos del Sisbén (cuatro o más).

Lo curioso del asunto es que muchos colombianos -sobre todo los hombres y la gente con menor escolaridad- tienen una percepción errónea de su masa corporal: dos de cada cinco jóvenes y adultos con kilos de más creen que son delgados o que tienen un peso normal.

Salud: Obesidad, el indicio de una epidemia

Según un estudio de la Organización Mundial de la Salud en 2015 habrá en el mundo más de 2.300 millones de personas con sobrepeso. En Colombia ya se prendieron las alarmas pues ésta, llamada 'epidemia del siglo XXI', ha llegado más rápido de lo que se pensaba. ¿Es éste un problema real para la sociedad, a qué se debe y quiénes pueden vivir con felicidad sus kilos de más?.

Cada vez más, los colombianos tienden a consumir mayores cantidades de comida 'chatarra',



según se desprende del incremento de toda clase de procedimientos quirúrgicos invasivos como cirugías bariátricas.

¿Cómo se llegó a esta conclusión? Un estudio realizado por el doctor Jorge Enrique Andrade, médico cirujano y un estudioso de la obesidad en Colombia y el mundo, señala que en menos de cinco años habrá 25.776.608 colombianos con problemas de sobrepeso y obesidad, es decir el 53.48% del total de la población del país.

Pese a que las cifras actuales no parecen ser impresionantes, las proyecciones sí lo son: "En este momento en Colombia no se ve tan complicada la situación como en países industrializados de Europa y Estados Unidos, pero como vamos, vamos por mal camino", afirma Andrade. Los siguientes son los resultados de su estudio:

1995: Los únicos datos antiguos que encontró sobre nutrición y salud en Colombia fueron los de una encuesta realizada por Profamilia. El 31% de la población sufría de sobrepeso y el 9% de obesidad, es decir, un 40% de la población.

2005: Según una encuesta realizada por el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar, 32% padecía de sobrepeso, y aunque esta cifra no muestra un incremento considerable luego de 10 años, la obesidad subió al 14.46%

2010: A partir de esas cifras, el doctor forjó unas proyecciones con unas fórmulas bibliológicas y se encontró con un resultado sorprendente: si continúa con ese crecimiento, hacia el 2015 habrá un 35% de personas con sobrepeso y 18 por ciento con obesidad, es decir 53% de la población total.

Comida, salud y enfermedad: tú decides...

Malos hábitos alimentarios son la causa probable de alrededor de un 60% de las patologías.



Entre las enfermedades más habituales causadas por la mala alimentación están las cardiovasculares, que comprenden desde infartos a enfermedades cerebrovasculares, donde juegan un papel importante factores como el colesterol o la hipertensión.

Otro de los tipos de enfermedades más frecuentes y graves causadas por la alimentación son algunos tipos de cáncer, de hecho, se calcula que al igual que el tabaco, la mala alimentación es la responsable del 35% de los casos de cáncer en el primer mundo.

Recordemos que estamos hablando, en el caso de las enfermedades cardiovasculares y el cáncer, de dos de las primeras causas de muerte en nuestro país.

Por otro lado la mala alimentación también es responsable de algunas enfermedades crónicas, como las musculares, óseas, o la diabetes, una de las enfermedades que más peso causa a nuestro sistema sanitario y con más repercusiones para nuestra salud.

Alimentación Con – Ciencia ...

La enfermedad cardiovascular y las comidas rápidas

Según el Informe sobre la Situación de la Salud en Colombia 2007, del Ministerio de la Protección Social, la enfermedad cardiovascular (EC) es la principal causa de muerte en Colombia en hombres y mujeres mayores de 45 años. Sin embargo, cada vez más personas alrededor de los 35 años presentan este tipo de enfermedad. Las causas son múltiples. No obstante, la alimentación y el estilo de vida previenen o aceleran la presencia de la enfermedad.



La Encuesta Nacional de la Situación Nutricional en Colombia 2010 (ENSIN), revela que semanalmente el 24,5% de los colombianos consume comidas rápidas y el 22,1% consume gaseosas diariamente.

Según eso, ¿se puede culpar a las comidas rápidas y a las gaseosas de estas Estadísticas en Colombia?, No. El problema radica en que los colombianos no tienen una adecuada educación e información sobre cuál es la forma más saludable de alimentarse, desconocen el contenido nutricional de los alimentos y sufren de 'adicción'. Cuando se es 'adicto' a consumir comida rápida y gaseosas y además, se distorsionan las porciones vienen las consecuencias: obesidad, diabetes, hipertensión arterial y enfermedad cardiovascular.

Al ingerir en abundancia comidas rápidas, se consume más cantidad de grasa, colesterol y calorías. Estos componentes favorecen los infartos o los accidentes cerebrovasculares. Es importante analizar que la industria de comida rápida y gaseosas ofrecen opciones saludables, hamburguesas con panes integrales y carnes bajas en grasa. Comer con o sin papas, con o sin salsas. También las pizzas con verduras, gaseosas sin azúcar u optar por agua. Si es así, ¿por qué pedir el combo doble carne, triple queso con salsas, sin verduras, con papas agrandadas y gaseosa norma?.

Nuevamente se puede decir que los colombianos no tienen conciencia de una alimentación balanceada. La recomendación, entonces, es una alimentación que incluya lácteos bajos en grasa, frutas, verduras, leguminosas, cereales, carnes sin grasa, poco azúcar y una actividad física regular. Si esta recomendación se siguiera, consumir una vez o dos a la semana comida rápida y gaseosa en porciones moderadas no tendría ningún efecto nocivo en la salud... **Comida Rápida saludable?...Te esperamos en ... Speed Burguer!.**



1.6 ESTRATEGIAS DE MERCADO

Estrategias de producto o servicio

Nuestra competencia busca mejorar su producto para cada día volverlo más saludable; Desde el inicio marcaremos la diferencia por ofrecer a nuestro cliente un menú distintivo y por excelencia saludable, una carne rica en proteínas, minerales y vitaminas, baja en grasa y colesterol, se convertirá en un aliado en la dieta de todo deportista, pues le ayudará a aumentar los tejidos musculares, se convertirá en aliado de las personas con riesgo a ser obesas y padecer enfermedades coronarias pues es el -10% en materia grasa comparado con otras carnes.

Estrategias de Distribución

El servicio se prestará directamente en el punto de venta y domicilios.

Estrategia de precios

Nuestros precios inicialmente serán iguales a los de nuestra competencia y según el movimiento del mercado se analizarán posibles bajas en los mismos.

Estrategias de Promoción

El estudiante podrá acercarse con su carnet estudiantil y obtendrá un 30% de descuento en su combo. Para clientes donde su visita a nuestro establecimiento sea continua (3 veces por semana), se le concederá en uno de los días el 20% de descuento.

Combos especiales para instituciones.

Happy Hour de 3pm a 6:00pm de Lunes a Jueves.



Estrategias de Comunicación

Utilizamos plataformas de comunicación vía Internet, una página Web en donde nuestros clientes podrán dejar sus sugerencias, quejas y felicitaciones, nos involucramos en redes sociales.

Estrategias de Servicio

Nuestro servicio se caracterizará por ser cálido, rápido (3 minutos) y personalizado, de igual manera tendremos con las mismas condiciones el servicio a domicilio a excepción del tiempo que será máximo de 30 minutos.

2. ANÁLISIS TÉCNICO OPERATIVO

La producción cunícula es una actividad intensiva que se realiza en un ambiente controlado; en jaulas y controlando la temperatura, la humedad y la aireación, siendo de menor incidencia la disponibilidad de la tierra. Es importante un clima adecuado (sin exceso de humedad) y con buen acceso al agua. Estas características, sumadas a la capacidad de reproducción y al ciclo reproductivo corto -30 a 32 días de gestación y unos 75 a 89 días de engorde (para llegar al peso vivo ideal para faena 2.5 Kg dando 1.5 a 1.6 Kg de carne) dan una gran flexibilidad a esta producción facilitando su disminución o aumento en tiempos cortos, que permite adecuarse con cierta rapidez a las oscilaciones del mercado. Su principal insumo es el alimento balanceado, siguiéndole en importancia los reproductores, la sanidad y la mano de obra. Las instalaciones principales son el galpón o tinglado y las jaulas.



2.1 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

| Hamburguesas | |  | |
|----------------------------|-----------------------------|--|--------------------|
| Materia Prima | Detalle | Cantidad | Costo |
| Carne | A la brasa | 41 gr | \$ 340,00 |
| Pan | Proveedor local | 89 gr | \$ 180,00 |
| Veduras | Lec huga, cebolla y Tomate | 20 gr | \$ 300,00 |
| Queso | Cuadrado | 15 gr | \$ 300,00 |
| Salsas | De la casa, Mostaza, Tomate | 5 gr | \$ 100,00 |
| Costo promedio Hamburguesa | | | \$ 1.220,00 |



Lasagnas



| Materia Prima | Detalle | Cantidad | Costo |
|------------------------|------------------------|----------|--------------------|
| Carne de Conejo | Molida | 100 gr | \$ 434,00 |
| Carne de Res | Molida | 100 gr | \$ 398,00 |
| Carne de Pollo | Desmenuzada | 100 gr | \$ 345,00 |
| Frutas | En laminas | 100 gr | \$ 470,00 |
| pasta | 6 Tiras | 100 gr | \$ 250,00 |
| Queso | Cuadrado | 45 gr | \$ 650,00 |
| Aliños | Condimentos de la casa | 15 gr | \$ 453,00 |
| Costo promedio Lasagna | | | \$ 3.000,00 |

Empanadas



| Materia Prima | Detalle | Cantidad | Costo |
|-------------------------|------------------------|----------|------------------|
| Carne de Conejo | Molida | 300 gr | \$ 652,00 |
| Carne de Res | Molida | 300 gr | \$ 598,00 |
| Carne de Pollo | Desmenuzada | 300 gr | \$ 495,00 |
| Aliños | Condimentos de la casa | 100gr | \$ 175,00 |
| Costo promedio Empanada | | | \$ 800,00 |



| Combos | |  | |
|----------------------|-----------------------------|--|--------------------|
| Materia Prima | Detalle | Cantidad | Costo |
| Hamburguesa | Carne, Pollo o Conejo | 1 | \$ 1.220,00 |
| aceite | Aceite Vegetal | 1 | \$ 20,00 |
| Papas | Porcion | 1 | \$ 640,00 |
| Pitillo | Plastico | 1 | \$ 20,00 |
| Salsas | De la casa, Mostaza, Tomate | 1 | \$ 130,00 |
| Servilletas | 4 unidades | 1 | \$ 20,00 |
| Individual | Mantel de papel | 1 | \$ 100,00 |
| Gaseosa | 16oz | 1 | \$ 290,00 |
| Costo promedio Combo | | | \$ 2.440,00 |

2.2 PROVEEDORES

La compra o adquisición de materias primas no es algo sencillo, comprar no es pedir y por lo tanto requiere de un trabajo continuo para evitar caer en los errores más comunes como lo son:

Comprar de más:

Acumular materias Primas por el solo hecho de ver los depósitos llenos genera costos ocultos que a la larga terminan perjudicando nuestra rentabilidad, como lo son

Mal uso: al existir en nuestros inventarios gran cantidad de productos hay una tendencia natural a su mal manejo. “En la bodega hay mas”

Costo del espacio: Si se acumula producto se va necesitar más espacio, de más frío, entre otros.

Costo de personal: Si se efectúan compras excesivas por el afán de obtener un mejor precio con el paso del tiempo va a surgir la necesidad de contratar una persona con el fin de mantener un stock.



Costo financiero: Todo el inventario es dinero inmovilizado, por lo mismo debe tenerse en cuenta su costo financiero.

Compra de emergencia: si no tenemos desarrollado un stock que nos permita desenvolvernos en la operación diaria, se generan pedidos de urgencia que terminaran por destruir el principio de control de costos, debido a que estas compras urgentes nunca cumplirán con las condiciones que hemos establecido en nuestras recetas. Si realizamos compras de emergencia por haber pedido menos, terminaremos comprando a precios y calidades que no son las planificadas.

Perdida de clientes: arriesgarnos a perder un cliente puede resultar sumamente costoso. Todos sabemos el efecto multiplicador que tiene un cliente incornforme, no podemos correr el riesgo de tener que decir a un cliente que de eso NO HAY. Cuando establecimos el menú de nuestro negocio generamos un compromiso con nuestro cliente, le hicimos una promesa.

Es de gran importancia contar con un departamento de compras debidamente preparado, es decir que el personal, conozca las técnicas modernas de compra y se haga responsable de llevarlos a cabo.

Debe tenerse en cuenta que cuando compras logra reducir \$1. en el precio de algún producto, produce una utilidad directa de \$1. Solamente un programa de compras organizado de la mejor manera posible puede ayudar a lograr los mejores resultados económicos posibles.

Requerimiento de Materias Primas

El pedido de Materias Primas le corresponde a jefe de cada sector, según el caso será el jefe de cocina, el jefe de barras, entre otros. Este pedido debe estar realizado con la mayor responsabilidad posible y por lo mismo es recomendable que se realice en una “Planilla de



requerimientos” o similar, con la firma del responsable. Siempre suele suceder que cuando preguntamos quien fue el que pidió tal o cual cosa, o quien se olvidó de algo, nunca aparece el responsable.

El requerimiento de Materias Primas debe ser realizado de forma tal de observar algunos recaudos, en base a:

- Stock permanente: se recomienda mantener un inventario permanente, al menos del sector de elaboración. Es decir, un conteo físico diario de las existencias disponibles en el sector. para algunos sonará como demasiado complicado, pero los resultados son excelentes. Si por la índole de la empresa esto fuera muy engorroso, se puede usar el método de toma de inventario ABC, donde ordenaremos los productos por su valor unitario. Es decir, dentro de los productos A tendremos 20 o 30 artículos de alto valor individual. En el grupo B, los de valor intermedio y los C los de bajo valor individual. Con lo cual, diariamente podremos controlar los productos A, semanalmente los B y mensualmente los C. Es un método práctico que ayuda a nuestro cometido.
- Menú/Receta Standard: naturalmente para realizar el requerimiento, debemos tener en cuenta el menú de nuestro establecimiento y las recetas de cada uno de los platos con su correspondiente factor de corrección. Los pedidos de mercadería deben tener en cuenta lo programado y no los deseos y hasta caprichos de quien lo solicita.
- Pronóstico de ventas: se recomienda generar una historia del negocio, es decir, guardar las estadísticas de movimiento, para visualizar, platos más vendidos, salida de productos por temporada, etc. Esto nos permitirá realizar una proyección de nuestras ventas futuras.

Una vez realizado el requerimiento, el mismo será derivado al depósito para que sea enviada la Materia Prima solicitada. En este punto debe aclararse que en el depósito es recomendable que se maneje un Stock de seguridad o stock mínimo. Lo cual significa el mantener una cantidad mínima de materia prima que permita el normal desarrollo de las actividades.



- Ficha estándar de producto: esta ficha debe ser realizada en conjunto con la cocina y establecida de acuerdo a la materia prima que se use en la confección de las recetas. En ella se establecerá el tipo de producto que debemos comprar normalmente codificado a los efectos de asegurarnos la estandarización del plato y los costos determinados. Características tales como clase, calidad, tipo, peso promedio, diámetro, color, presentación, etc. Nos aseguraran que las recetas no tendrán variación.

Carne de conejo

Actualmente las granjas canículas y uno de los principales productores de carne de conejo se encuentra en San Antonio del Tequendama en el Departamento de Cundinamarca, en este lugar se está desarrollando un proyecto cunicola llamado PROM 2009, junto con ellos se busca fomentar la comercialización de esta carne y mejorar la calidad de vida de las personas de la región, por medio de la vinculación directa de los productores de carne y a futuro crear una industria dedicada a la producción de carne, piel y vísceras de conejo.

También se pondrán a la venta hamburguesas tradicionales de carne de res y de pollo ya que entendemos que cambiar la cultura en cuanto a la ingesta de carne de conejo no será fácil.

Verduras

Las fincas que se encargan de surtir los vegetales también son las responsables de la limpieza, desinfección y del empaque al vacío para detener de manera momentánea la vida de las verduras y las legumbres, esto nos garantiza contar con productos de alta calidad, mantener las características nutritivas del producto e impulsar la producción de excelentes productos de origen vegetal en nuestro país.

Otros



Los aderezos, los postres y los juguetes que se entreguen en los menús infantiles provienen de diversas compañías. Las papas en particular serán importadas, debido a que en Colombia aun no se producen tubérculos del tamaño requerido por la empresa, pero se piensa incentivar el cultivo de este tipo de papas en el paramo del sumapaz generando mayores ingresos para la población y los campesinos de la zona ya que se les brindara capacitación y asesoría técnica para el cultivo de este tipo de legumbre.

Lácteos

El proveedor de esta materia prima tiene que cumplir con todos los estándares de calidad, por lo que deben asegurar un producto fresco y 100 % pasteurizado.

Secos

Los productos de limpieza, uniformes, vasos, pitillos y servilletas se compraran a proveedores nacionales.

Pan

Se elabora una producción especial con los requerimientos solicitados.

Pastas para Lasagna.

La compra de esta materia prima se efectuará a productores nacionales.

2.3 PROCESO DE RECEPCIÓN DE MATERIAS PRIMAS

Para la recepción de la materias primas se debe tener dentro del local un lugar preparado previamente para este fin, en este caso será la bodega, la cual debe contar con los aditamentos necesarios para almacenar los productos evitando la contaminación cruzada y respetando la cadena de frío de los mismos como serian neveras, congeladores y anaqueles, es recomendable realizar la recepción de los alimentos a diario evitando sobre estoquear la bodega y así se minimiza el desperdicio de productos.



Para la recepción de materia primas se deberá cumplir con ciertos controles para asegurarse de las condiciones pactadas con nuestros proveedores en el momento de la compra:

Control físico del producto.

Este se debe efectuar producto por producto corroborando cantidad, calidad, precio, temperatura, peso, fecha de vencimiento y para los productos que se compren pre manufacturados se deberá inspeccionar con posterioridad la inscripción en los organismos de control así como sus vistos buenos.

Control administrativo.

Se debe efectuar la comparación documental entre la orden de compra y la factura además del cargue de esta información en un software de inventarios.

Registro.

Todo lo recibido debe registrarse en la Planilla de recepción de materia prima.

2.4 NORMAS RELACIONADAS

Para el caso de **Speed Buguer** y ya que somos responsables de la pre operación, preparación, cocción y entrega del producto final estamos atados a la ley 3075 de 1997 la cual reglamenta la disposición de restaurantes y manipulación de alimentos.

Antes de abrir al público un restaurante en la ciudad de Bogotá se deben tramitar los siguientes documentos y permisos para evitar multas y posibles sanciones los cuales afectarían desde antes de abrir la imagen del restaurante y el flujo de caja de la empresa.

Inscribirse en el registro mercantil



Todo establecimiento de comercio debe inscribirse en el registro mercantil, entendido ese como el instrumento legal que tiene como objeto llevar la matricula de los comerciantes y de los establecimientos de comercio, así como la inscripción de todos los actos, libros y documentos del comerciante. El registro mercantil es tramitado en la Cámara de Comercio.

Diligenciar el certificado de uso de suelos

Antes de proceder a la apertura de un establecimiento de comercio, es preciso diligenciar en la oficina de planeación, el certificado de uso de suelos.

El objetivo de este certificado, es que la autoridad competente certifique que la actividad desarrollada por el establecimiento certificado, puede desarrollarse en el lugar.

Esto es importante si se tiene en cuenta que en determinados sectores de una ciudad no se pueden desarrollar ciertas actividades, como es el caso de los bares y expendios de bebidas alcohólicas, los cuales no pueden funcionar en determinadas zonas. Así como tampoco una fabrica no se puede instalar un una zona clasificada como residencial.

Adquirir el certificado de Sayco & Acinpro

Los establecimientos de comercio que hayan uso de música o difusión de cualquier obra protegida por derechos de autor, debe pagar los respectivos derechos.

Si el establecimiento de comercio no hace utilización de este tipo de obras, debe de todas formas adquirir el certificado de no usuario de música y demás obras sometidas a derechos de autor.



Adquirir el concepto sanitario

Todo establecimiento de comercio cuyo objeto social sea el expendio de productos alimenticios, debe disponer de su respectivo concepto sanitario.

Igualmente, todos los empleados que manipulen alimentos, deben tener su certificado de manipulación de alimentos.

El concepto sanitario comprende aspectos como la seguridad de las instalaciones y el nivel de sanidad del establecimiento.

Al no contar con este concepto, el establecimiento puede ser objeto de cierre, o las mercancías pueden ser decomisadas, en caso de presentar riesgo para los consumidores.

Certificado de seguridad

El certificado de seguridad es expedido por el respectivo departamento de bomberos, y busca que el establecimiento de comercio cumpla con las normas de seguridad en lo concerniente a extintores, salidas de emergencia, botiquín de primeros auxilios, y demás mecanismos y herramientas de seguridad que permitan en un momento dado atender una emergencia que se presente dentro del establecimiento.

Control de pesas y medidas

Las pesas y medidas que se utilicen en el establecimiento de comercio, debes estar debidamente “calibradas” de manera tal que cumplan con su objetivo de forma exacta, puesto que vender productos con medidas y pesos diferentes a los reales, es sancionable.



Lista de precios

El comerciante debe hacer público los precios de sus productos, lo cual puede hacer colocándolos en el empaque o en el envase, o en una lista general visible.

Todo comerciante debe inscribirse en el Rut, y en el caso de ser un comerciante perteneciente al régimen simplificado, deberá exhibir el Rut en un lugar visible del establecimiento de comercio.

En términos muy generales, los anteriores son los requisitos más comunes que debe cumplir un establecimiento de comercio para poder abrir al público.

Es importante tener claridad, que la policía nacional tiene facultad de sellar los establecimientos de comercio que no cumplan con determinados requisitos, por lo que se recomienda tener una carpeta con todos los documentos, para presentarlos a las autoridades que en cualquier momento pueden visitar el establecimiento.

DECRETO 3075 DE 1997

En este decreto se especifican todas las acciones que se deben tener en cuenta en sobre la manipulación de los alimentos.

La salud es un bien de interés público. En consecuencia las disposiciones contenidas en el presente Decreto son de orden público, regulan todas las actividades que puedan generar factores de riesgo por el consumo de alimentos, y se aplicarán:

a. A todas las fábricas y establecimientos donde se procesan los alimentos; los equipos y utensilios y el personal manipulador de alimentos;



b. A todas las actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos en el territorio nacional;

c. A los alimentos y materias primas para alimentos que se fabriquen, envasen, expendan, exporten o importen, para el consumo humano;

d. A las actividades de vigilancia y control que ejerzan las autoridades sanitarias sobre la fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución, importación, exportación y comercialización de alimentos; sobre los alimentos y materias primas para alimentos.

Alimentos de Mayor Riesgo en Salud Pública.

Para efectos del presente Decreto se consideran junto con otros alimentos de mayor riesgo en salud pública las carnes, productos cárnicos y sus preparados.

Obligatoriedad de dar Aviso a la Autoridad Sanitaria. Las personas naturales o jurídicas responsables de las actividades reglamentadas en el presente Decreto deberán informar a la autoridad sanitaria competente la existencia y funcionamiento del establecimiento, cualquier cambio de propiedad, razón social, ubicación o cierre temporal o definitivo del mismo para efectos de la vigilancia y control sanitarios.

CONDICIONES BÁSICAS DE HIGIENE EN LA FABRICACIÓN DE ALIMENTOS

Buenas Prácticas de Manufactura.

Los establecimientos destinados a la fabricación, el procesamiento, envase, almacenamiento y expendio de alimentos deberán cumplir las condiciones generales que se establecen a continuación:



Localización y accesos.

- a. Estarán ubicados en lugares aislados de cualquier foco de insalubridad que represente riesgos potenciales para la contaminación de alimentos.
- b. Su funcionamiento no deberá poner en riesgo la salud y el bienestar de la comunidad;
- c. Sus accesos y alrededores se mantendrán limpios, libres de acumulación de basuras y deberán tener superficies pavimentadas o recubiertas con materiales que faciliten el mantenimiento sanitario e impidan la generación de polvo, el estacionamiento de aguas o la presencia de otras fuentes de contaminación para el alimento.

Diseños y construcción.

- a. La edificación debe estar diseñada y construida de manera que proteja los ambientes de producción, e impida la entrada de polvo, lluvia, suciedades u otros contaminantes, así como del ingreso y refugio de plagas y animales domésticos;
- b. La edificación debe poseer una adecuada separación física y/o funcional de aquellas áreas donde se realizan operaciones de producción susceptibles de ser contaminadas por otras operaciones o medios de contaminación presentes en las áreas adyacentes;
- c. Los diversos locales o ambientes de la edificación deben tener el tamaño adecuado para la instalación, operación y mantenimiento de los equipos, así como para la circulación del personal y el traslado de materiales o productos. Estos ambientes deben estar ubicados según la secuencia lógica del proceso, desde la recepción de los insumos hasta el despacho del producto terminado, de tal manera que se eviten retrasos indebidos y la contaminación cruzada. De ser requerido, tales ambientes deben dotarse de las condiciones de temperatura,



humedad u otras necesarias para la ejecución higiénica de las operaciones de producción y/o para la conservación del alimento;

- d. La edificación y sus instalaciones deben estar construidas de manera que se faciliten las operaciones de limpieza, desinfección y desinfestación según lo establecido en el plan de saneamiento del establecimiento;
- e. El tamaño de los almacenes o depósitos debe estar en proporción a los volúmenes de insumos y de productos terminados manejados por el establecimiento, disponiendo además de espacios libres para la circulación del personal, el traslado de materiales o productos y para realizar la limpieza y el mantenimiento de las áreas respectivas;
- f. Sus áreas deberán estar separadas de cualquier tipo de vivienda y no podrán ser utilizadas como dormitorio;
- g. No se permite la presencia de animales en los establecimientos objeto del presente Decreto.

Abastecimiento de agua.

- a. El agua que se utilice debe ser de calidad potable y cumplir con las normas vigentes establecidas por la reglamentación correspondiente del Ministerio de Salud.
- b. Deben disponer de agua potable a la temperatura y presión requeridas en el correspondiente proceso, para efectuar una limpieza y desinfección efectiva.

Solamente se permite el uso de agua no potable, cuando la misma no ocasione riesgos de contaminación del alimento; como en los casos de generación de vapor indirecto, lucha contra incendios, o refrigeración indirecta. En estos casos, el agua no potable debe distribuirse por



un sistema de tuberías completamente separados e identificados por colores, sin que existan conexiones cruzadas ni sifonaje de retroceso con las tuberías de agua potable;

- a. Deben disponer de un tanque de agua con la capacidad suficiente, para atender como mínimo las necesidades correspondientes a un día de producción. La construcción y el mantenimiento de dicho tanque se realizará conforme a lo estipulado en las normas sanitarias vigentes.

Disposición de residuos líquidos.

- a. Dispondrán de sistemas sanitarios adecuados para la recolección, el tratamiento y la disposición de aguas residuales, aprobadas por la autoridad competente;
- b. El manejo de residuos líquidos dentro del establecimiento debe realizarse de manera que impida la contaminación del alimento o de las superficies de potencial contacto con este.

Disposición de residuos sólidos.

- a. Los residuos sólidos deben ser removidos frecuentemente de las áreas de producción y disponerse de manera que se elimine la generación de malos olores, el refugio y alimento de animales y plagas y que no contribuya de otra forma al deterioro ambiental;
- b. El establecimiento debe disponer de recipientes, locales e instalaciones apropiadas para la recolección y almacenamiento de los residuos sólidos, conforme a lo estipulado en las normas sanitarias vigentes. Cuando se generen residuos orgánicos de fácil descomposición se debe disponer de cuartos refrigerados para el manejo previo a su disposición final.

Pisos y drenajes:



- a. Los pisos deben estar contruidos con materiales que no generen sustancias o contaminantes tóxicos, residentes, no porosos, impermeables, no absorbentes, no deslizantes y con acabados libres de grietas o defectos que dificulten la limpieza, desinfección y mantenimiento sanitario;
- b. El piso de las áreas húmedas de elaboración debe tener una pendiente mínima de 2% y al menos un drenaje de 10 cm de diámetro por cada 40 m² de área servida; mientras que en las áreas de baja humedad ambiental y en los almacenes, la pendiente mínima será del 1% hacia los drenajes, se requiere al menos un drenaje por cada 90 m² de área servida. Los pisos de las cavas de refrigeración deben tener pendiente hacia drenajes ubicados preferiblemente en su parte exterior;
- c. El sistema de tuberías y drenajes para la conducción y recolección de las aguas residuales, debe tener la capacidad y la pendiente requeridas para permitir una salida rápida y efectiva de los volúmenes máximos generados por la industria. Los drenajes de piso deben tener la debida protección con rejillas y, si se requieren trampas adecuadas para grasas y sólidos, estarán diseñadas de forma que permitan su limpieza.

Paredes.

- a. En las áreas de elaboración y envasado, las paredes deben ser de materiales resistentes, impermeables, no absorbentes y de fácil limpieza y desinfección. Además, según el tipo de proceso hasta una altura adecuada, las mimas deben poseer acabado liso y sin grietas, pueden recubrirse con material cerámico o similar o con pinturas plásticas de colores claros que reúnan los requisitos antes indicados;
- b. Las uniones entre las paredes y entre estas y los pisos y entre las paredes y los techos, deben estar selladas y tener forma redondeada para impedir la acumulación de suciedad y facilitar la limpieza.



Techos.

- a. Los techos deben estar diseñados y contruidos de manera que se evite la acumulación de suciedad, la condensación, la formación de mohos y hongos, el desprendimiento superficial y además facilitar la limpieza y el mantenimiento;
- b. En lo posible, no se debe permitir el uso de techos falsos o dobles techos, a menos que se construyan con materiales impermeables, resistentes, de fácil limpieza y con accesibilidad a la cámara superior para realizar la limpieza y desinfección.

Ventanas y otras aberturas.

- a. Las ventanas y otras aberturas en las paredes deben estar contruidas para evitar la acumulación de polvo, suciedades y facilitar la limpieza; aquellas que se comuniquen con el ambiente exterior, deben estar provistas con malla antiinsecto de fácil limpieza y buena conservación;

Puertas.

- a. Las puertas deben tener superficie lisa, no absorbente, deben ser resistentes y de suficiente amplitud; donde se precise, tendrán dispositivos de cierre automático y ajuste hermético. Las aberturas entre las puertas exteriores y los pisos no deben ser mayores del 1 cm;
- b. No deben existir puertas de acceso directo desde el exterior a las áreas de elaboración; cuando sea necesario debe utilizarse una puerta de doble servicio, todas las puertas de las áreas de elaboración deben ser autocerrables en los posible, para mantener las condiciones atmosféricas diferenciadas deseadas.

Escaleras, elevadores y estructuras complementarias (rampas, plataformas)



- a. Estas deben ubicarse y construirse de manera que no causen contaminación al alimento o dificulten el flujo regular del proceso y la limpieza de la planta;
- b. Las estructuras elevadas y los accesorios deben aislarse en donde sea requerido, estar diseñadas y con un acabado para prevenir la acumulación de suciedad, minimizar la condensación, el desarrollo de mohos y el descamado superficial
- c. Las instalaciones eléctricas, mecánicas y de prevención de incendios deben estar diseñadas y con un acabado de manera que impidan la acumulación de suciedades y el albergue de plagas.

Iluminación.

- a. Los establecimientos objeto del presente Decreto tendrá una adecuada y suficiente iluminación natural y/o artificial, la cual se obtendrá por medio de ventanas, claraboyas, y lámparas convenientemente distribuidas;
- b. La iluminación debe ser de la calidad e intensidad requeridas para la ejecución higiénica y efectiva de todas las actividades. La intensidad no debe ser inferior a:

540 lux (59 bujía ? pie) en todos los puntos de inspección;
220 lux (20 bujía ? pie) en locales de elaboración, y
110 lux (10 bujía ? pie) en otras áreas del establecimiento;
- c. Las lámparas y accesorios ubicados por encima de las líneas de elaboración y envasado de los alimentos expuestos al ambiente, deben ser de tipo de seguridad y estar protegidas para evitar la contaminación en caso de ruptura y, en general, contar con una iluminación uniforme que no altere los colores naturales.



Ventilación.

- a. Las áreas de elaboración poseerán sistemas de ventilación directa o indirecta, los cuales no deberán crear condiciones que construyan a la contaminación de estas o a la incomodidad del personal. La ventilación debe ser adecuada para prevenir la condensación del vapor, polvo, facilitar la remoción del calor. Las aberturas para circulación del aire estarán protegidas con mallas de material no corrosivo y serán fácilmente removibles para su limpieza y reparación;
- b. Cuando la ventilación es inducida por ventiladores y aire acondicionado, el aire debe ser filtrado y mantener una presión positiva en las áreas de producción en donde el alimento esté expuesto, para asegurar el flujo de aire hacia el exterior. Los sistemas de ventilación deben limpiarse periódicamente para prevenir la acumulación de polvo.

Responsabilidad.

El propietario, la administración del establecimiento y el personal que labore como manipulador de alimentos, serán responsables de la higiene y la protección de los alimentos preparados y expendios al consumidor; y estarán obligados a cumplir y hacer cumplir las prácticas higiénicas y medidas de protección establecidas en el capítulo III del presente Decreto. Los manipuladores de alimentos de los restaurantes y establecimientos de consumo de alimentos deben recibir capacitación sobre manipulación higiénica de alimentos, a través de cursos a cargo de la autoridad local de salud, de la misma empresa o por personas naturales o jurídicas debidamente autorizadas por la autoridad sanitaria local. Para este efecto se tendrán en cuenta el contenido de la capacitación, materiales y ayudas utilizadas, así como la idoneidad del personal docente.

La autoridad sanitaria competente en cumplimiento de sus actividades de vigilancia y control verificará el cumplimiento de la capacitación para los manipuladores de alimentos.



Registro sanitario

Obligatoriedad del Registro Sanitario. Todo alimento que se expenda directamente al consumidor bajo marca de fábrica y con nombres determinados, deberá obtener registro sanitario expedido conforme a lo establecido en el presente Decreto.

Se exceptúan del cumplimiento de este requisito los alimentos siguientes:

- a. Los alimentos naturales que no sean sometidos a ningún proceso de transformación, tales como granos, frutas, hortalizas, verduras frescas, miel de abejas, y los otros productos apícolas.
- b. Los alimentos de origen animal crudos refrigerados o congelados que no hayan sido sometidos a ningún proceso de transformación.
- c. Modificado por el art. 1, Decreto Nacional 4764 de 2005. Los alimentos y materias primas producidos en el país o importados, para utilización exclusiva por la industria y el sector gastronómico en la elaboración de alimentos y preparación de comidas.

Normas técnicas para restaurantes

Las Normas Técnicas Sectoriales (NTS) son códigos de voluntaria aceptación que el Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación (Icontec), como máximo organismo de normalización, crea para un determinado sector, entre éstos, hoteles y restaurantes. La puesta en práctica de estas normas permite que el sector restaurador y hotelero tenga un estándar para una mayor calidad en la prestación de sus servicios.[1]

La ejecución de estas normas es promovida por las Unidades Sectoriales de Normalización (USN), avaladas por el Icontec y que tienen como función preparar las normas de acuerdo a los parámetros internacionales de calidad establecidos para cada sector. En este momento, existen USN para hoteles, restaurantes, guías turísticos y agentes de viajes.



Para Restaurantes:

Las normas sectoriales de Icontec para restaurantes, creadas con la colaboración de la Asociación Colombiana de Industria Gastronómica (Acodrés), pretenden una mejoría continua en la preservación y proyección de la calidad del sector restaurador. Cuantos mayores estándares de calidad posea el restaurante, será calificado con mayor número de “Tenedores”, los cuales representan la categoría del sitio. El mayor número de tenedores que se pueden obtener son tres. Actualmente en el país existen 40 restaurantes en este proceso evaluador. Los principales estándares de calidad a alcanzar son:

- Servicio de bebidas y alimentos al cliente de acuerdo con los estándares establecidos: Permite la elaboración de productos en el tiempo, calidad y cantidad señaladas en las recetas.

- Infraestructura básica en los establecimientos de la industria gastronómica: Indica los requisitos básicos que debe tener un establecimiento en higiene, calidad en productos y la refrigeración de los mismos.

- Manejo de recursos cumpliendo las variables definidas por la empresa: Atiende los manejos de dinero, producción y presupuestos que tiene el restaurante de acuerdo al plan de trabajo previamente establecido.

Además de demostrar la calidad del restaurante por tenedores, el valor agregado del negocio se incrementa. También le proporciona al cliente la confiabilidad de que el valor pagado por éste, realmente si es coherente con el servicio recibido, incrementando los procedimientos de calidad en todo el sector.

Para mantener la categorización en el sector de manera adecuada y transparente, el Icontec realiza visitas durante tres años seguidos a los lugares a los que ya se les ha otorgado la



certificación de calidad. Los nuevos establecimientos que deseen recibirla donde se evaluarán las NTS.

[1] www.revistalabarra.com.co

2.5 MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS

PERSONAL MANIPULADOR DE ALIMENTOS

Estado de Salud.

El personal manipulador de alimentos debe haber pasado por un reconocimiento médico antes de desempeñar esta función. Así mismo, deberá efectuarse un reconocimiento médico cada vez que se considere necesario por razones clínicas y epidemiológicas, especialmente después de una ausencia del trabajo motivada por una infección que pudiera dejar secuelas capaces de provocar contaminación de los alimentos que se manipulan. La dirección de la empresa tomará las medidas correspondientes para que al personal manipulador de alimentos se le practique un reconocimiento médico, por lo menos una vez al año

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

Educación y Capacitación.

Todas las personas que han de realizar actividades de manipulación de alimentos deben tener formación en materia de educación sanitaria, especialmente en cuanto a prácticas higiénicas en la manipulación de alimentos. Igualmente deben estar capacitados para llevar las tareas que se les



asignen, con el fin de que sepan adoptar las precauciones necesarias para evitar la contaminación de los alimentos

Las empresas deberán tener un plan de capacitación continuo y permanente para el personal manipulador de alimentos desde el momento de su contratación y luego ser reforzado mediante charlas, cursos u otros medios efectivos de actualización. Esta capacitación estará bajo la responsabilidad de la empresa y podrá ser efectuada por esta, por personas naturales o jurídicas contratadas y por las autoridades sanitarias. Cuando el plan de capacitación se realice a través de personas naturales o jurídicas diferentes a al empresa, estas deberán contar con la autorización de la autoridad sanitaria competente. Para este efecto se tendrá en cuenta el contenido de la capacitación, materiales y ayudas utilizadas, así como la idoneidad del personal docente.

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

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

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



Prácticas Higiénicas y Medidas de Protección.

Toda persona mientras trabaja directamente en la manipulación o elaboración de alimentos, debe adoptar las prácticas higiénicas y medidas de protección que a continuación se establecen:

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

Usar vestimenta de trabajo que cumpla los siguientes requisitos: De color claro que permita visualizar fácilmente su limpieza; con cierres o cremalleras y/o broches en lugar de botones u otros accesorios que puedan caer en el alimento; sin bolsillos ubicados por encima de la cintura; cuando se utiliza delantal, este debe permanecer atado al cuerpo en forma segura para evitar la contaminación del alimento y accidentes de trabajo. La empresa será responsable de una dotación de vestimenta de trabajo en número suficiente para el personal manipulador, con el propósito de facilitar el cambio de indumentaria el cual será consistente con el tipo de trabajo que desarrolla.

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

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

Mantener las uñas cortas, limpias y sin esmalte.

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



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

Dependiendo del riesgo de contaminación asociado con el proceso será obligatorio el uso de tapabocas mientras se manipula el alimento.

No se permite utilizar anillos, aretes, joyas u otros accesorios mientras el personal realice sus labores. En caso de usar lentes, deben asegurarse a la cabeza mediante bandas, cadenas u otros medios ajustables.

No está permitido comer, beber o masticar cualquier objeto o producto, como tampoco fumar o escupir en las áreas de producción o en cualquier otra zona donde exista riesgo de contaminación del alimento.

El personal que presente afecciones de la piel o enfermedad infectocontagiosa deberá ser excluido de toda actividad directa de manipulación de alimentos.

Las personas que actúen en calidad de visitantes a las áreas de fabricación deberán cumplir con las medidas de protección y sanitarias estipuladas en el presente capítulo.

Requisitos higiénicos de fabricación

Condiciones Generales. Todas las materias primas y demás insumos para la fabricación así como las actividades de fabricación, preparación y procesamiento, envasado y almacenamiento deben cumplir con los requisitos descritos en este capítulo, para garantizar la inocuidad y salubridad del alimento.



Materias Primas e Insumos.

Las materias primas e insumos para alimentos cumplirán con los siguientes requisitos:

La recepción de materias primas debe realizarse en condiciones que eviten su contaminación, alteración y daños físicos.

Las materias primas e insumos deben ser inspeccionados, previo al uso, clasificados y sometidos a análisis de laboratorio cuando así se requiera, para determinar si cumplen con las especificaciones de calidad establecidas al efecto.

Las materias primas se someterán a la limpieza con agua potable u otro medio adecuado de ser requerido y a la descontaminación previa a su incorporación en las etapas sucesivas del proceso.

Las materias primas conservadas por congelación que requieren ser descongeladas previo el uso, deben descongelarse a una velocidad controlada para evitar el desarrollo de microorganismos; no podrán ser recongeladas, además, se manipularán de manera que se minimice la contaminación proveniente de otras fuentes.

Las materias primas e insumos que requieran ser almacenadas antes de entrar a las etapas de proceso, deberán almacenarse en sitios adecuados que eviten su contaminación y alteración.

Los depósitos de materias primas y productos terminados ocuparán espacios independientes, salvo en aquellos casos en que a juicio de la autoridad sanitaria competente no se presenten peligros de contaminación para los alimentos.

Las zonas donde se reciban o almacenen materias primas estarán separadas de las que se destinan a elaboración o envasado del producto final. La autoridad sanitaria competente podrá eximir del cumplimiento de este requisito a los establecimientos en los cuales no exista peligro de contaminación para los alimentos.



Restaurantes y establecimientos de consumo de alimentos
Condiciones Generales.

Los restaurantes y establecimientos destinados a la preparación y consumo de alimentos cumplirán con las siguientes condiciones sanitarias generales:

- a. Se localizarán en sitios secos, no inundables y en terrenos de fácil drenaje
- b. No se podrán localizar junto a botaderos de basura, pantanos, ciénagas y sitios que puedan ser criaderos de insectos y roedores.
- c. Los alrededores se conservarán en perfecto estado de aseo, libres de acumulación de basuras, formación de charcos o estancamientos de agua.
- d. Deben estar diseñados y contruidos para evitar la presencia de insectos y roedores.
- e. Deben disponer de suficiente abastecimiento de agua potable.
- f. Contarán con servicios sanitarios para el personal que labora en el establecimiento, debidamente dotados y separados del área de preparación de los alimentos.
- g. Deberán tener sistemas sanitarios adecuados, para la disposición de aguas servidas y excretas.
- h. Contarán con servicios sanitarios para uso del público, separados para hombres y mujeres, salvo a aquellos establecimientos en donde por razones de limitaciones del espacio físico no lo



permita caso en el cual podrá emplearse los servicios sanitarios de uso del personal que labora en el establecimiento y los ubicados en centros comerciales.

Condiciones Específicas del Área de Preparación de Alimentos.

El área de preparación de los alimentos, cumplirá con las siguientes condiciones específicas:

- a. Los pisos deben estar contruidos con materiales que no generen sustancias o contaminantes tóxicos, residentes, no porosos, impermeables no absorbentes, no deslizantes y con acabados libres de grietas o defectos que dificulten la limpieza, desinfección y el mantenimiento sanitario.
- b. El piso de las áreas húmedas debe tener pendiente mínima del 2% y al menos un drenaje de 10 cm de diámetro por cada 40 cm² de área servida; mientras que en las áreas de baja humedad ambiental y en los depósitos, la pendiente mínima será del 1% hacia los drenajes, que requiere de al menos un drenaje por cada 90 m² de área servida.
- c. Las paredes deben ser de materiales resistentes, impermeables, no absorbentes y de fácil limpieza y desinfección, además hasta una altura adecuada, las mismas deben poseer acabado liso y sin grietas, pueden recubrirse con material cerámico o similar o con pinturas plásticas de colores claros que reúnan los requisitos antes indicados.
- d. Los techos deben estar diseñados de manera que se evite la acumulación de suciedad, la condensación, la formación de hongos, el desprendimiento superficial y además se facilite la limpieza y el mantenimiento.
- e. Los residuos sólidos deben ser removidos frecuentemente del área de preparación de los alimentos y disponerse de manera que se elimine la generación de malos olores, el refugio y alimento para animales y plagas y que no contribuya de otra forma al deterioro ambiental.



- f. Deben disponerse de recipientes, locales e instalaciones para la recolección y almacenamiento de los residuos sólidos, conforme a lo estipulado en las normas sanitarias vigentes.
- g. Deberá disponerse de recipientes de material sanitario para el almacenamiento de desperdicios orgánicos debidamente tapados, alejados del lugar donde se preparan los alimentos y deberán ser removidos y lavados frecuentemente.
- h. Se prohíbe el acceso de animales domésticos y la presencia de personas diferentes a los manipuladores de alimentos.
- i. Se prohíbe el almacenamiento de sustancias peligrosas en la cocina o en las áreas de preparación de los alimentos.

2.6 SERVICIO

Nuestro servicio será de Domingo a Domingo desde las 11:00 hasta las 8:00pm.

2.7 ACCESORIOS

Equipos y utensilios

Condiciones Generales.

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

Condiciones Específicas.



Los equipos y utensilios utilizados deben cumplir con las siguientes condiciones específicas:

- a. Los equipos y utensilios empleados en el manejo de alimentos deben estar fabricados con materiales resistentes al uso y a la corrosión, así como a la utilización frecuente de los agentes de limpieza y desinfección.

- b. Todas las superficies de contacto con el alimento deben ser inertes bajo las condiciones de uso previstas, de manera que no exista interacción entre éstas o de éstas con el alimento, a menos que éste o los elementos contaminantes migren al producto, dentro de los límites permitidos en la respectiva legislación. De esta forma, no se permite el uso de materiales contaminantes como: plomo, cadmio, zinc, antimonio, hierro u otros que resulten de riesgo para la salud.

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

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

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

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



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

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

i. Las superficies exteriores de los equipos deben estar diseñadas y contruidas de manera que faciliten su limpieza y eviten la acumulación de suciedades, microorganismos, plagas u otros agentes contaminantes del alimento.

j. Las mesas y mesones empleados en el manejo de alimentos deben tener superficies lisas, con bordes sin aristas y estar contruidas con materiales resistentes, impermeables y lavables.

k. Los contenedores o recipientes usados para materiales no comestibles y desechos, deben ser a prueba de fugas, debidamente identificados, contruidos de metal u otro material impermeable, de fácil limpieza y de ser requerido provistos de tapa hermética. Los mismos no pueden utilizarse para contener productos comestibles.

l. Las tuberías empleadas para la conducción de alimentos deben ser de materiales resistentes, inertes, no porosas, impermeables y fácilmente desmontables para su limpieza. Las tuberías fijas se limpiarán y desinfectarán mediante la recirculación de las sustancias previstas para este fin.

Condiciones de Instalación y Funcionamiento.

Los equipos y utensilios requerirán de las siguientes condiciones de instalación y funcionamiento:

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



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

Envases.

Los envases y recipientes utilizados para manipular las materias primas o los productos terminados deberán reunir los siguientes requisitos:

- a. Estar fabricados con materiales apropiados para estar en contacto con el alimento y cumplir con las reglamentaciones del Ministerio de Salud.
- b. El material del envase deberá ser adecuado y conferir una protección apropiada contra la contaminación.
- c. No deben haber sido utilizados previamente para algún fin| diferente que pudiese ocasionar la contaminación del alimento a contener.



d. Deben ser inspeccionados antes del uso para asegurarse que estén en buen estado, limpios y/o desinfectados. Cuando son lavados, los mismos se escurrirán bien antes de ser usados.

e. Se deben mantener en condiciones de sanidad y limpieza cuando no estén siendo utilizados en la fabricación.

Prevención de la Contaminación Cruzada.

Con el propósito de prevenir la contaminación cruzada, se deberán cumplir los siguientes requisitos:

a. Durante las operaciones de fabricación, procesamiento, envasado y almacenamiento se tomarán medidas eficaces para evitar la contaminación de los alimentos por contacto directo o indirecto con materias primas que se encuentren en las fases iniciales del proceso.

b. Las personas que manipulen materias primas o productos semielaboradas susceptibles de contaminar el producto final no deberán entrar en contacto con ningún producto final mientras no se cambien de indumentaria y adopten las debidas precauciones higiénicas y medida de protección.

c. Cuando exista el riesgo de contaminación en las diversas operaciones del proceso de fabricación, el personal deberá lavarse las manos entre una y otra manipulación de alimentos.

d. Todo equipo y utensilio que haya entrado en contacto con materias primas o con material contaminado deberá limpiarse y desinfectarse cuidadosamente antes de ser nuevamente utilizado.

Operaciones de Preparación y Servido de los Alimentos.

Las operaciones de preparación y servido de los alimentos cumplirán con los siguientes requisitos:



- a. El recibo de insumos e ingredientes para la preparación y servido de alimentos se hará en lugar limpio y protegido de la contaminación ambiental y se almacenarán en recipientes adecuados.
- b. Los alimentos o materias primas crudos tales como hortalizas, verduras, carnes, y productos hidrobiológicos que se utilicen en la preparación de los alimentos deberán ser lavados con agua potable corriente antes de su preparación.
- c. Las hortalizas y verduras que se consuman crudas deberán someterse a lavados y desinfección con sustancias autorizadas.
- d. Los alimentos perecederos tales como leche y sus derivados, carne y preparados, productos de la pesca deberán almacenarse en recipientes separados, bajo condiciones de refrigeración y/o congelación y no podrá almacenarse conjuntamente con productos preparados para evitar la contaminación.
- e. El personal que está directamente vinculado a la preparación y/o servido de los alimentos no debe manipular dinero simultáneamente.
- f. Los alimentos y bebidas expuestos para la venta deben mantenerse en vitrina, campanas plásticas, mallas metálicas o plásticas o cualquier sistema apropiado que los proteja del ambiente exterior.
- g. El servido de los alimentos deberá hacerse con utensilios (pinzas, cucharas, etc.) según sea el tipo de alimento, evitando en todo caso el contacto del alimento con las manos.
- h. El lavado de utensilios debe hacerse con agua potable corriente, jabón o detergente y cepillo, en especial las superficies donde se pican o fraccionan los alimentos, las cuales deben



estar en buen estado de conservación e higiene; las superficies para el picado deben ser de material sanitario, de preferencia plástico, nylon, polietileno o teflón.

i. La limpieza y desinfección de los utensilios que tengan contacto con los alimentos se hará en tal forma y con elementos o productos que no generen ni dejen sustancias peligrosas durante su uso. Esta desinfección deberá realizarse mediante la utilización de agua caliente, vapor de agua o sustancias químicas autorizadas para este efecto.

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



2.8 EQUIPOS Y MAQUINARIA tipos,

Nuestra compañía, debe arrancar con una inversión inicial en los siguientes equipos:

| EQUIPOS EN ACERO INDUSTRIALES | | |
|-------------------------------|------------------------------|-------------------------|
| CANT | DESCRIPCION | VALOR |
| 1 | ASADOR | \$ 3.000.000,00 |
| 2 | TAJADORA | \$ 800.000,00 |
| 3 | FREIDORA | \$ 2.500.000,00 |
| 4 | LINEA DE PREPARACION | \$ 4.000.000,00 |
| 5 | VAPORISADOR | \$ 1.200.000,00 |
| 6 | PLANCHA INDUSTRIAL | \$ 1.100.000,00 |
| 7 | ESTACION PAPA | \$ 600.000,00 |
| 8 | HORNO MICRO HONDAS | \$ 1.200.000,00 |
| 9 | TOSTADOR DE PAN | \$ 400.000,00 |
| 10 | NEVERA CONGELADOR INDUSTRIAL | \$ 6.000.000,00 |
| 11 | EXTRACTOR | \$ 2.000.000,00 |
| 12 | MOLINO INDUSTRIAL | \$ 3.000.000,00 |
| TOTAL EQUIPOS | | \$ 25.800.000,00 |

Así mismo, debemos contar con el siguiente inventario de productos de cocina, detallado así:

| UTENSILIOS DE COCINA | | |
|-------------------------|-----------------------|----------------------|
| 1 | SALCEROS | \$ 24.000,00 |
| 2 | CONTAINER | \$ 50.000,00 |
| 3 | CUCHILLO | \$ 15.000,00 |
| 4 | RECIPIENTES PLASTICOS | \$ 100.000,00 |
| 5 | PINZAS | \$ 10.000,00 |
| 6 | TABLA PARA PICAR | \$ 5.000,00 |
| 7 | ESPATULAS | \$ 30.000,00 |
| 8 | GRAMERA | \$ 50.000,00 |
| 9 | BASCULA | \$ 250.000,00 |
| TOTAL UTENSILIOS | | \$ 534.000,00 |

además de las mesas, sillas, sistemas de audio y video que se necesitan para cada uno de los ambientes.

2.9 FACILIDADES ubicación, local,

En un sitio moderno, lujoso y acogedor ofrecer servicio de restaurante en especial de comidas rápidas pre operadas y listas para consumir, con productos innovadores no comunes en el mercado como lo son hamburguesa de carne de conejo, lasaña de frutas, empanadas de sabores (limón, ajo, picantes, entre otras) y una serie de bebidas naturales y comunes.



Se pretende poner en marcha una idea de negocio que le brinde a los consumidores la oportunidad vivir una experiencia maravillosa cuando decidan visitar nuestro punto de venta con un servicio cálido personalizado y rápido de buena calidad.

Nuestro local, estará ubicado en la localidad de Teusaquillo, con una población de 138.993 habitantes, cabe resaltar que el sector se caracteriza por ser el Centro Internacional de Negocios, con una participación importante de la comunidad extranjera y nacional.

2.10 DISTRIBUCIÓN del local, cocina

Local

En nuestro restaurante de comida rápida la preparación de los alimentos y la atención deben ser nuestras principales características, además de esto la idea es contar en el restaurante con diferentes espacios para la atención del público, ya sea que la persona asista sola al restaurante, en grupos, compañeros de trabajo y un área familiar con mesas amplias que nos hagan evocar los comedores de antaño.

Solas y Solos será un sector del restaurante donde las personas que acostumbren almorzar solos puedan, tener una silla para ellos solos, estas sillas serán al estilo de sala de teatro, donde tendrán un lugar en el brazo para poner su bebida y además de uno de los costados sale la mesa para apoyar sus alimentos o su PC mientras espera la preparación de su hamburguesa, este lugar se caracterizara por tener varias pantallas de Televisión, las cuales están apuntando a hacia diferentes sectores de la sala y el usuario puede escoger que quiere ver, además puede sintonizar el sonido del programa que quiere ver por medio de tres botones que se encuentran en el brazo de la silla, esto con el fin de evitar el excesivo ruido que se genera en los restaurantes.

En familia será el sector del restaurante para grupos que superen las 4 personas, tendrá mesas con la una capacidad mínima de 4 personas, en este ambiente no se tendrán televisores, solo música suave para amenizar las reuniones y las conversaciones.



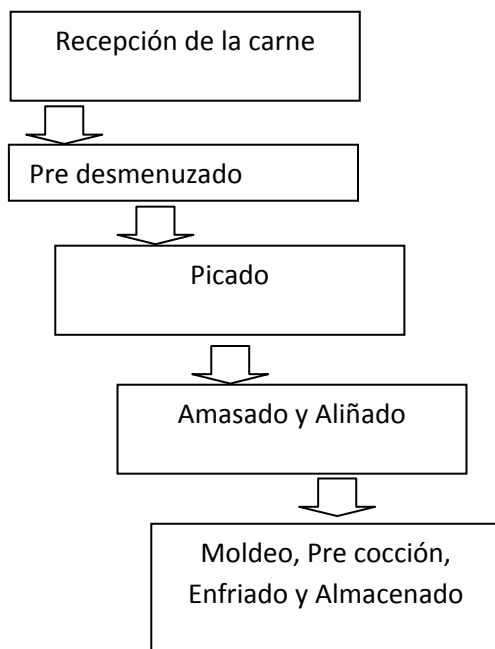
Nosotros será el último sector del restaurante para grupos de personas entre 2 y 3 integrantes, aquí se mezcla la música agradable y pantallas de televisión proyectando videos o imágenes que motiven la tranquilidad y el descanso, ya que normalmente las parejas que acuden a un restaurante no miran la televisión, prefieren un lugar libre de tanto ruido donde puedan conversar.

Estos sectores del restaurante no serán excluyentes por el número de personas que necesiten ser atendidas y se atenderán reuniones sociales o laborales.

Cocina

Zona de lavado. Esta estará dividida en tres áreas fundamental mente, los utensilios que se deben sanear o esterilizar, los que requieren limpiador antigrasa y las que sólo necesitan jabón.

Área de preparación. La carne de conejo se recibirá ya lista para procesar, esto quiere decir que se comprara libre de huesos, después de recibirla, se procederá a pre-desmenuzar, que es cuando se separan en pedazos mas pequeños para facilitar su manipuleo, luego se pica, después de este paso se amasa y se le agregan los aliños, se moldea y se pre cocina.





Parrilla. Las carnes para hamburguesa ya sea de conejo o res se colocan de manera especial sobre la parrilla de acuerdo con el número de hamburguesas solicitadas para evitar la contaminación cruzada de los alimentos.

Fin. Una vez terminado el producto se coloca en el despachador donde se procederá a la entrega al cliente.

2.11 PASO A PASO EN LA COCINA adecuación de la cocina, limpieza puestos de trabajo, entre otros.

"Una comida bien equilibrada es como una especie de poema al desarrollo de la vida.

Burgess, Anthony"

El primer paso

Para llevar a cabo este proceso productivo, es compra de la carne de conejo en criaderos ubicados en el municipio de san Antonio del Tequendama se lleva a la planta de proceso que inicialmente quedará ubicada dentro de las instalaciones del punto de venta se le agrega los ingredientes como son miga de pan complementos y condimentos se envía al molino donde se muele la carne junto con los demás ingrediente luego de estar molida la carne se le agrega los huevos se forma la masa y se arman las hamburguesas se envían a sus respectivos moldes y se llevan a congelador por 4 hora y ya las hamburguesa esta lista para ser pero perada y consumidas

Segundo paso



Para que el restaurante funcione eficazmente se deben pre operar las verduras de acuerdo a la necesidad del punto consiste en tener picadas todas las verduras necesarias como lo son tomate y lechuga los salseros llenos listos para empezar armar los equipos en perfecto funcionamiento como lo son vaporizador , asador y freidora listos encendidos y en perfecto funcionamiento, el tostador del pan funcionando

Tercer paso

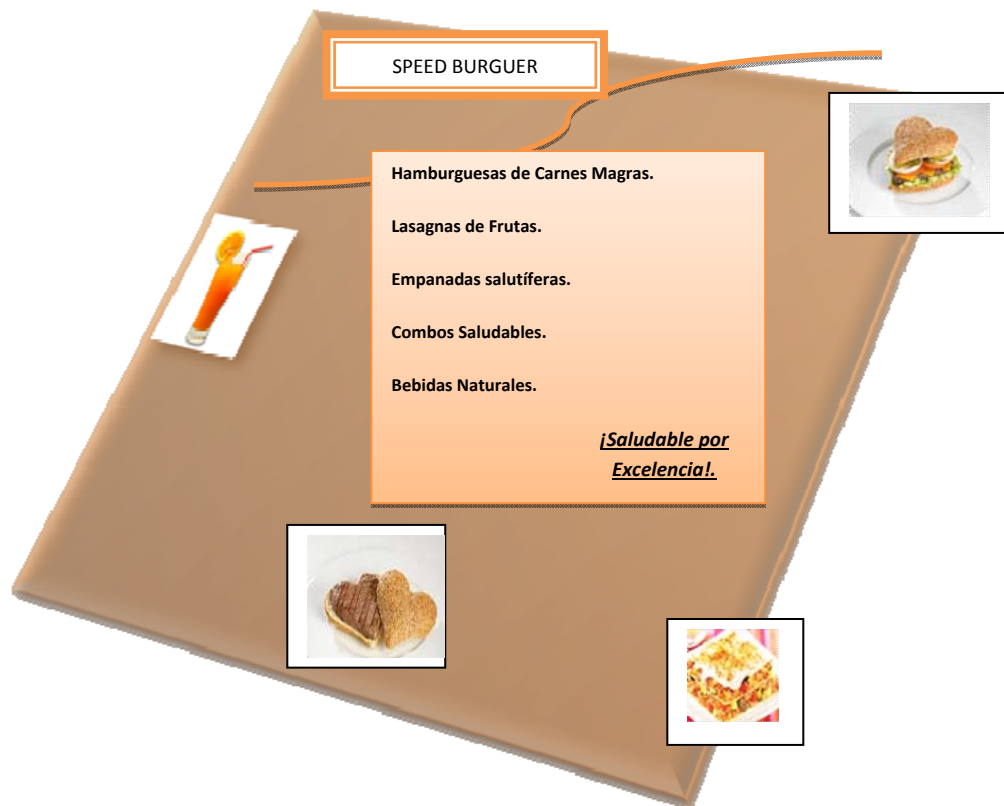
A medidas que van llegando los clientes el asesor va tomando el pedido al cliente y mientras le factura le pide el nombre al cliente le indica al equipo de cocina para que empiece el armado de la hamburguesa se tiene todo pre operado la carne debe estar descongelada lista bien sea para freír o para asar de acuerdo a las exigencias del cliente se trabaja con una base mínima para cuando el cliente haga el pedido solo sea armar la hamburguesa servir las papas y llevar el pedido a la mesa después que el asesor le tome el pedido no se debe demorar más de 5 minutos en ser entregado al cliente

Para la producción de alimento de la mas alta calidad se deben buscar proveedores comprometidos con los consumidores y con los productos que fabrican, no siempre el producto mas costoso es el de mayor calidad, ni tampoco el mas económico será el que nos de mejores resultados, siempre se buscara la compra de productos nacionales, especialmente desde su origen (productor) con el único propósito de fomentar el desarrollo de la economía de nuestro país y mejorar la calidad de vida de nuestros campesinos.



2.12 CARTA

*"Que la comida sea tu alimento y el alimento tu medicina
Hipócrates"*





3. ANÁLISIS ADMINISTRATIVO

3.1 ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL

MISIÓN

Ser el primer restaurante de comidas rápidas en Bogotá, capaz de crear una solución saludable, a las necesidades alimenticias de las personas que se preocupan por su salud, con productos de excelente calidad, soportados en un excelente servicio al cliente, que nos permita posicionarnos en el mercado nacional.

VISIÓN

Lograr posicionar la cadena de restaurantes en el mercado nacional, en un plazo máximo de 10 años, convirtiéndonos en líderes del sector alimentos, posicionando las carnes magras como una verdadera solución alimenticia sana, ofreciendo productos innovadores y de excelente calidad.

OBJETIVOS

- Generar la mayor satisfacción de nuestros clientes, en cada visita al restaurante.
- Caracterizarnos por la excelente calidad de nuestros productos y la presentación de los mismos.
- Rapidez y oportunidad en la prestación del servicio.
- Ambientes luminosos, aireados, tranquilos que agraden a nuestros clientes.

VALORES ORGANIZACIONALES

Tomaremos como primicias para el desarrollo de nuestras actividades las siguientes:

- Excelente servicio a nuestros clientes
- Clima Organizacional agradable, cordial y respetuoso
- Amabilidad y voluntad de servicio



- Respeto y buen trato al cliente interno y externo.
- Trabajo en equipo
- Escuchar atentamente las quejas, solicitudes y reclamos de nuestros clientes.

3.2 ANÁLISIS DOFA

DEBILIDADES

- Culturalmente las personas no están acostumbradas a la ingesta de carne de conejo.
- El mercado interno no cuenta con actividades de promoción de la carne magra, lo que es importante para aumentar el bajo consumo por habitante.
- No hay uniformidad en la calidad del producto.
- No se siguen protocolos de manejo cunícula.
- Por su precio, necesita acciones que lo destaquen a los ojos y paladares de los consumidores de mayores ingresos.
- Un factor limitante es la producción con corta tradición tecnológica y en consecuencia la capacitación tecnológica de los productores es limitada.

OPORTUNIDADES

- Las comidas saludables son un mercado desatendido en este tipo de restaurantes
- Existen subproductos que tienen valor complementario, pieles para utilizarlas como tales o para extraer el cuero, abono, pelo, sangre, se convierten en otras líneas de negocio a explorar.
- Posibilidades de Exportación.
- Cercanía con las plantas de insumos.
- Mano de obra desocupada



FORTALEZAS

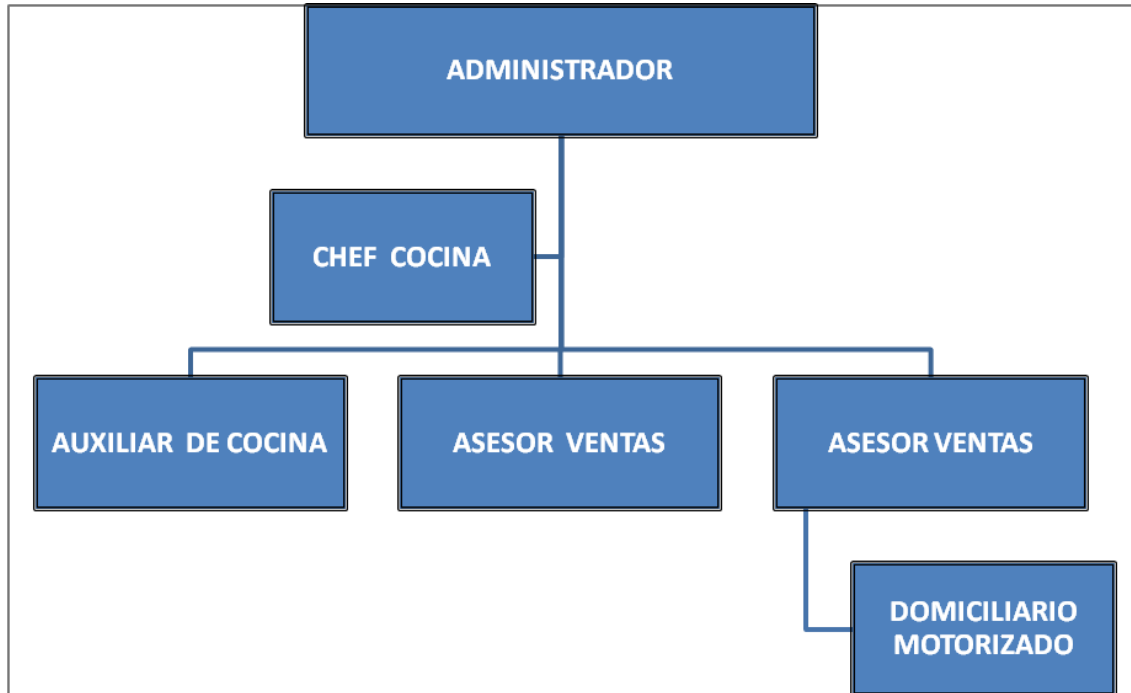
- Alianza comercial con los cunicultores de San Antonio del Tequendama, sin intermediarios, garantiza disminución en los costos de la carne materia prima del negocio.
- Ciclo productivo corto, actividad que puede crecer rápido
- Nuestras carnes son ligeras, de fácil digestión, dietéticas, pero con un alto valor nutricional, bajo contenido de sodio y alto de potasio (360mg/100g carne).
- Alimentos nutritivos, especialmente indicados para niños, adolescentes, deportistas, gestantes, quienes requieren de una alimentación rica en proteínas y vitaminas.

AMENAZAS

- Las personas no dejarán fácilmente de ver al conejo como una mascota y convertirlo en alimento.
- Falta de política de Estado en control sanitario y exportación.
- Riesgo de enfermedades por zona húmeda.
- Bajo crecimiento del consumo interno por falta de hábito alimentario.



3.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL



3.4 DEFINICIÓN Y DESCRIPCIÓN DE LOS CARGOS

Administrador: Tecnólogo en carreras administrativas y/o afines, con experiencia mínima de dos años en restaurante de autoservicios, con excelente presentación personal, actitud de servicio, emprendedor, innovador, motivador al trabajo en Equipo, enfoque a resultados y con experiencia en manejo de personal.

Chef de Cocina: Tecnólogo en Gastronomía, con experiencia certificada como Chef mínima de 2 años en restaurantes de autoservicios; Excelentes relaciones interpersonales, trabajo en equipo, con experiencia en manejo de personal, con capacidad para trabajar bajo presión, innovador, motivador, enfoque a resultados.



Auxiliar de cocina: Técnica en Gastronomía con experiencia mínima de 2 años en restaurantes de autoservicios; Excelentes relaciones interpersonales, trabajo en equipo, con capacidad para trabajar bajo presión, innovador, motivador.

Asesores de Servicio: Bachiller, con enfoque al servicio al cliente tanto telefónico como personalizado; Excelentes relaciones interpersonales, trabajo en equipo, con capacidad para trabajar bajo presión, innovador, motivador.

Motorizado Domiciliario: Experiencia mínima de 1 año comprobable realizando actividades relacionadas con el cargo; Excelentes relaciones interpersonales, trabajo en equipo, con capacidad para trabajar bajo presión, innovador, motivador.

4. ANÁLISIS JURÍDICO LEGAL

El sector de alimentos en Colombia se encuentra reglamentado por el Decreto 3075 de 1997 expedido por el Ministerio de Protección Social, donde se establecen las buenas prácticas de manufacturas BPM, las cuales deben ser cumplidas por toda la industrias del sector alimentario.

En dicha norma básicamente se establecen un conjunto de acciones y previsiones orientadas a garantizar la sanidad e inocuidad de los alimentos, evitando su contaminación, deterioro o adulteración. El bienestar del consumidor en términos de salud pública, depende en gran medida de la seguridad del producto manufacturado.

Dentro de los aspectos revisados en las buenas prácticas de manufactura se encuentran: Localización y accesos, diseño y construcción, abastecimiento de agua, disposición de residuos sólidos y líquidos, instalaciones sanitarias y áreas de elaboración.



4.1 SOCIEDADES COMERCIALES

SOCIEDADES POR ACCIONES SIMPLIFICADA - S.A.S.

Speed Burguer, será una persona jurídica, constituida como una sociedad por acciones simplificada SAS, su composición accionaria estará a cargo de cuatro personas naturales con cuatro paquetes accionarios cada uno con el 25% y debidamente registrada ante Cámara de Comercio con domicilio principal en el Centro Internacional de Bogotá.

Aspectos legales de Constitución, Transformación y Disolución

En el documento oficial de creación de Speed Burguer, deberá aparecer entre otra, la siguiente información

- Accionistas : Cuatro personas naturales
- Los nombres de los accionistas son los siguientes: ANGELICA BERNAL GAMBA, con Cédula de ciudadanía No.52.271.945 con domicilio principal carrera 104 No.15-38; GLORIA DEL PILAR VARELA TORRES, con cédula de ciudadanía No.52.383.937 de Bogotá, con domicilio principal Calle 6b No. 81b-51 Torre 11 Apartamento 1044, HAROLD CARVAJAL HIGUERA con cédula de ciudadanía No.79.543.123 de Bogotá, con domicilio principal en la Calle 3 No. 78-43 Apartamento 201. Un socio inversionista vacante.
- La razón social de la empresa es: Speed Burguer S.A.S
- El domicilio principal en el Centro Internacional Bogotá
- El término de la duración de la sociedad es de 20 años o hasta que lo declaren los accionistas.



- La actividad principal de Speed Burguer es la prestación de servicios de preparación de alimentos y bebidas.
- Speed Burguer será constituida mediante capital social de \$30.000.000. por cada uno de los socios fundadores, para un total de \$120.000.000.
- Se realizará un documento privado y tendrá el proceso de autenticación de firmas.

5. ANÁLISIS FINANCIERO

5.1 INVERSIÓN EN ACTIVOS

Inversión en Maquinaria

Para la puesta en marcha del restaurante, Speed Burguer, se necesita de maquinaria como asador, freidora, plancha industrial, congelador industrial, estos implementos son fundamentales para la operación y puesta en marcha. Aquí también se tienen en cuenta los instrumentos de cocina, con los que contarán el chef y sus ayudantes como licuadoras, ollas, sartenes, entre otros. A continuación se presenta la tabla detallada, donde se evidencia los costos de la inversión requerida en Maquinaria y Equipo:

| Item | Descripción | Unidades | Valor Unitario | Total |
|----------------------------|------------------------------|----------|-----------------|-------------------------|
| Maquinaria y Equipo | | | | |
| 1 | ASADOR | 1 | \$ 3.000.000,00 | \$ 3.000.000,00 |
| 2 | TAJADORA | 1 | \$ 800.000,00 | \$ 800.000,00 |
| 3 | FREIDORA | 1 | \$ 2.500.000,00 | \$ 2.500.000,00 |
| 4 | LINEA DE PREPARACION | 1 | \$ 4.000.000,00 | \$ 4.000.000,00 |
| 5 | VAPORISADOR | 1 | \$ 1.200.000,00 | \$ 1.200.000,00 |
| 6 | PLANCHA INDUSTRIAL | 1 | \$ 1.100.000,00 | \$ 1.100.000,00 |
| 7 | ESTACION PAPA | 1 | \$ 600.000,00 | \$ 600.000,00 |
| 8 | HORNO MICRO HONDAS | 2 | \$ 120.000,00 | \$ 240.000,00 |
| 9 | TOSTADOR DE PAN | 1 | \$ 400.000,00 | \$ 400.000,00 |
| 10 | NEVERA CONGELADOR INDUSTRIAL | 1 | \$ 6.000.000,00 | \$ 6.000.000,00 |
| 11 | EXTRACTOR INDUSTRIAL | 1 | \$ 2.000.000,00 | \$ 2.000.000,00 |
| 12 | MOLINO INDUSTRIAL | 1 | \$ 3.000.000,00 | \$ 3.000.000,00 |
| 13 | UTENSILIOS DE COCINA | 1 | \$ 534.000,00 | \$ 534.000,00 |
| | TOTAL | | | \$ 24.840.000,00 |

Inversión en Muebles y Enseres



Los muebles y enseres son los activos relacionados directamente con el servicio, dado que son aquellos instrumentos y equipos con los que cada cliente tendrá interacción directamente. A continuación se presenta la tabla con los costos individuales y el total de inversión requerida para muebles y enseres:

| Item | Descripción | Unidades | Valor Unitario | Total |
|--------------------------|---------------------------|----------|------------------|-------------------------|
| Muebles y Enseres | | | | |
| 1 | ADECUACION LOCAL | 1 | \$ 8.000.000,00 | \$ 8.000.000,00 |
| 2 | MESAS, SILLAS Y POLTRONAS | 1 | \$ 10.000.000,00 | \$ 10.000.000,00 |
| 3 | TELEVISORES | 5 | \$ 1.200.000,00 | \$ 6.000.000,00 |
| Total | | | | \$ 24.000.000,00 |

Inversión en Capital de Trabajo

El restaurante Speed Burguer, contará inicialmente con 6 personas, encargadas de la operación y nuestros pilares fundamentales de la organización:

1. Administrador
1. Chef de Cocina
1. Ayudante de Cocina
2. Asesores de Ventas
1. Domiciliario Motorizado

A continuación presentamos los costos reales de la planta de personal,



| Cargo | Sueldo | Auxilio de Transporte | Prestaciones Sociales, Seguridad Social y Aportes Parafiscales | Valor Total |
|---|-----------------|-----------------------|--|--------------------------|
| Administrador | \$ 1.500.000,00 | \$ 63.600,00 | \$ 810.000,00 | \$ 2.373.600,00 |
| Chef Cocina | \$ 1.000.000,00 | \$ 63.600,00 | \$ 540.000,00 | \$ 1.603.600,00 |
| Auxiliar de Cocina | \$ 700.000,00 | \$ 63.600,00 | \$ 378.000,00 | \$ 1.141.600,00 |
| Asesor de ventas | \$ 800.000,00 | \$ 63.600,00 | \$ 432.000,00 | \$ 1.295.600,00 |
| Asesor de ventas | \$ 800.000,00 | \$ 63.600,00 | \$ 432.000,00 | \$ 1.295.600,00 |
| Domiciliario | \$ 600.000,00 | \$ 63.600,00 | \$ 324.000,00 | \$ 987.600,00 |
| Total | | | | \$ 8.697.600,00 |
| Costo Mano de Obra por Hamburguesa | | | | \$ 2.783,23 |
| Costo Mano de Obra por Empanada | | | | \$ 1.391,62 |
| Costo Mano de Obra por Lasagna | | | | \$ 5.566,46 |
| Costo Mano de Obra por Combo | | | | \$ 4.174,85 |
| COSTO ANUAL MANO DE OBRA | | | | \$ 104.371.200,00 |

5.2 FUENTES DE FINANCIAMIENTO

El proyecto, estará financiado por los aportes de los socios directamente, no recurriremos a prestamos bancarios, toda vez que la decisión unánime, es que el proyecto arranque sano, sin deudas para que los resultados esperados, se den en corto tiempo. Es por ello que proyectamos recoger utilidades a partir del tercer año de inversión, donde el flujo de caja se vuelve positivo.

5.3 PROYECCIONES DE LOS ESTADOS FINANCIEROS

El Balance General de la Compañía, destaca tres cuentas mayores que son los activos, pasivos y patrimonio. En el estado financiero se refleja, cuanto dinero tiene la empresa en efectivo, activos fijos e inventarios, como también su nivel de endeudamiento y el capital financiero de la empresa. A continuación se presenta el Balance General Proyectado a 5 años:



| | Año 0 | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|--------------------------------------|-------------------|-------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| BALANCE GENERAL SPEED BURGUER | | | | | | |
| ACTIVOS | | | | | | |
| Activo Corriente | | | | | | |
| Efectivo | \$ 59.960.000,00 | \$ 27.643.344,00 | \$ 36.667.884,00 | \$ 56.182.346,00 | \$ 75.180.213,00 | \$ 111.401.729,00 |
| Inventarios | \$ - | \$ 44.239.395,71 | \$ 48.129.573,64 | \$ 51.929.599,99 | \$ 54.865.560,24 | \$ 58.755.755,74 |
| Gastos Anticipados | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - |
| Total Activo Corriente | \$ 59.960.000,00 | \$ 71.882.739,71 | \$ 84.797.457,64 | \$ 108.111.945,99 | \$ 130.045.773,24 | \$ 170.157.484,74 |
| Maquinaria y Equipo de Operación | \$ 24.840.000,00 | \$ 29.840.000,00 | \$ 39.840.000,00 | \$ 44.840.000,00 | \$ 54.840.000,00 | \$ 59.840.000,00 |
| Depreciación Acumulada | \$ - | \$ (9.946.666,67) | \$ (23.226.666,67) | \$ (38.173.333,33) | \$ (46.506.666,67) | \$ (53.173.333,33) |
| Maquinaria y Equipo de Operación | \$ 24.840.000,00 | \$ 19.893.333,33 | \$ 16.613.333,33 | \$ 6.666.666,67 | \$ 8.333.333,33 | \$ 6.666.666,67 |
| Muebles y Enseres | \$ 24.000.000,00 | \$ 24.000.000,00 | \$ 29.000.000,00 | \$ 29.000.000,00 | \$ 34.000.000,00 | \$ 34.000.000,00 |
| Depreciación Acumulada | \$ - | \$ (3.428.571,43) | \$ (7.571.428,57) | \$ (11.714.285,71) | \$ (16.571.428,57) | \$ (21.428.571,43) |
| Muebles y Enseres | \$ 24.000.000,00 | \$ 20.571.428,57 | \$ 21.428.571,43 | \$ 17.285.714,29 | \$ 17.428.571,43 | \$ 12.571.428,57 |
| Equipo de Oficina | \$ 11.200.000,00 | \$ 11.200.000,00 | \$ 11.200.000,00 | \$ 11.700.000,00 | \$ 11.700.000,00 | \$ 12.200.000,00 |
| Depreciación Acumulada | \$ - | \$ (3.733.333,33) | \$ (7.466.666,67) | \$ (11.366.666,67) | \$ (11.533.333,33) | \$ (11.866.666,67) |
| Equipo de Oficina | \$ 11.200.000,00 | \$ 7.466.666,67 | \$ 3.733.333,33 | \$ 333.333,33 | \$ 166.666,67 | \$ 333.333,33 |
| Total Activos Fijos | \$ 60.040.000,00 | \$ 47.931.428,85 | \$ 41.775.238,53 | \$ 24.285.714,30 | \$ 25.928.571,43 | \$ 19.571.428,57 |
| Total Otros Activos Fijos | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - |
| TOTAL ACTIVO | \$ 120.000.000,00 | \$ 119.814.168,57 | \$ 126.572.696,17 | \$ 132.397.660,28 | \$ 155.974.344,66 | \$ 189.728.913,32 |
| PASIVO | | | | | | |
| Cuentas por pagar proveedores | \$ - | \$ - | \$ 7.230.963,08 | \$ 7.799.537,94 | \$ 8.397.381,76 | \$ 9.027.906,89 |
| Impuestos por pagar | \$ - | \$ - | \$ - | \$ 3.607.928,28 | \$ 11.046.754,77 | \$ 22.534.163,01 |
| Acreedores Varios | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - |
| Obligaciones Financieras | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - |
| Otros Pasivos LP | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - |
| TOTAL PASIVO | \$ - | \$ - | \$ 7.230.963,08 | \$ 11.407.466,22 | \$ 19.444.136,52 | \$ 31.562.069,90 |
| PATRIMONIO | | | | | | |
| Capital Social | \$ 120.000.000,00 | \$ 120.000.000,00 | \$ 120.000.000,00 | \$ 120.000.000,00 | \$ 120.000.000,00 | \$ 120.000.000,00 |
| Reserva Legal | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - |
| Utilidades Retenidas | \$ - | \$ - | \$ (185.831,43) | \$ (658.266,91) | \$ 990.194,06 | \$ 16.530.208,14 |
| Utilidades del Ejercicio | \$ - | \$ (185.831,43) | \$ (472.435,48) | \$ 1.648.460,97 | \$ 15.540.014,08 | \$ 21.636.635,28 |
| TOTAL PATRIMONIO | \$ 120.000.000,00 | \$ 119.814.168,57 | \$ 119.341.733,09 | \$ 120.990.194,06 | \$ 136.530.208,14 | \$ 158.166.843,41 |
| TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO | \$ 120.000.000,00 | \$ 119.814.168,57 | \$ 126.572.696,17 | \$ 132.397.660,28 | \$ 155.974.344,66 | \$ 189.728.913,32 |

ESTADO DE RESULTADOS

Este estado financiero, de vital importancia para lo toama de decisiones, toda vez que presenta de forma detallada el resultado del ejercicio de la compañía, y la factibilidad que tiene un proyecto de generar una perdida o utilidad. A continuación presentamos el Estado Financiero proyectado a 5 años:



ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO

SPEED BURGUER

| | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|------------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| ESTADO DE RESULTADOS | | | | | |
| Ventas | 232.500.000 | 251.674.601 | 271.463.943 | 292.271.953 | 314.217.461 |
| Materia Prima, Mano de Obra | 160.321.200 | 173.543.114 | 187.188.925 | 201.537.162 | 216.669.765 |
| Depreciación | 17.108.571 | 21.156.190 | 22.989.524 | 13.357.143 | 11.857.143 |
| Otros Costos | 8.016.060 | 8.677.156 | 9.359.446 | 10.076.858 | 10.833.488 |
| Utilidad Bruta | 47.054.169 | 48.298.141 | 51.926.048 | 67.300.790 | 74.857.065 |
| Gasto de Ventas | 1.640.000 | 1.693.136 | 1.745.454 | 1.796.945 | 1.847.619 |
| Gastos de Administracion | 45.600.000 | 47.077.440 | 48.532.133 | 49.963.831 | 51.372.811 |
| Utilidad Operativa | -185.831 | -472.435 | 1.648.461 | 15.540.014 | 21.636.635 |
| Utilidad antes de impuestos | -185.831 | -472.435 | 1.648.461 | 15.540.014 | 21.636.635 |
| Impuestos | 0 | 0 | 3.607.928 | 7.438.827 | 11.487.408 |
| Utilidad Neta Final | -185.831 | -472.435 | -1.959.467 | 8.101.188 | 10.149.227 |

FLUJO DE CAJA

| | Año 0 | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|---|--------------------|--------------------|--------------------|-------------------|--------------------|--------------------|
| FLUJO DE CAJA | | | | | | |
| Flujo de Caja Operativo | | | | | | |
| Utilidad Operacional | | -185.831 | -472.435 | 1.648.461 | 15.540.014 | 21.636.635 |
| Depreciaciones | | 17.108.571 | 21.156.190 | 22.989.524 | 13.357.143 | 11.857.143 |
| Impuestos | | 0 | 0 | 3.607.928 | 7.438.827 | 11.487.408 |
| Neto Flujo de Caja Operativo | | 16.922.740 | 20.683.755 | 28.245.913 | 36.335.983 | 44.981.186 |
| Flujo de Caja Inversión | | | | | | |
| Variacion Inv. Materias Primas e insumos3 | | -27.975.000 | -2.307.137 | -2.381.105 | -2.503.673 | -2.640.540 |
| Variacion Inv. Prod. En Proceso | | -1.478.581 | -143.913 | -128.993 | -39.299 | -113.605 |
| Variacion Inv. Prod. Terminados | | -14.785.814 | -1.439.128 | -1.289.929 | -392.988 | -1.136.050 |
| Variación Cuentas por Pagar | | 0 | 7.230.963 | 568.575 | 597.843 | 630.525 |
| Variación del Capital de Trabajo | 0 | -44.239.396 | 3.340.785 | -3.231.451 | -2.338.117 | -3.259.670 |
| Inversión en Maquinaria y Equipo | 24.840.000 | 5.000.000 | 10.000.000 | 5.000.000 | 10.000.000 | 5.000.000 |
| Inversión en Muebles | 24.000.000 | 0 | 5.000.000 | 0 | 5.000.000 | 0 |
| Inversión en Equipos de Oficina | 11.200.000 | 0 | 0 | 500.000 | 0 | 500.000 |
| Inversión Activos Fijos | -60.040.000 | -5.000.000 | -15.000.000 | -5.500.000 | -15.000.000 | -5.500.000 |
| Neto Flujo de Caja Inversión | -60.040.000 | -5.000.000 | -15.000.000 | -5.500.000 | -15.000.000 | -5.500.000 |
| Flujo de Caja Financiamiento | | | | | | |
| Dividendos Pagados | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Capital | 120.000.000 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Neto Flujo de Caja Financiamiento | 120.000.000 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Neto Periodo | 59.960.000 | -32.316.656 | 9.024.540 | 19.514.462 | 18.997.866 | 36.221.516 |
| Saldo anterior | 59.960.000 | 59.960.000 | 27.643.344 | 36.667.884 | 56.182.347 | 75.180.213 |
| Saldo siguiente | 59.960.000 | 27.643.344 | 36.667.884 | 56.182.347 | 75.180.213 | 111.401.729 |
| Flujo de Caja de Inversión | | -49.239.396 | -11.659.215 | -8.731.451 | -17.338.117 | -8.759.670 |



5.4 ANÁLISIS DE LOS INDICADORES FINANCIEROS

EBITDA

| | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|---|------------|------------|------------|------------|------------|
| Utilidad Operacional + Depreciaciones y Amortizaciones | 16.922.740 | 20.683.755 | 24.637.985 | 28.897.157 | 33.493.778 |

El EBITDA en el caso de nuestro proyecto para todos los años es positivo, lo cual nos dice que el proyecto es viable y que para su éxito dependemos de una buena gestión a los gastos financieros y tributarios sin olvidar las políticas de depreciación y amortización, al ser un proyecto financiado completamente se debe buscar cambiar el medio de financiación ya que esto podría afectar el resultado final de nuestro proyecto, al hablar de financiado nos referimos a aportes sociales tales como acciones.

ROI

| | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|---|--------|--------|-------|--------|--------|
| Utilidad neta o Ganancia / Inversión | -0,15% | -0,39% | 1,37% | 12,95% | 18,03% |

El ROI se nos presenta negativo en los dos primeros años mostrándonos que no se percibirán beneficios económicos en los primeros años, pero que por el contrario se deben poner recursos propios de los accionistas para salir adelante, pero así mismos se puede ver un crecimiento sostenido de más del 10% después del tercer año, lo cual nos presenta un panorama muy positivo en el futuro y con una recuperación mayor a la de cualquier empresa que este empezando.



TIR

| Año | Flujo Neto |
|------------|--------------------|
| 2013 | \$ - |
| 2014 | \$ (32.316.655,71) |
| 2015 | \$ 9.024.540,14 |
| 2016 | \$ 19.514.462,18 |
| 2017 | \$ 18.997.866,42 |
| 2018 | \$ 36.221.515,63 |
| TIR | 41% |

Nuestra TIR (tasa interna de retorno) es positiva y nos muestra una fuerte aceleración hacia el año 5 del negocio lo cual para un inversionista se traduce en mayores recursos al pasar el tiempo y lo motiva a dejar los recursos en esta empresa y esperar mejores y mayores rendimientos futuros.



VPN

| Flujo de Caja y Rentabilidad | | | | | | |
|--------------------------------------|--------------|--------------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| | Año 0 | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
| Flujo de Operación | 0 | 16.922.740 | 20.683.755 | 28.245.913 | 36.335.983 | 44.981.186 |
| Flujo de Inversión | -120.000.000 | -49.239.396 | -11.659.215 | -8.731.451 | -17.338.117 | -8.759.670 |
| Flujo de Financiación | 100.000.000 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Flujo de caja para evaluación | 0 | -32.316.656 | 9.024.540 | 19.514.462 | 18.997.866 | 36.221.516 |
| VPN | 0 | -29.378.778 | 7.458.298 | 14.661.504 | 12.975.798 | 22.490.711 |

Tasa de

descuento EA 10%

| | |
|------------|-------------------------|
| VPN | \$ 28.207.533,78 |
|------------|-------------------------|

Un VPN positivo es lo mejor para un proyecto próximo a realizarse, nos muestra que se recuperara el dinero de nuestros ángeles inversionistas.



6. CONCLUSIONES

Hoy por hoy en Colombia no es nada fácil crear empresa, ya sea debido a la situación económica que atraviesa nuestro país o sencillamente por el tema circunstancial que enfrenta la economía y los negocios a nivel global, temas como el incremento en los precios, escases de recursos, seguridad o corrupción permean la iniciativa y destruyen al emprendedor, pero estos factores no solo aplican en nuestro país, afectan desde los países ricos y desarrollados, hasta los pobres o en vías de desarrollo.

Es allí cuando el carácter del emprendedor, impulsado por el deseo de salir adelante los lleva a romper costumbres y miedos, y los enfrenta con nuevos mercados ávidos por ser atendido y satisfechos, mercados que son otros mundos y que como tal requieren nuevas y mejores formas de enfrentarlos, además de esto no solo son necesarias las ganas de echar a andar un negocio, también es necesario el conocimiento y planificación que se le logre dar a una idea de negocio, para que esta no se quede solamente en eso, una idea, sino que logre materializarse y brindar los frutos que se necesitan para su subsistencia.

Nuestro país a dado grandes pasos en materia de desarrollo de empresas, pero lamentablemente son muy pocas las que logran salir adelante y subsistir al pasar los años, pero gracias al apoyo de las cámaras de comercio se ha logrado que los emprendedores tengan herramientas financieras, apoyo jurídico e incluso bases de datos que les facilitan dar el paso para convertirse en empresarios, esta ayuda a permitido que seamos unos de los principales países en creación de empresas y desarrollo de nuevas industrias.

Es imposible desconocer el apoyo que el gobierno le brinda a los emprendedores, no solo están las cámaras de comercio, también están los convenios y tratados internacionales que este suscribe con otras naciones buscando el crecimiento económico y al disminución de la pobreza incentivando la exportación de productos colombianos, esto nos ha permitido abrir los limites y las fronteras y nos ayuda a llegar a nuevos mercados antes desconocidos y totalmente inhóspitos para los comerciantes.



En el tema de los alimentos es indudable que es uno de los mercados con mayor prospectiva y desarrollo, ya sea cuando se habla de restaurantes de primera categoría, el famoso corrientaso o las comida rápida, pues para todos hay mercado y siempre se encontrara una consumidor presto a gastar recursos en productos de primera calidad o como en nuestro caso, productos que ayudan a cuidar su salud.

En el mundo de las comidas es importante estar innovando y desarrollando nuevos productos y servicios que nos permitir satisfacer las necesidades de los comensales, teniendo siempre como norte las megatendencias mundiales que siempre se inclinaran a la responsabilidad social, el cuidado de la salud de las personas y la protección del medio ambiente.

Entonces tenemos como meta primordial encontrar nuevos mercados para mas y mejores productos, buscar esa necesidad insatisfecha o incluso crear nuevas necesidades en nuestros consumidores y asi mejorar la calidad de vida de nuestras personas garantizando producciones limpias, ecológicas y a bajos costos.

La profundizacion de este plan de negocios nos permitió ahondar en el negocio de las comidas rapidas y gracias al apoyo de personas que trabajan y trabajaron en grandes empresas de comidas rapidas (Presto) logramos encontrar un nicho de mercado aun insatisfecho esperando productos innovadores que aporten beneficios para la salud, además de esto nos permitió comprender las necesidades y carecias que tienen los emprendedores en el momento de lanzarse al ruedo con una empresa, ya sean estas legales, financieras y operativas, mostrándonos que la comida rápida saludable es viable y atractiva al empresario y el consumidor.



BIBLIOGRAFIA

Direcciones Eléctronicas

http://www.inta.cl/material_educativo/cd/3GuiAli.pdf guía de alimentación saludable.

<http://www.ccb.org.co>

<http://www.gerencie.com>

<http://www.revistalabarra.com.co>

http://www.catering.com.co/ediciones_catering/EDICION4/Ondalight.pdf

<http://igomez.blogspot.com/2006/11/las-comidas-rpidas-ganan-espacio-la.html>

<http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/mar/aeicr.htm>

http://www.colombiaaprende.edu.co/html/estudiantesuperior/1608/articles-218036_archivo_pdf3.pdf

TEXTOS

Michigan State University Extensión. 2003.

Moreiras O, Carvajal A, Cabrera L, Cuadrado C, 7 Edic, Tablas de composición de los alimentos.
Editorial Piramide

Publicación eltiempo.com/Sección/Otros/Fecha de publicación 3 de julio de 1995/Autor JAIME MEJIA MAZUERASubeditor Económico de EL TIEMPO/ SE CRECIÓ EL NEGOCIO DE LAS COMIDAS RÁPIDAS



LICENCIA DE USO – AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES

Actuando en nombre propio identificado (s) de la siguiente forma:

Nombre Completo ANGELICA BERNAL GANBA

Tipo de documento de identidad: C.C. T.I. C.E. Número: 52.271.945

Nombre Completo GLORIA DEL PILAR VARELA TORRES

Tipo de documento de identidad: C.C. T.I. C.E. Número: 52.383.937

Nombre Completo HAROLD ADLEY CORUJAL HIGUERA

Tipo de documento de identidad: C.C. T.I. C.E. Número: 80.726.933

Nombre Completo _____

Tipo de documento de identidad: C.C. T.I. C.E. Número: _____

El (Los) suscrito(s) en calidad de autor (es) del trabajo de tesis, monografía o trabajo de grado, documento de investigación, denominado:

PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACION DE UN RESTAURANTE
DE COMIDA RAPIDA SALUDABLE.

Dejo (dejamos) constancia que la obra contiene información confidencial, secreta o similar. SI NO
(Si marqué (marcamos) SI, en un documento adjunto explicaremos tal condición, para que la Universidad EAN mantenga restricción de acceso sobre la obra).

Por medio del presente escrito autorizo (autorizamos) a la Universidad EAN, a los usuarios de la Biblioteca de la Universidad EAN y a los usuarios de bases de datos y sitios webs con los cuales la Institución tenga convenio, a ejercer las siguientes atribuciones sobre la obra anteriormente mencionada:

- A. Conservación de los ejemplares en la Biblioteca de la Universidad EAN.
- B. Comunicación pública de la obra por cualquier medio, incluyendo Internet
- C. Reproducción bajo cualquier formato que se conozca actualmente o que se conozca en el futuro
- D. Que los ejemplares sean consultados en medio electrónico
- E. Inclusión en bases de datos o redes o sitios web con los cuales la Universidad EAN tenga convenio con las mismas facultades y limitaciones que se expresan en este documento
- F. Distribución y consulta de la obra a las entidades con las cuales la Universidad EAN tenga convenio



Con el debido respeto de los derechos patrimoniales y morales de la obra, la presente licencia se otorga a título gratuito, de conformidad con la normatividad vigente en la materia y teniendo en cuenta que la Universidad EAN busca difundir y promover la formación académica, la enseñanza y el espíritu investigativo y emprendedor.

Manifiesto (manifestamos) que la obra objeto de la presente autorización es original, el (los) suscritos es (son) el (los) autor (es) exclusivo (s), fue producto de mi (nuestro) ingenio y esfuerzo personal y la realizo (zamos) sin violar o usurpar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es de exclusiva autoría y tengo (tenemos) la titularidad sobre la misma. En vista de lo expuesto, asumo (asumimos) la total responsabilidad sobre la elaboración, presentación y contenidos de la obra, eximiendo de cualquier responsabilidad a la Universidad EAN por estos aspectos.

En constancia suscribimos el presente documento en la ciudad de Bogotá D.C.,

| | |
|--|--|
| NOMBRE COMPLETO: <u>ANCLAICA BEENA GARCIA</u> | NOMBRE COMPLETO: <u>GLORIA DEL ROSARIO VARELA TORRES</u> |
| FIRMA: <u>[Firma]</u> | FIRMA: <u>[Firma]</u> |
| DOCUMENTO DE IDENTIDAD: <u>52.271.945</u> | DOCUMENTO DE IDENTIDAD: <u>52.383.937 B7A</u> |
| FACULTAD: <u>POSTGRADOS</u> | FACULTAD: <u>POSTGRADOS</u> |
| PROGRAMA ACADÉMICO: <u>NEGOCIOS Y FINANZAS</u> | PROGRAMA ACADÉMICO: <u>NEGOCIOS Y FINANZAS</u> |

| | |
|--|-------------------------------|
| NOMBRE COMPLETO: <u>Harold Ailes Carvajal</u> | NOMBRE COMPLETO: _____ |
| FIRMA: <u>[Firma]</u> | FIRMA: _____ |
| DOCUMENTO DE IDENTIDAD: <u>80.226.933</u> | DOCUMENTO DE IDENTIDAD: _____ |
| FACULTAD: <u>Postgrados</u> | FACULTAD: _____ |
| PROGRAMA ACADÉMICO: <u>negocios y finanzas</u> | PROGRAMA ACADÉMICO: _____ |

Fecha de firma: ENERO 28 DE 2013