

# **Plan de negocio para la creación de un salón de onces colombiano en Bogotá**

Paola Andrea Urian Galeano

Directora: Johanna Carolina Suarez Guzmán

Codirectora: Luz Esperanza Ángel Torres

Facultad de Administración de empresas,

Universidad Santo Tomás

Business plan

Mayo 29, 2020, Bogotá D.C

## **Título**

Plan de negocio para la creación de un salón de onces colombiano en Bogotá

## Tabla de Contenido

<b>Capítulo I Resumen ejecutivo</b> .....	1
Justificación .....	1
Objetivos.....	2
Presentación Preliminar Del Servicio .....	2
Metodología .....	3
Futuro del sector .....	4
<b>Capitulo II Planeación estratégica</b> .....	6
Misión .....	6
Visión .....	6
Valores .....	6
Características y comportamiento del sector económico .....	7
Filosofía del negocio.....	19
<b>Capitulo III concepto del producto o servicio</b> .....	19
Presentación detallada del producto o servicio.....	19
Uso y manejo del producto o servicio .....	23
Marca.....	24
Logotipo .....	25
Slogan .....	25
<b>Capitulo IV Estudio de mercado</b> .....	26
Investigación de mercado .....	26
Análisis de la demanda .....	33
Determinación del precio.....	34
Pronóstico de ventas.....	47
<b>Capítulo V plan de mercadeo</b> .....	48
Estrategias de distribución.....	48
Estrategias de promoción .....	49
Publicidad .....	50
Fidelización .....	50
Servicio postventa .....	50
<b>Capítulo VI estudio de operación</b> .....	51
Descripción y formalización del proceso- Diagrama de flujo .....	51
Distribución de la planta .....	52
Costos de producción .....	55

Inversiones en infraestructura.....	57
Inversiones en capital de trabajo .....	62
<b>Capitulo VII estructura organizacional .....</b>	<b>63</b>
Organigrama.....	63
Perfiles del cargo .....	64
Manual de funciones.....	69
Requisitos legales del proyecto .....	74
Gastos Administrativos .....	78
Metodologías de motivación .....	78
Mecanismos de liderazgo.....	79
<b>Capitulo VIII Estudio financiero .....</b>	<b>80</b>
Presupuestos .....	80
Flujo de caja.....	81
Estados financieros .....	82
Indicadores evaluación financiera .....	85
<b>Bibliografía.....</b>	<b>93</b>

## **Ilustraciones**

<b>Ilustración 1</b> .....	20
<b>Ilustración 2</b> .....	20
<b>Ilustración 3</b> .....	20
<b>Ilustración 4</b> .....	21
<b>Ilustración 5</b> .....	21
<b>Ilustración 6</b> .....	21
<b>Ilustración 7</b> .....	22
<b>Ilustración 8</b> .....	22
<b>Ilustración 9</b> .....	22
<b>Ilustración 10</b> .....	23
<b>Ilustración 11</b> .....	25
<b>Ilustración 12</b> .....	49
<b>Ilustración 13</b> .....	51
<b>Ilustración 14</b> .....	52
<b>Ilustración 15</b> .....	53
<b>Ilustración 16</b> .....	61
<b>Ilustración 17</b> .....	63
<b>Ilustración 18</b> .....	64

## Tablas

Tabla 1.....	9
Tabla 2.....	15
Tabla 3.....	15
Tabla 4.....	16
Tabla 5.....	16
Tabla 6.....	17
Tabla 7.....	17
Tabla 8.....	18
Tabla 9.....	18
Tabla 10.....	26
Tabla 11.....	34
Tabla 12.....	35
Tabla 13.....	36
Tabla 14.....	37
Tabla 15.....	38
Tabla 16.....	39
Tabla 17.....	40
Tabla 18.....	41
Tabla 19.....	42
Tabla 20.....	43
Tabla 21.....	44
Tabla 22.....	45
Tabla 23.....	46
Tabla 24.....	47
Tabla 25.....	48
Tabla 26.....	55
Tabla 27.....	55
Tabla 28.....	55
Tabla 29.....	55
Tabla 30.....	56
Tabla 31.....	56
Tabla 32.....	57
Tabla 33.....	62
Tabla 34.....	69
Tabla 35.....	78
Tabla 36.....	80
Tabla 37.....	81
Tabla 38.....	82
Tabla 39.....	82
Tabla 40.....	83
Tabla 41.....	84
Tabla 42.....	85
Tabla 43.....	85
Tabla 44.....	86

## Tablas Graficas

Gráfica 1.....	4
Gráfica 2.....	8
Gráfica 3.....	9
Gráfica 4.....	10
Gráfica 5.....	11
Gráfica 6.....	11
Gráfica 7.....	12
Gráfica 8.....	12
Gráfica 9.....	13
Gráfica 10.....	14
Gráfica 11.....	29
Gráfica 12.....	29
Gráfica 13.....	29
Gráfica 14.....	30
Gráfica 15.....	30
Gráfica 16.....	30
Gráfica 17.....	31
Gráfica 18.....	31
Gráfica 19.....	32
Gráfica 20.....	32
Gráfica 21.....	32
Gráfica 22.....	32

## **Tabla Anexos**

<b>Anexo 1</b> .....	87
<b>Anexo 2</b> .....	88
<b>Anexo 3</b> .....	89
<b>Anexo 4</b> .....	91

## Capítulo I Resumen ejecutivo

### Justificación

Makú salón de onces busca con el desarrollo de este plan de negocio generar un impacto novedoso en un mercado competitivo con poca variedad de productos de esta manera se utilizan productos colombianos poco convencionales y desconocidos para la mayoría de las personas, como es el caso del cacao no solo catalogado como uno de los más finos del mundo (calidad y sabor), sino también sembrado como alternativa de cultivos ilícitos, brindando nuevas oportunidades a los campesinos y desmovilizados que habitan en zonas de conflicto (Bautista, 2019).

Debido a la diversidad de zonas que se encuentran en nuestro país podemos encontrar una variedad de frutas consideradas exóticas como la gulupa, zapote, uchuva, corozo, arazá entre otras, por las cuales Colombia ocupa el noveno lugar en exportaciones a nivel mundial (procolombia, 2020) ya que son apetecidas en países como Alemania, Bélgica, Inglaterra entre otros, lo que complementa y fortalece nuestra misión y visión del mercado genera una cultura de apropiación y aprovechamiento de estos productos con el fin de que el cliente objetivo conozca la trazabilidad del producto desde el proceso de siembra, recolección, procesamiento y elaboración del producto final, de esta manera Makú salón de onces busca incentivar alternativas modernas e innovadoras de consumo además de las conocidas tradicionalmente.

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Diseñar un plan de negocio para la creación de un salón de onces con el fin de exaltar los sabores de Colombia

### **Objetivos Específicos**

- Realizar un plan de mercadeo con el fin de determinar perfil del cliente, precios y acciones de marketing para el plan.
- Determinar las inversiones en infraestructura, maquinaria y personal necesarios para la puesta en marcha de la empresa por medio de un análisis operacional
- Realizar un estudio financiero para analizar la viabilidad de la compañía.
- Determinar criterios necesarios para la constitución y puesta en marcha de la compañía.

## **Presentación Preliminar Del Servicio**

Ubicado en el centro de la ciudad de Bogotá , en un ambiente moderno con toques tradicionales, Makú salón de onces se enfocará en la venta de bebidas frías(jugos, malteadas), calientes ( infusiones de frutas, chocolate), además de acompañamientos como postres, pastelería, panadería entre otros, elaborados con productos como cacao, guanábana, arazá, corozo, uchuva, entre otras frutas exóticas, provenientes de las diferentes regiones del país, que combinadas con la aplicación de técnicas de cocina clásicas y modernas conformaran una carta innovadora, con sabores locales y otros más internacionales para los distintos gustos que buscan nuevas experiencias a través de los sentidos.

Todo esto tendiente a ofrecer una opción de consumo diferente a las tradicionalmente conocidas en el mercado colombiano.

## **Metodología**

La metodología del proyecto se llevará acabo de la siguiente manera:

1. Definir los objetivos generales y específicos a tener en cuenta para el desarrollo del proyecto
2. Recolección y análisis de datos necesarios para entender la situación actual y el futuro del sector
3. Estudio y diseño de un plan organizacional que incluya los cargos, funciones, gastos y aspectos legales necesarios para la puesta en marcha de la compañía
4. Diseñar un plan operacional que incluya la distribución de la planta, costos de producción y diagramas de flujo
5. Diseñar y aplicar un estudio de mercadeo que ayude a definir el nicho al cual se enfocara el proyecto, los gustos e intereses
6. Realizar un estudio y análisis financiero determinando punto de equilibrio, estados financiero

## Futuro del sector

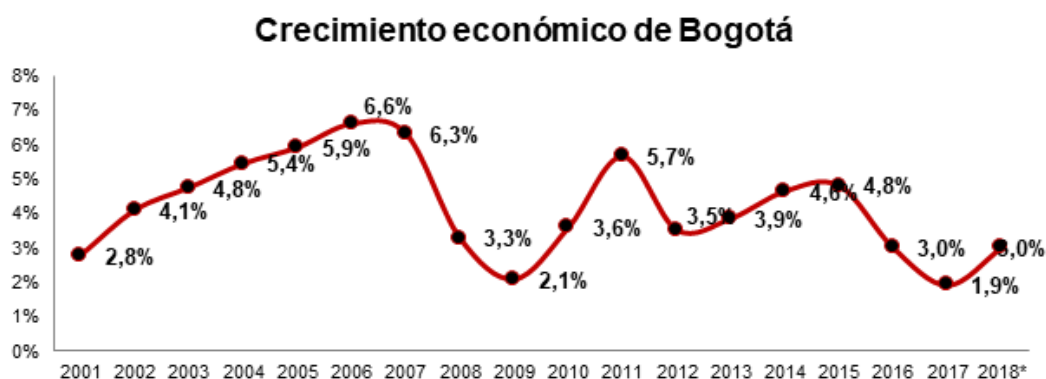
Bogotá es el principal centro de producción de alimentos y bebidas del país teniendo el 45% de las ventas de la industria adicional a que en la ciudad se encuentran 39 de las principales empresas del sector (Bogota, Invest in Bogota, 2019). Así mismo cuenta con un total de 28406 empresas registradas en el sector a 2016 distribuidas de la siguiente manera 27421 microempresas, 756 pequeñas, 162 mediana y 67 grandes empresas (Bogota, Base empresarial según tamaño y sector económico, 2019).

Según Invest in Bogotá el sector de alimentos y bebidas en Colombia tiene un alto potencial de desarrollo, se estima que tenga un crecimiento de 25% aproximadamente entre 2017 y 2022, estimando ventas anuales por más de USD 25.100 millones en 2022. Incrementando la demanda a un 5% anual.

Tras algunos años de bajo crecimiento económico (2016 y 2017) Bogotá ha tenido un repunte económico como se puede observar en la siguiente gráfica, siendo muy atractiva para futuros inversores.

### Grafica 1.

*Crecimiento económico Bogotá*



Fuente: Tomado de (Bogota, Invest in Bogota, 2019)

En 2019 la industria de alimentos y bebidas aportó el 4,2% al crecimiento del PIB nacional gracias a la renovación que ha tenido el sector ( cartas innovadoras y saludables, locales llamativos y comprometidos con el medio ambiente), impulsado por factores como la formación de calidad donde a 2019 se registra que el 25.5% de las personas toman cursos especializados en temas de servicio y alimentación buscando mejorar su desempeño laboral. Esto ha incrementado el personal ocupado en un 8,65% ( 1.5 millones de empleos), donde el 10,7% es personal temporal directo y el 7,1% es personal directo (Dane, 2019). Este es un factor importante en el cual se debe trabajar puesto que la mayor parte del personal no tiene una vinculación formal en el sector.

El segundo factor importante es la búsqueda de posicionar a Colombia como un destino de interés gastronómico aprovechando la diversidad de los productos por lo que se reconoce al país internacionalmente (frutas exóticas, café, entre otros), aunque hay mucho trabajo por delante en este factor debido a que hay que adaptar la gastronomía colombiana a modelos benéficos para la salud y para atraer a paladares extranjeros eso si sin olvidar la tradición y los productos poco conocidos. Los clúster y asociaciones han realizado un esfuerzo para promocionar a Colombia por medio de ferias, festivales, ruedas de negocios entre otros que han favorecido al sector. Por último la demanda interna del país ha cambiado la forma tradicional de consumo de los hogares por factores como que haya más mujeres inmersas en el mercado laboral generando ingresos extra para los hogares, el crecimiento de los hogares unipersonales, mejores ingresos, entre otros; hacen que las personas inviertan cada vez más en este tipo de establecimientos. (BBVA, 2019)

## Capítulo II Planeación estratégica

### Misión

Somos una empresa dedicada a la preparación de bebidas y acompañamientos elaborados a base de productos colombianos no convencionales provenientes de regiones poco concurridas, en las cuales se puede encontrar variedad de productos de alta calidad con certificación orgánica por medio de la cual se busca obtener una distinción en el mercado, asimismo buscamos atraer y sorprender los paladares más incrédulos a través de la experiencia en nuestra tienda.

### Visión

Makú salón de onces busca para el año 2024 ser una empresa destacada en Bogotá al brindar una experiencia única a través de los sabores transmitidos en cada una de las bebidas y acompañamientos disponibles en la carta, seduciendo paladares que al igual que nosotros buscan reconocer la diversidad gastronómica de las regiones colombianas a través de montajes modernos.

### Valores

- **Compromiso:** Al recuperar la identidad de colombiana y sentido de pertenencia por medio de nuestros productos, brindándoles a los consumidores productos de excelente calidad para consumir de una manera diferente.
- **Creatividad:** Buscar y desarrollar nuevas ideas y conceptos que ayuden a fortalecer y edificar nuestros servicios e imagen, originando una identidad en la marca.
- **Transparencia:** Claridad en todos nuestros procesos y servicios.

- **Respeto:** no solo en el trato con el cliente externo, sino también con el cliente interno creando un ambiente de conveniencia armónica.

## **Características y comportamiento del sector económico**

En Colombia se conocen 5 tipos de restaurantes los cuales se describen a continuación:

### **Restaurantes de servicio limitado**

Es un establecimiento donde puedes encontrar un sitio con sillas y mesas, pero debes ordenar y pagar antes de comer. (expert, 2020)

### **Restaurante de servicio completo**

Son los establecimientos que cuentan con un menú de creación propia, un lugar para poder charlar, servicio de meseros. Se consumen directamente los productos allí. (expert, 2020)

### **Autoservicio**

Este tipo de establecimiento se venden diferentes tipos de comida que se pueden consumir en él, pero allí es el mismo cliente quien hace el servicio además de pagar antes de consumir los productos. (consumoteca, 2020)

### **Puestos callejeros**

Este establecimiento es un puesto móvil que cuenta con una cocina diseñada para ese espacio, ya que este está en constante movimiento por la ciudad, tienen menú de creación propia por lo general la comida es para llevar, debido a que no cuentan con un lugar permanente. (wikipedia, 2020)

## Cafés/bares

Es un establecimiento donde por lo general se sirven bebidas alcohólicas y no alcohólicas para consumo inmediato, adicional venden postres, pasabocas, entre otros. (antonio, 2011)

Este caso pertenece al tipo de los restaurantes con servicio completo además de cafés y bares.

Los restaurantes de servicio completo han tenido un crecimiento del 4% en 2019 alcanzando los 25,5 billones de pesos, impulsado por los pequeños restaurantes, boutique, kioscos interactivos que ofrecen conceptos diferentes, atrayendo a los clientes que buscan experiencias no solo en sabores, si no además en el servicio prestado. Otro formato de éxito han sido las cenas clandestinas, donde las personas hacen la reserva 24 horas antes por redes sociales, y las personas no conocen ni la ubicación, ni el menú que se va a servir (international, Full- service restaurants in colombia, 2019).

Como se puede observar en la siguiente tabla donde se comparan las unidades vendidas de los restaurantes independientes con las cadenas de restaurantes, en los diferentes tipos de restaurantes que se encuentran en Colombia.

### Gráfica 2

ventas independientes vs cadenas de restaurantes

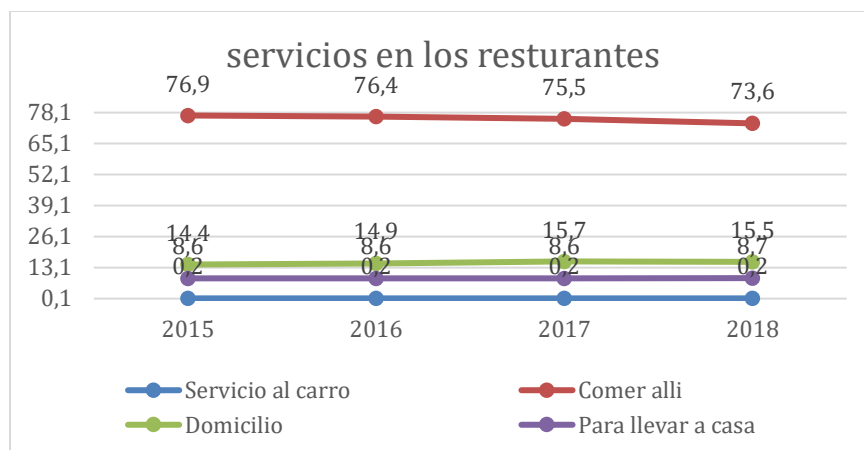


Fuente: Elaboración propia

Según datos históricos la tendencia es que los colombianos prefieran consumir los alimentos directamente en los restaurantes o pedir a domicilio, pero estos servicios tuvieron una disminución en 2018 por la desaceleración de la economía como podemos observar en la siguiente gráfica donde se observan los porcentajes de ventas en los diferentes servicios ofertados por los restaurantes. (international, Consumer foodservice Colombia, 2019)

### Gráfica 3

servicios en restaurantes



Fuente: Elaboración propia

También podemos observar que dependiendo de la especialidad del restaurante las personas compran comidas o bebidas. Como el tipo de restaurante en que el proyecto está inmerso son los cafés y bares vemos que el porcentaje de tendencia esta inclinado a la compra de bebidas.

### Tabla 1

comida vs bebida

% value analysis	Food	Drink	Total
Cafés/Bars	32.9	67.1	100.0
Full-Service Restaurants	73.4	26.6	100.0
Limited-Service Restaurants	81.8	18.2	100.0
Self-Service Cafeterias	91.0	9.0	100.0
Street Stalls/Kiosks	81.7	18.3	100.0
Consumer Foodservice	70.2	29.8	100.0

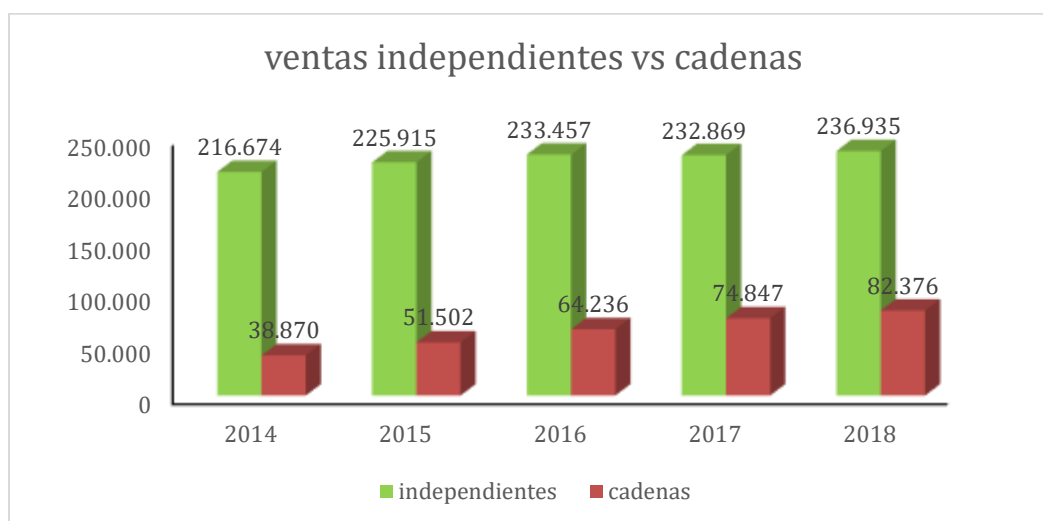
Fuente: Tomado de (international, Consumer foodservice Colombia, 2019)

Las tiendas especializadas en café y té han aumentado sus ventas al ofrecer un rango de precios más variado. Los formatos de pequeños locales especializados ubicados en zonas de alto tráfico o entornos semi cautivos (hospitales, universidades) han sido exitosos, impulsado por la innovación pasando de productos básicos a elaboraciones modernas y menús variados.

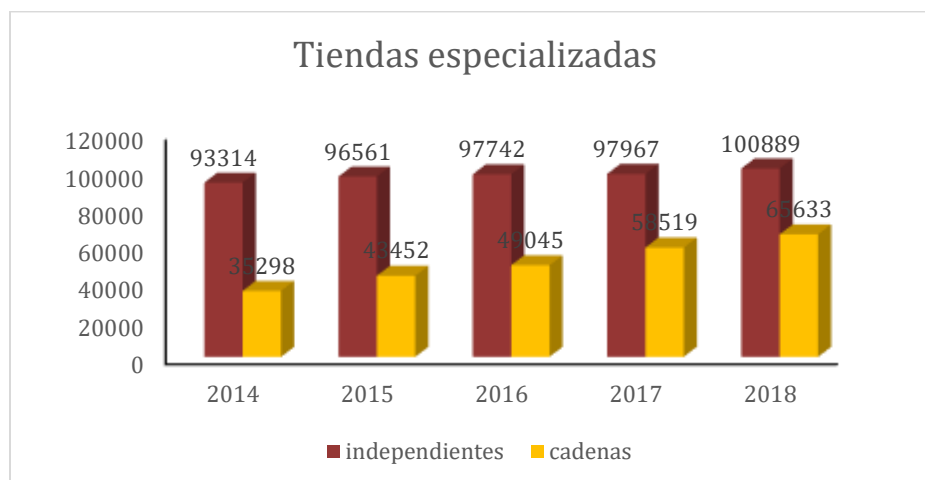
Como podemos observar en el siguiente gráfico las transacciones registradas en los cafés y restaurantes de corte independiente fueron mayores que las franquicias, así como un grafica de las tiendas especialistas en café y té donde se repite la misma tendencia (international, cafés/ bars Colombia, 2019) , esto debido a que los negocios de tipo independiente han trabajado los últimos años para atraer clientes mediante la innovación en sus cartas, experiencias y modelos innovadores (kioscos gourmet, cenas clandestinas, espacios interactivos, negocios minimalistas y boutique) las cuales han sido un éxito entre los más jóvenes. (international, Consumer foodservice Colombia, 2019)

#### Gráfica 4

*Independientes vs cadenas*

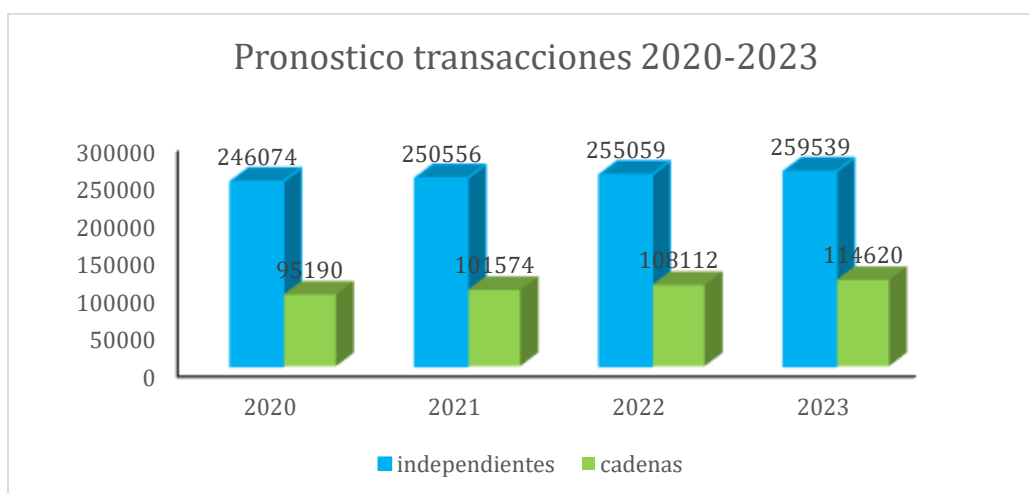


*Fuente: Elaboración propia*

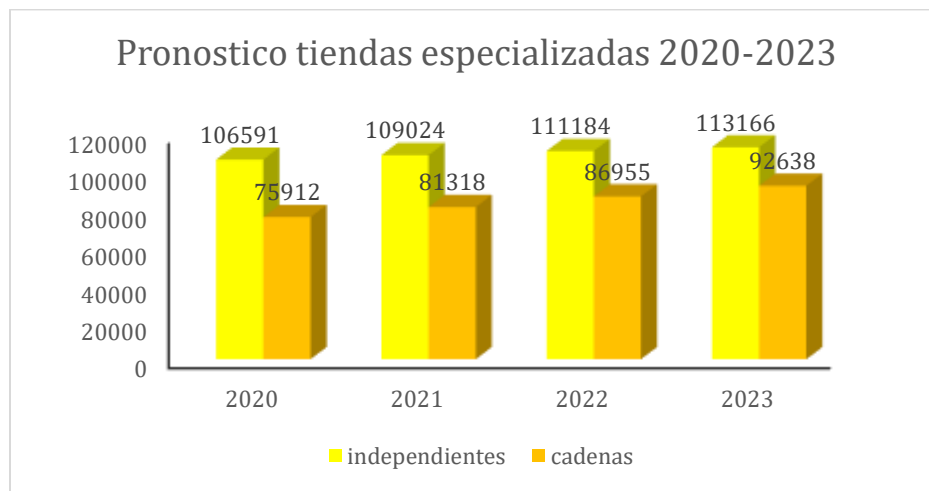
**Gráfica 5***Tiendas especializadas independientes vs cadenas*

Fuente: Elaboración propia

El pronóstico para los siguientes años es positivo observando que la mayor parte de las ventas pronosticadas son de los negocios de corte independiente, además como se observaron en graficas anteriores los cafés de tipo especializado no sufrieron con la desaceleración económica de 2018, por lo cual sigue la tendencia de crecimiento positivo, como se puede observar en la siguientes graficas.

**Gráfica 6***Pronostico transacciones 2020-2023*

Fuente: Elaboración propia

**Gráfica 7***Pronostico tiendas especializadas 2020-2023*

Fuente: Elaboración propia

**Consumo bebidas Calientes en Colombia**

Según el Portal Euromonitor Internacional el consumo de bebidas calientes ha tenido un crecimiento debido a que las empresas se enfocan en productos que sean buenos para la salud (adición de vitaminas y minerales) y amigables con el medio ambiente atrayendo a consumidores que optan por estilos de vida saludables. Como se puede observar en la siguiente grafica que muestra las ventas históricas.

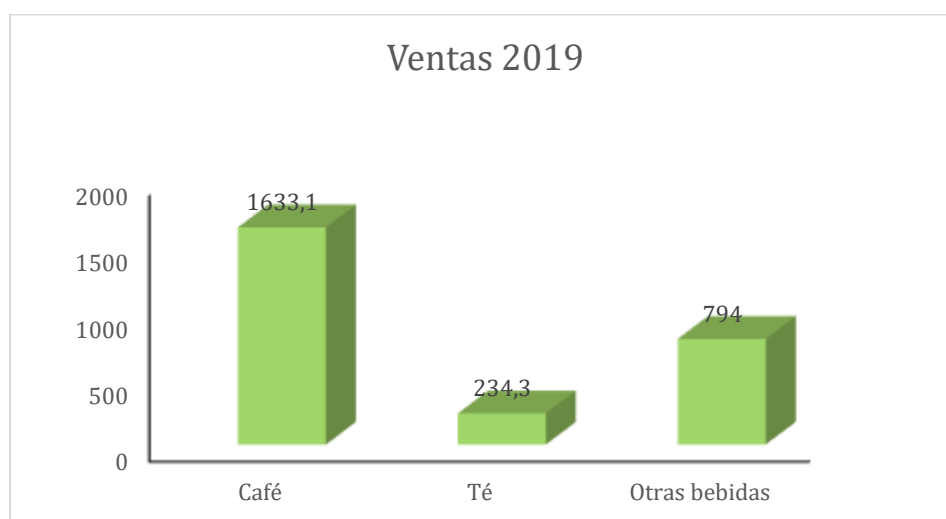
**Gráfica 8***histórico ventas bebidas calientes*

Fuente: Elaboración propia

La bebida caliente que más se vende en Colombia es el café 1633,1 billones de pesos, seguida de otras bebidas calientes(a base de chocolate, malta, saborizadas, a base de hierbas) con ventas de 794,0 billones de pesos y por último se encuentra el té 234,3 billones de pesos como se observa en la siguiente ilustración.

### Gráfica 9

ventas 2019 por billones de pesos



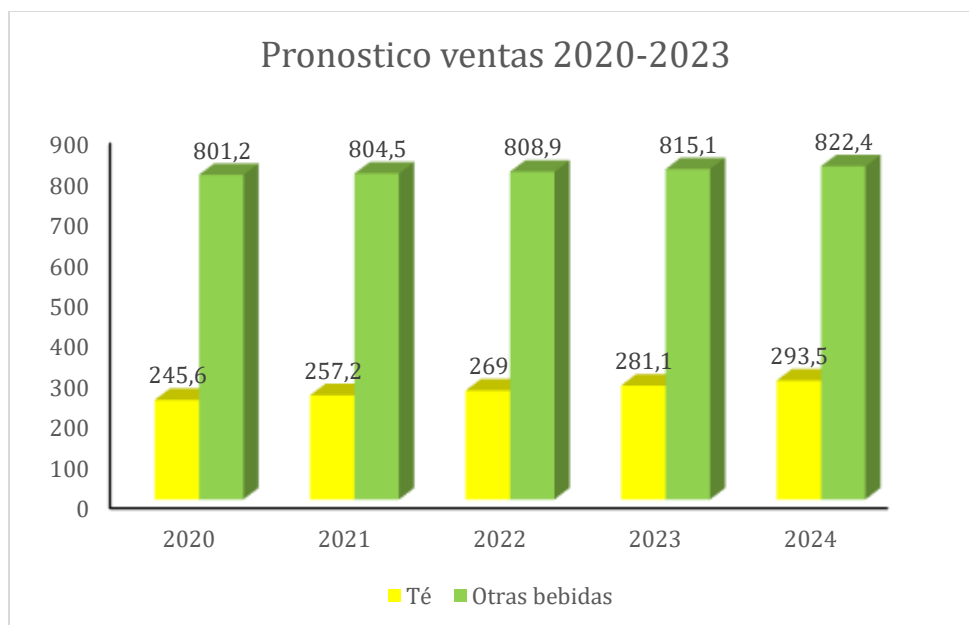
Fuente: Elaboración propia

El café los colombianos lo prefieren de tipo fresco y no de tipo instantáneo, el té de tipo frutal tuvo ventas por 116,4 billones de pesos siendo el preferido sobre el té verde, negro y las presentaciones instantáneas. En el segmento de otras bebidas las bebidas saborizadas son las líderes con 771,2 billones de ventas, seguidas por las bebidas calientes a base de plantas como las aromáticas con ventas mucho menores tan solo 22,7 billones de pesos. (International, Bebidas calientes en Colombia - DATAGRAPHICS, 2019)

Según estadísticas de Euromonitor International se pronostica que las ventas de estas bebidas tendrán un aumento en los próximos años como el té que pasa en 2019 de 234,3 billones de pesos a 293,5 billones pesos en 2024. Y el segmento de otras bebidas calientes pasando de 794,0 billones de pesos a 822,4 billones de pesos como se observa en la siguiente grafica

### Gráfica 10

Pronóstico de ventas bebidas calientes 2020-2023



Fuente: tomado de (International, other hot drinks in Colombia, 2019)

### Competencia Directa

Makú salón de onces cuenta con una con competencia directa en la ciudad de Bogotá, pero cada uno se especializa en un público y productos diferentes como podemos ver a continuación.

Tabla 2

Soca

<b>COMPETIDOR</b>	Soca	<b>UBICACIÓN:</b>	Calle 28 # 13a -24		
<b>CATÁLOGO</b>	<b>HORARIO</b>		<b>REDES</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Bebidas calientes café latte, café con licor, aromáticas, té, tinto, expressos, chocolate</li> <li>❖ Bebidas frías como granizados de café, de frutas, jugos, agua</li> <li>❖ Pastelería como tortas choclo, chocolate, pasteles, croissant, biscotti, sándwich</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Lunes a viernes de 7:00 am a 8:00 pm y sábados de 8:00am a 5:00pm</li> </ul> <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="text-align: center;"><b>Precio</b></td> </tr> <tr> <td> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Pastelería desde \$2000 a \$5500</li> <li>● Bebidas calientes desde \$3500 a \$8500</li> <li>● Bebidas frías desde \$3500 a \$8000</li> </ul> </td> </tr> </table>		<b>Precio</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Pastelería desde \$2000 a \$5500</li> <li>● Bebidas calientes desde \$3500 a \$8500</li> <li>● Bebidas frías desde \$3500 a \$8000</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ @cafesoca en instagram con 2831 seguidores.</li> <li>❖ Soca en facebook con 5553 seguidores.</li> </ul>
<b>Precio</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Pastelería desde \$2000 a \$5500</li> <li>● Bebidas calientes desde \$3500 a \$8500</li> <li>● Bebidas frías desde \$3500 a \$8000</li> </ul>					
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Tienda especializada de café del huila, ha recibido premios como mejor propuesta de café, el local tiene varias mesas y sofás y decoración del huila, brindando un ambiente acogedor, para la preparación del café utilizan diferentes métodos de filtrado; presentación de los platos excelente igual que la atención al cliente.				

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 3

wisdom coffee

<b>COMPETIDOR</b>	Wisdom coffee	<b>UBICACIÓN:</b>	Cr 13# 28-17		
<b>CATÁLOGO</b>	<b>HORARIO</b>		<b>PÁGINA WEB</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Bebidas calientes como cappuccino, te chai, americano, tinto campesino, chocolate, aromáticas, entre otros</li> <li>❖ Pastelería como pasteles, galletas, tortas, croissant</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Lunes a miércoles de 9:00am a 6:00 pm y jueves a viernes de 9:00am a 7:00 pm</li> </ul> <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="text-align: center;"><b>Precio</b></td> </tr> <tr> <td> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Bebidas calientes desde \$2900 a \$7000</li> <li>● Pastelería desde \$1100 a 6700</li> </ul> </td> </tr> </table>		<b>Precio</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Bebidas calientes desde \$2900 a \$7000</li> <li>● Pastelería desde \$1100 a 6700</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ @wisdomcoffee en instagram con 191 seguidores.</li> <li>❖ Wisdom coffee en facebook con 338 seguidores.</li> </ul>
<b>Precio</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Bebidas calientes desde \$2900 a \$7000</li> <li>● Pastelería desde \$1100 a 6700</li> </ul>					
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Tienda especializada en café, es pequeña pero acogedora, se encuentran variedad de preparaciones de café elaboradas por distintos métodos como chemex, buen servicio al cliente				

Fuente: Elaboración Propia

**Tabla 4**  
*Capof café*

<b>NOMBRE:</b>	Capof café	<b>UBICACIÓN:</b>	CII 31 # 6 -80	
<b>MENÚ</b>		<b>HORARIO</b>		<b>REDES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Variedad de cafés expresos, americano, latte, preparados mediante diferentes métodos como sifón, jarra chemex, aeropress, entre otras.</li> <li>❖ Infusiones de té, chocolate, malteadas</li> <li>❖ Pastelería como croissant, pastel de pollo, empanadas, galletas, tortas, muffins</li> <li>❖ Desayunos, sándwich</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Lunes a viernes de 7:00am a 8:00pm, sábados de 11:00am a 7:00pm</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Página web <a href="http://www.capotcafe.com">www.capotcafe.com</a></li> <li>❖ Capot café en facebook con 2412 seguidores.</li> </ul>
		<p><b>PRECIO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Cafés desde \$3400 a \$9000</li> <li>● Otras bebidas calientes desde \$660</li> <li>● Bebidas frías desde \$3800 a \$9200</li> <li>● Pastelería desde \$2400 a 8000</li> <li>● Desayunos desde \$10000 a 11200</li> <li>● Sándwich desde \$15000 a \$18000</li> </ul>		
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<p>Es una empresa fundada en 2011 dedicada a la preparación de café por métodos no tradicionales, además de realizar capacitaciones no solo a nivel de preparación, sino de toda la cadena productiva.</p> <p>Tiene un buen servicio al cliente, un ambiente acogedor, excelente presentación de los productos</p>			

Fuente: Elaboración Propia

**Tabla 5**  
*Kaffa café*

<b>COMPETIDOR</b>	Kaffa café	<b>UBICACIÓN:</b>	Cra 13 # 27-50	
<b>CATÁLOGO</b>		<b>HORARIO</b>		<b>REDES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Bebidas calientes tinto, cappuccino, latte, chocolate, milo, té, café con licor, entre otros</li> <li>❖ Bebidas frías como gaseosa, agua, yogurt, té, jugos</li> <li>❖ Pastelería como, pastel de pollo, carne, gloria, queso, pandebono, mantecadas</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Lunes a jueves de 6:00am a 7:00pm, viernes de 6:00am a 8:00pm, sábado 8:00am a 5:00pm</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ No cuenta con redes sociales, ni página web</li> </ul>
		<p><b>PRECIO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Bebidas calientes desde \$2500 a \$5500</li> <li>● Bebidas frías desde \$2500 a \$4100</li> <li>● Pastelería desde \$2500 a \$4500</li> </ul>		
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<p>Es un pequeño local, allí se ofrecen preparaciones tradicionales, sin nada adicional o moderno como en otros locales, el servicio es bueno, cuentan con servicio de wifi</p>			

Fuente: Elaboración Propia

**Tabla 6**

OMA

<b>NOMBRE:</b>	OMA	<b>UBICACIÓN:</b>	Cra 13 # 27 -00		
<b>MENÚ</b>		<b>HORARIO</b>	<b>REDES</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Desayunos como huevos, fruta</li> <li>❖ Empanadas, ensaladas, sándwich, cremas</li> <li>❖ Pastelería como croissant, tortas, pies, galletas, pásteles</li> <li>❖ Bebidas calientes como tinto, latte, cappuccino, aromáticas, café con licor, chocolate, bebidas achocolatadas, té</li> <li>❖ Bebidas frías como granizados, limonadas, jugos, malteadas, té, gaseosa, agua</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Lunes a viernes de 7:00am a 10:00pm, sábados 9:00 a 7:30 pm</li> </ul> <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="text-align: center;"><b>PRECIO</b></td> </tr> <tr> <td> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Bebidas calientes desde \$3700 a \$9000</li> <li>● Bebidas frías desde \$4200 a \$9300</li> <li>● Pastelería desde \$4100 a 8900</li> <li>● Cremas desde \$11300 a \$13900</li> <li>● Sándwich desde \$4200 a \$6200</li> </ul> </td> </tr> </table>	<b>PRECIO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Bebidas calientes desde \$3700 a \$9000</li> <li>● Bebidas frías desde \$4200 a \$9300</li> <li>● Pastelería desde \$4100 a 8900</li> <li>● Cremas desde \$11300 a \$13900</li> <li>● Sándwich desde \$4200 a \$6200</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Página web <a href="http://www.cafeoma.com/">http://www.cafeoma.com/</a></li> <li>❖ Oma café restaurante en facebook con 173256 seguidores.</li> <li>❖ Cafeomacol en instagram con 12K seguidores</li> </ul>
<b>PRECIO</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Bebidas calientes desde \$3700 a \$9000</li> <li>● Bebidas frías desde \$4200 a \$9300</li> <li>● Pastelería desde \$4100 a 8900</li> <li>● Cremas desde \$11300 a \$13900</li> <li>● Sándwich desde \$4200 a \$6200</li> </ul>					
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Es una empresa que se encuentra en varias partes del país, de hecho, en la zona se encuentran 4 locales con conceptos diferentes, todos son muy limpios y con buen servicio al cliente hay variedad de pastelería fresca y deliciosa, algunos precios son elevados , el servicio es rápido, tiene una buena presentación del producto.				

Fuente: Elaboración Propia

**Competencia indirecta****Tabla 7**

Panadería el cometa

<b>NOMBRE:</b>	Panadería el cometa	<b>UBICACIÓN:</b>	Cra 13 # 18- 17		
<b>MENÚ</b>		<b>HORARIO</b>	<b>REDES</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Bebidas calientes como chocolate, café late, milo, aromática de frutas, té, aguapanela, tinto</li> <li>❖ Bebidas frías como té, kumis, masato, agua, gaseosa, avena, jugos</li> <li>❖ Pastelería como milhojas, tortas, sándwich, croissant, buñuelos, roscón, entre otros</li> <li>❖ Pizza y calentados</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Lunes a domingo de 7:00am a 7:00pm</li> </ul> <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="text-align: center;"><b>PRECIO</b></td> </tr> <tr> <td> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Bebidas calientes desde \$2500 a \$4600</li> <li>● Bebidas frías desde \$2600 a \$5400</li> <li>● Pastelería desde \$4200 a \$13200</li> <li>● Pizza desde \$5200 a \$6200</li> <li>● Calentados desde \$5200 a \$6100</li> </ul> </td> </tr> </table>	<b>PRECIO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Bebidas calientes desde \$2500 a \$4600</li> <li>● Bebidas frías desde \$2600 a \$5400</li> <li>● Pastelería desde \$4200 a \$13200</li> <li>● Pizza desde \$5200 a \$6200</li> <li>● Calentados desde \$5200 a \$6100</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Página web <a href="http://www.elcometa.com.co">http://www.elcometa.com.co</a></li> <li>❖ Panadería el cometa en facebook con 1116 seguidores.</li> <li>❖ Panadería el cometa en instagram con 886 seguidores</li> </ul>
<b>PRECIO</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Bebidas calientes desde \$2500 a \$4600</li> <li>● Bebidas frías desde \$2600 a \$5400</li> <li>● Pastelería desde \$4200 a \$13200</li> <li>● Pizza desde \$5200 a \$6200</li> <li>● Calentados desde \$5200 a \$6100</li> </ul>					
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Es una empresa que se dedica a la fabricación, distribución y comercialización de productos de panadería y pastelería con más de 40 años de experiencia en el mercado, productos frescos , hay que mejorar un poco la atención al cliente, el local es muy limpio.				

Fuente: Elaboración Propia

**Tabla 8**  
Pandeboneros

<b>COMPETIDOR</b>	Pandeboneros	<b>UBICACIÓN:</b>	Cll 31 #6-37		
<b>CATÁLOGO</b>	<b>HORARIO</b>		<b>REDES</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Panadería y pastelería como pandebonos, pan de yuca, pan de queso, empanadas, tortas</li> <li>❖ Bebidas frías como avena, milo, jugos, kumis</li> <li>❖ Bebidas calientes café, té chai, milo, aromática</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Lunes a viernes de 5:30am a 4:30pm</li> </ul> <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="text-align: center;"><b>Precio</b></td> </tr> <tr> <td> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Pastelería desde \$2000 a \$3100</li> <li>● Bebidas frías desde \$2000 a \$3500</li> <li>● Bebidas calientes desde \$2200 a \$3900</li> </ul> </td> </tr> </table>		<b>Precio</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Pastelería desde \$2000 a \$3100</li> <li>● Bebidas frías desde \$2000 a \$3500</li> <li>● Bebidas calientes desde \$2200 a \$3900</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ No tienen redes sociales, ni página web</li> </ul>
<b>Precio</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Pastelería desde \$2000 a \$3100</li> <li>● Bebidas frías desde \$2000 a \$3500</li> <li>● Bebidas calientes desde \$2200 a \$3900</li> </ul>					
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Es un pequeño lugar que no cuenta con muchas mesas y un menú no muy variado y especializado, pero los productos son deliciosos y de un precio asequible, la atención es buena, la presentación de los productos y el lugar también.				

Fuente: Elaboración Propia

**Tabla 9**

Pan pa ya

<b>COMPETIDOR</b>	Pan pa ya	<b>UBICACIÓN:</b>	Cra 13# 26-74		
<b>CATÁLOGO</b>	<b>HORARIO</b>		<b>REDES</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Cuentan con productos como: desayunos, almuerzos, pizza, bebidas frías y calientes, pastelería</li> <li>❖ Desayunos como huevos, changua, caldo, tamal, calentados</li> <li>❖ Almuerzos como lasaña, pastas, ensaladas</li> <li>❖ Bebidas calientes como diferentes preparaciones de café, chocolate, té, milo, agua de panela</li> <li>❖ Bebidas frías frappés, jugos</li> <li>❖ Pastelería como galletas, croissant, tortas, buñuelos, pasteles, almojábanas, entre otros</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Lunes a sábado de 7:00am a 9:00pm</li> </ul> <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="text-align: center;"><b>Precio</b></td> </tr> <tr> <td> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Desayunos desde \$8900 a \$15.500</li> <li>● Almuerzos desde \$9900 a \$15900</li> <li>● Bebidas calientes desde \$2500 a \$5700</li> <li>● Bebidas frías \$3200 a \$8500</li> <li>● Pastelería desde \$1900 a \$3900</li> </ul> </td> </tr> </table>		<b>Precio</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Desayunos desde \$8900 a \$15.500</li> <li>● Almuerzos desde \$9900 a \$15900</li> <li>● Bebidas calientes desde \$2500 a \$5700</li> <li>● Bebidas frías \$3200 a \$8500</li> <li>● Pastelería desde \$1900 a \$3900</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ página web <a href="https://panpaya.com.co/">https://panpaya.com.co/</a></li> <li>❖ @panpayacol en instagram con 3576 seguidores.</li> <li>❖ ¡Pan pá ya! página oficial en facebook con 61633 seguidores.</li> </ul>
<b>Precio</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Desayunos desde \$8900 a \$15.500</li> <li>● Almuerzos desde \$9900 a \$15900</li> <li>● Bebidas calientes desde \$2500 a \$5700</li> <li>● Bebidas frías \$3200 a \$8500</li> <li>● Pastelería desde \$1900 a \$3900</li> </ul>					
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Es una reconocida cadena de cafés que lleva más de 10 años en el país, tienen una variada carta de productos, el local es grande, muy buen servicio al cliente, se encuentran productos frescos y listos para consumo				

Fuente: Elaboración Propia

## **Filosofía del negocio**

Makú salón de onces es una empresa que promueve el consumo productos orgánicos colombianos de manera innovadora, trabajando conjuntamente con proveedores certificados, que a su vez incentivan el trabajo de los pequeños productores , buscando atraer día a día a más personas que crean en nuestra marca, productos y talento humano de calidad.

Todo esto basado en nuestra misión y valores que describen nuestra empresa a la perfección.

## **Capitulo III Concepto del producto o servicio**

### **Presentación detallada del producto o servicio**

Makú salón de onces se especializará en ofrecer bebidas calientes ( chocolate, infusiones) y frías (malteadas, jugos) además de postres ( chessecake, mouse, torta, pie) y pastelería ( pasteles, amasijos) elaborados con ingredientes 100% colombianos, los cuales son pocos usados en nuestras cocinas, pero tienen gran cantidad de componentes benéficos para la salud como se describe a continuación.

### **Cacao**

Se cultiva en los departamentos de Antioquia, Tolima, Caquetá, Cundinamarca, Cesar, Huila, Nariño, Meta, Santander. Contiene antioxidantes, ácido oleico,

Flavonoides, triptófano, feniletilamina, que ayuda al sistema cerebral, al estado de ánimo además de la producción de endorfinas. (plus, s.f.)

**Ilustración 1**

*Cacao*



Fuente: tomado de (S.A.S, 2017)

**Copoazú**

Se cultiva en departamentos como Amazonas, Caquetá, Putumayo y Vaupés.

Contiene vitamina c, B3, hierro, fosforo, calcio y antioxidantes. Lo que contribuye a la protección del sistema cardiovascular además de sus propiedades antiinflamatorias.

(Quintero, 2020)

**Ilustración 2**

*Copoazú*



Fuente: tomado de (Quintero, 2020)

**Asai**

Se produce en el amazonas. Contiene fibra, fitoesteroles, grasas monoinsaturadas, flavonoides, proteína, vitamina A,B y C, omega 3, 6, y 9. Que favorece el sistema inmune, al sistema digestivo y al sistema cardiovascular (Castejón, 2019)

**Ilustración 3**

*Asai*



Fuente: tomado de (Castejón, 2019)

**Gulupa**

Se produce en departamentos como Huila, Santander, Tolima, Antioquia, Cauca, Cundinamarca, Boyacá. Contiene proteínas, carbohidratos, antioxidantes, grasas, calcio,

fósforo, hierro, fibra y en vitaminas A, B y C. Lo que contribuye al sistema cardiovascular, reduce los niveles de estrés, además de sus propiedades analgésicas y antiinflamatorias. (exotics, s.f.)

**Ilustración 4**  
*Gulupa*



Fuente: tomado de (exotics, s.f.)

## **Mango**

Se produce en gran parte del país como Bolívar, Antioquia, Atlántico, Cesar, Córdoba, Cundinamarca, Magdalena, Sucre, Tolima. Contiene vitaminas A,E,C, magnesio, potasio, betacaroteno, ácido tartárico y málico. Lo que contribuye a la piel, a la sangre, al sistema inmunitario, músculos y huesos. (Cuerpamente, s.f.)

**Ilustración 5**  
*Mango*



Fuente: tomado de (venevisión, 2019)

## **Corozo**

Se produce Antioquia. Contiene vitamina A,E,C, magnesio, hierro y calcio antocianinas. Lo que contribuye a la protección del sistema cardiovascular, regula el sistema digestivo, la regeneración del colágeno, huesos. (pasión, 2019)

**Ilustración 6**  
*Corozo*



Fuente: tomado de (pasión, 2019)

## **Camu camu**

Se produce en el Amazonas, contiene vitamina C, bioflavonoides, serina, la valina y la leucina, manganeso, cobre, el hierro y el calcio, antioxidantes. Lo que contribuye a el

fortalecimiento de las defensas, protege el hígado, previene la degeneración macular.

(Zaplana, 2017)

**Ilustración 7**

*Camu camu*



Fuente: tomado de (Silva, 2019)

**Arazá**

Se produce en el Amazonas, putumayo, Caquetá y el Guaviare. Contiene aminoácidos, vitaminas A, B1 y C, potasio, magnesio, calcio, fosforo. Es antitumoral, antialérgico y antiinflamatorio, previene enfermedades degenerativas, purifica la sangre, limpia el hígado, reduce los cólicos entre otros beneficios. (Cartay, 2020)

**Ilustración 8**

*Arazá*



Fuente: tomado de (Cartay, 2020)

**Guanábana**

Se produce en Antioquia, Boyacá, Caldas, Huila, Meta, Risaralda, Santander, Tolima, Valle del cauca. Contiene vitamina c, hierro, fosforo, magnesio, sodio, potasio.

Contribuye al sistema cardiovascular, al mejoramiento de la diabetes, asma, tumores, desordenes del hígado. (Martinez, 2013)04

**Ilustración 9**

*Guanábana*



Fuente: tomado de (Martinez, 2013)

## Uso y manejo del producto o servicio

Como se habló anteriormente Makú ofrecerá bebidas y Frías y calientes además de postres y Pastelería. Se puede observar en la siguiente ilustración el menú completo que ofrecerá el salón de onces, donde se incluye la descripción de cada uno de los productos.

### Ilustración 10

#### Carta Makú



### BEBIDAS CALIENTES

<b>TRADICIÓN SANTA FERENA</b>	-----	4.600
Chocolate con toques de canela y clavos		
<b>COCUY</b>	-----	5.500
Chocolate caliente con marshmellow		
<b>PASIÓN CARAMELO</b>	-----	5.900
Chocolate caliente con aroma de caramelo y trozos de almendras caramelizadas		
<b>SABER EMBERA</b>	-----	3.100
Chocolate caliente levemente picante con crema chantilly y perlas de chocolate		
<b>SIERRA NEVADA</b>	-----	3.600
Chocolate caliente con crema chantilly, perlas y salsa de chocolate		
<b>INFUSIÓN FRUTOS DE VERANO</b>	-----	3.500
Mezcla de calendula, hojas de mora, cáscara de naranja, piña y mango		
<b>INFUSIÓN FRUTOS DEL BOSQUE</b>	-----	
Mezcla de yerbabuena, menta con trozos de manzana, fresa y camu camu		
<b>INFUSIÓN FIESTA TROPICAL</b>	-----	
Mezcla de albahaca y manzanilla con trozos de piña, naranja, uchuva y arazá		

### BEBIDAS FRÍAS

<b>COCO- LOCO</b>	-----	4.000	
Chocolate con aroma de coco, crema de coco y virutas de chocolate			
<b>EXPERIENCIA ROSA</b>	-----	4.800	
Chocolate con fresa, acompañado de chantilly			
<b>HAPPY MANGO</b>	-----	3.300	
Chocolate con mango			
<b>CHOCO BLUE</b>	-----	6.200	
Chocolate con arándanos, acompañado con chantilly y chips de chocolate			
<b>CHOCO BARÍ</b>	-----	5.800	
Chocolate saborizada con crema irlandesa, chantilly y chips de chocolate			
<b>MALTEADAS</b>	-----	6.700	
Camu- camu, Asai, Corozo, Gulupa, Guanabana, Arazá, Copoazú,			
<b>JUGOS</b>	-----		
Camu- camu, Asai, Corozo, Gulupa, Guanabana, Arazá, Copoazú, maracuya, mango,			
	<b>AGUA</b>	<b>LECHE</b>	
	5.800	6.200	

## POSTRES

TORTA AMAPOLA	-----	3100
CHEESECAKE GULUPA	-----	6100
MOUSSE MANGO	-----	9200
PIE CAMU- CAMU	-----	6500

## PASTELERÍA

PASTEL POLLO	-----	2500
PASTEL BOCADILLO QUESO	-----	2500
PASTEL CARNE	-----	2500
PASTEL TROPICAL	-----	2500
CROISSANT	-----	2100
PALITO DE QUESO	-----	2000
PANDEBONO	-----	2000
ALMOJÁBANA	-----	2200
PAN DE YUCA	-----	2000



Fuente: Elaboración propia

## Marca

El salón de onces tendrá por marca Makú, debido que es el nombre de varias tribus indígenas que habitan en los lugares donde se origina gran parte de la materia prima (Vaupés, Caquetá, Guaviare, Amazonas) con la que se elaboran nuestros productos

## Logotipo

*Ilustración 11*  
*Logo de Makú*



Fuente: Elaboración propia

Makú salón de onces en su logo quiere representar el origen de nuestros sabores y saberes que comenzaron con nuestros indígenas y fueron transmitidos con el pasar del tiempo. Con los colores amarillo que representa nuestra calidez y amabilidad hacia nuestros clientes y equipo de trabajo, el rojo representa la pasión que tenemos por lo nuestro, verde la frescura y lo natural de nuestros productos y café nuestra tierra además de también representar los tonos de algunos de los frutos de nuestro país.

## Slogan

“Del trópico a su mesa”

## Capítulo IV Estudio de mercado

### Investigación de mercado

#### Segmentación de la población

Para el análisis de mercadeo del proyecto, se realizarán encuestas a personas de la ciudad de Bogotá que cuenta con un total de 7.181.469 personas según el último censo del DANE. Que estudien, trabajen o vivan en la localidad de Santa Fe (95.201 personas a 2017 según la secretaria distrital de planeación), entre 25 a 60 años 48.998 personas a 2017 como se puede observar en las siguientes gráficas.

**Tabla 10**  
Grupos de edad

GRUPOS DE EDAD	2016			2017		
	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres
0-4	5.455	2.796	2.659	5.266	2.700	2.566
5-9	6.120	3.119	3.001	5.909	3.013	2.896
10-14	6.565	3.364	3.201	6.347	3.253	3.094
15-19	7.371	3.703	3.668	7.185	3.611	3.574
20-24	8.528	4.296	4.232	8.242	4.154	4.088
25-29	8.633	4.389	4.244	8.452	4.301	4.151
30-34	8.324	4.230	4.094	8.164	4.153	4.011
35-39	7.597	3.798	3.799	7.556	3.782	3.774
40-44	6.550	3.275	3.275	6.524	3.265	3.259
45-49	6.857	3.401	3.456	6.631	3.290	3.341
50-54	6.242	3.088	3.154	6.260	3.099	3.161
55-59	5.337	2.593	2.744	5.411	2.631	2.780
60-64	4.901	2.290	2.611	4.957	2.318	2.639
65-69	3.096	1.392	1.704	3.197	1.439	1.758
70-74	2.106	942	1.164	2.198	984	1.214
75-79	1.477	630	847	1.503	642	861
80-84	861	356	505	872	361	511
85-89	351	119	232	357	121	236
90-94	126	41	85	130	43	87
95-99	35	10	25	38	11	27
100-	2	1	1	2	1	1
<b>TOTAL</b>	<b>96.834</b>	<b>47.833</b>	<b>48.701</b>	<b>95.201</b>	<b>47.172</b>	<b>48.029</b>

Grupo poblacional	TOTAL
Primera Infancia (0 a 5 años)	5.266
Infancia (6 a 12 años)	12.256
Adolescencia (13 a 17 años)	7.185
Jóvenes (18 a 24 años)	8.242
<b>Adultos (25 a 59 años)</b>	<b>48.998</b>
Adulto Mayor (60 años y más)	13.254
<b>TOTAL</b>	<b>95.201</b>

Fuente: secretaria distrital de planeación

Para el cálculo de la muestra se utilizó un nivel de confianza del 95% con un margen de error del 5%, con un tamaño de población 48.998 personas obteniendo los siguientes resultados:

**n:** Tamaño de la muestra

**Z:** Nivel de confianza deseado

**p:** Proporción de la población con la característica deseada

**q:** Proporción de la población sin la característica deseada

**e:** Nivel de error

**N:** Tamaño de la población

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

Para el proyecto se tomará una muestra de 382 personas

### **Formato encuesta**

Soy estudiante de la universidad Santo Tomas, interesada en realizar un estudio de mercado para la creación de un salón de onces colombiano en la ciudad de Bogotá ¿sería tan amable de contestar las siguientes preguntas?

1. **¿Con que frecuencia en la semana consume bebidas como chocolate, infusiones malteadas y jugos?**
  - A. 1 una vez
  - B. de 2 a 3 veces
  - C. de 4 a 5 veces
  - D. todos los días
  
2. **¿Con que frecuencia consume este tipo de bebidas fuera de casa?**
  - A. 1 vez por semana
  - B. 2 a 3 veces por semana
  - C. 4 a 5 veces por semana
  - D. Todos los días
  
3. **¿Con qué frecuencia en la semana acompaña su bebida con productos de panadería o Pastelería?**
  - A. 1 vez por semana
  - B. 2 a 3 veces por semana
  - C. 4 a 5 veces por semana
  - D. Todos los días
  
4. **¿Qué tipo de acompañamiento suele comprar?**
  - A. Tortas
  - B. Pastelería
  - C. Productos de panadería

5. Cuando usted visita un lugar ¿Qué es lo que más valora? Por favor ordene (1 siendo uno el más bajo y 3 el más alto) de acuerdo con su interés.

	1	2	3
Instalaciones			
Servicio			
Precio			
Ambiente y música			
limpieza			
Menú			
Innovación			

6. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por una bebida caliente o fría?

- A. Entre \$ 2000 y \$ 4000 pesos
- B. Entre \$ 5000 y \$ 7000 pesos
- C. Entre \$ 8000 y \$ 10000 pesos
- D. Más de \$10000 pesos

7. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por un acompañamiento?

- A. Entre \$ 2000 y \$ 4000 pesos
- B. Entre \$ 5000 y \$ 7000 pesos
- C. Entre \$ 8000 y \$ 10000 pesos
- D. Más de \$10000 pesos

8. ¿De uno 1 a 5 que tanto influye las promociones que ofrecen este tipo de establecimientos siendo 1 muy bajo y 5 muy alto?



9. ¿Qué atributos de un lugar lo atraen para volver a consumir de nuevo allí?

Experiencia	
Instalaciones	
Servicio	
Precio	
Ambiente	
limpieza	
Menú	
Innovación	
Calidad	
Variedad de productos	

10. En que rango de edad se encuentra

- A. 25 años a 35 años
- B. 36 años a 45 años
- C. 46 años a 55 años
- D. 56 años en adelante

### 11. A que estrato socio económico pertenece

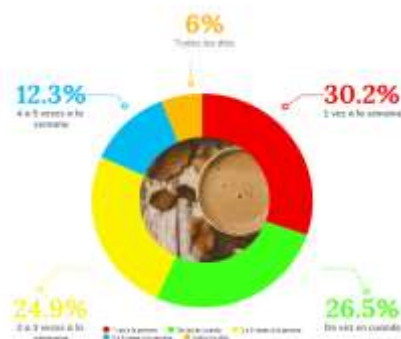
- A. 1
- B. 2
- C. 3
- D. 4
- E. 5
- F. 6

### 12. En que rango salarial se encuentra

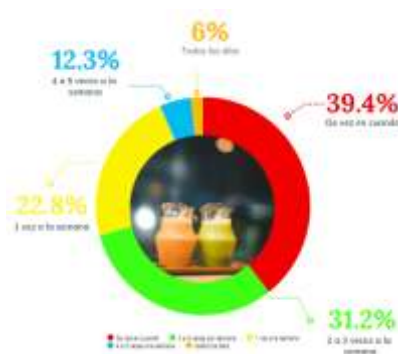
- A. \$781.242 - \$1.500.000
- B. \$1.600.000 - \$2.500.000
- C. \$2.600.000 - \$3.500.000
- D. \$3.600.000 - \$4.500.000
- E. más de \$5.000.000

## Resultados encuestas

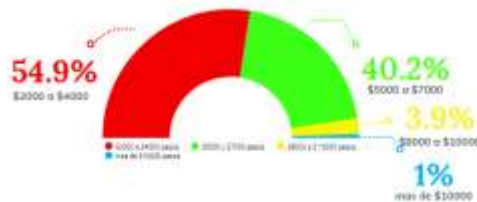
Gráfica 11 pregunta 1



Gráfica 12 pregunta 2



Gráfica 13 pregunta 6

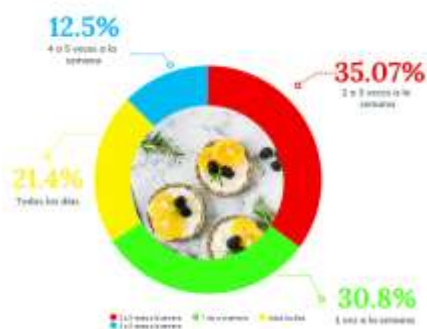


Fuente: Elaboración propia

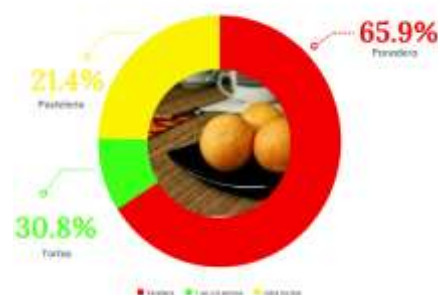
Este análisis se realizó con base en las respuestas de 3 de las preguntas propuestas en la encuesta relacionadas con bebidas. Como lo indica la gráfica 11 la frecuencia de consumo de las personas encuestadas presenta muy poca variación porcentual en tres de

las opciones de respuesta siendo estas las de consumo de bebidas una vez a la semana, 2 a 3 veces a la semana y de vez en cuando, que es igual al resultado de la frecuencia de consumo fuera de casa (véase grafica 12). Para la pregunta correspondiente al rango de precios se realizó un estudio del sector donde se ubicará el local, lo que ayudo determinar las diferentes opciones de respuesta, el resultado obtenido deja ver una leve inclinación hacia dos de las opciones las cuales se encuentran entre el rango de \$2000 pesos a \$7000 pesos (véase grafica 13)

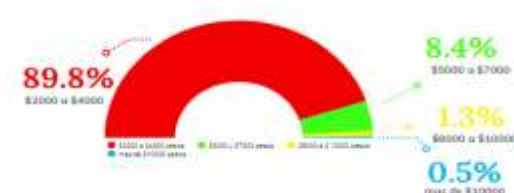
**Gráfica 14 pregunta 3**



**Gráfica 15 pregunta 4**



**Gráfica 16 pregunta 7**

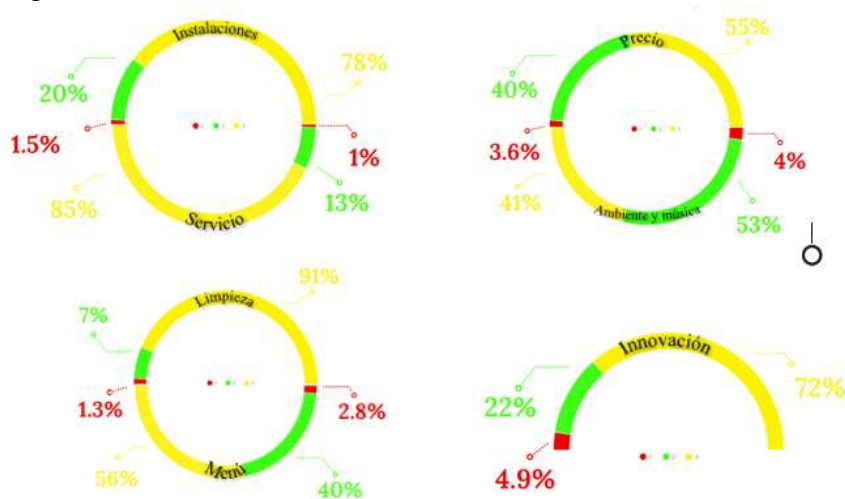


Fuente: Elaboración propia

Este análisis se realizó con base en la graficas 14, 15 y 16 relacionadas en la encuesta con acompañamientos. Se puede observar una mínima variación en la frecuencia de consumo de este tipo de productos se concentra en 1 vez a la semana y 2 a 3 veces a la semana, siendo los productos de panadería los que predominan como acompañamiento de

las diferentes bebidas. Así mismo un alto porcentaje de los encuestados están dispuestos a pagar un valor entre \$2000 pesos a \$4000 pesos por estos productos.

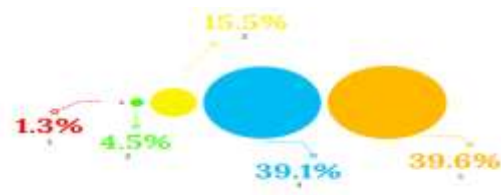
**Gráfica 17**  
Pregunta 5



Fuente: Elaboración propia

Este análisis es el resultado de las respuestas correspondientes a la pregunta 5 la cual contiene diferentes aspectos que las personas tienen en cuenta a la hora de visitar un local comercial en este caso un salón de onces, se evidencia que las instalaciones, el servicio, la limpieza e innovación son un factor importante. Lo que indica que los clientes además de buscar un buen producto, también se interesan en un lugar ameno y que cumpla con las normas higiénicas para disfrutar de un buen momento.

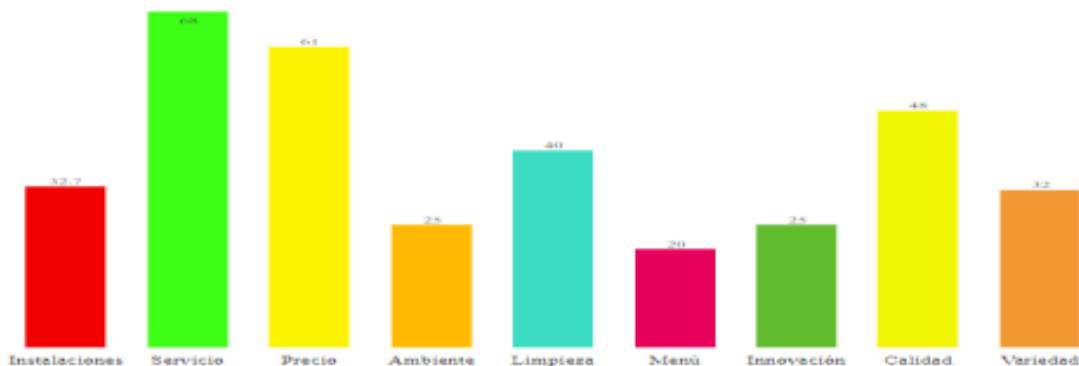
**Gráfica 18**  
Pregunta 10



Fuente: Elaboración propia

Esta grafica refleja que para los consumidores encontrar promociones es un motivante a la hora de realizar una compra.

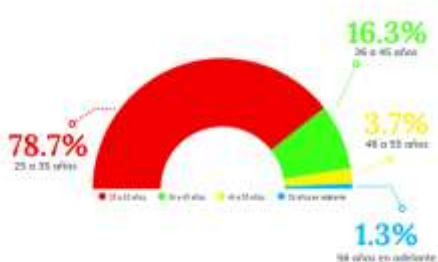
**Gráfica 19**  
pregunta 9



Fuente: Elaboración propia

En esta grafica se puede evidenciar que para los encuestados el precio, la calidad y el servicio juegan un papel importante a la hora de repetir la experiencia, lo cual es un aspecto para tener en cuenta debido que el ofrecer productos de calidad a precios asequibles puede influir en el incremento de las ventas

**Gráfica 20** pregunta 10



**Grafica 21** pregunta 11



**Gráfica 22** pregunta 12



Fuente: Elaboración propia

Según las gráficas 23, 24 ,25, con relación a la edad de las personas encuestadas se observa, que entre los 25 y 35 años se concentra la mayor parte de los encuestados (78.7%), seguido de las personas entre los 36 a 45 años(16.3%). Estos a su vez se encuentran entre los estratos 3 y 4, con un rango salarial de entre \$781.124 pesos a \$2.500.000 pesos, lo cual indica que son personas laboralmente activas lo que les permite acceder a este tipo de productos.

## **Análisis de la demanda**

Como se evidencia en las actuales estadísticas, los locales de corte independiente cada vez son más llamativos para las personas, porque además de ofrecer productos de calidad e innovadores a precios asequibles, mantienen una buena atención al cliente, estos son factores que ayudan a atraer y a mantener compradores.

Es por lo que Makú salón de onces, trabajara en estos aspectos además de otros para que el cliente se sienta cómodo brindando una experiencia diferente a las ya encontradas en la ciudad,

El negocio se enfocara en atraer hombres y mujeres de entre 25 a 45 años, debido a que se encuentran laboralmente activas, pertenecientes a estratos 3 y 4 de la ciudad de Bogotá, que destinen parte de su capital a actividades de esparcimiento y entretenimiento, ya que cuentan con un salario entre \$781.242 a \$2.500.000 pesos mensuales y que busquen y se arriesguen a probar sabores locales que son poco conocidos y usados en una presentación diferente a las ya conocidas.

## Determinación del precio

**Tabla 11**

Coco loco

	<b>Makú</b>				
	<b>Receta Estándar</b>				
	<b>NOMBRE DE LA PREPARACIÓN:</b>	Receta N°			4
	<b>Coco- loco</b>	N° de porciones			1
<b>Código</b>	<b>Ingredientes</b>	<b>unidad</b>	<b>cantidad</b>	<b>valores unitarios</b>	<b>valores totales</b>
	crema de coco	Gr	40	16	620
	leche de coco	Gr	20	38	760
	chocolate blanco	Gr	20	29	573
	Hielo	Gr	50	4	190
	betas chocolate blanco	Gr	5	23	113
	agua	ml	100	1,04	104
<b>Actividades</b>	<b>Proceso de preparación</b>				
mise and place	<ul style="list-style-type: none"> <li>• pesar y almacenar los ingredientes</li> <li>• batir la rema de coco hasta llegar a punto de nieve</li> </ul>				
Preparación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• llenar el vaso con hielo</li> <li>• agregar la leche de coco, el hielo y el chocolate blanco a la licuadora</li> <li>• batir hasta que la mezcla quede homogénea</li> </ul>				
Montaje y servicio	colocar la crema batida y encima las virutas de chocolate				
<b>COSTO TOTAL DE LOS INGREDIENTES</b>					2359
<b>MARGEN DE ERROR O VARIACION 5 %</b>				<b>5%</b>	118
<b>COSTO TOTAL DE LA PREPARACION</b>					2477
<b>COSTO PORCION</b>					2477
<b>% MATERIA PRIMA ESTABLECIDA POR EL CENTRO 35%</b>					867
<b>PRECIO POTENCIAL DE VENTA</b>					3344
<b>PRECIO REAL DE VENTA</b>					3361
<b>% REAL DE COSTO</b>					1
<b>PRECIO DE VENTA</b>					4000

Fuente: Elaboración propia


**Tabla 12**  
**Experiencia rosa**

	<b>Makú</b>				
	<b>Receta Estándar</b>				
	<b>NOMBRE DE LA PREPARACIÓN:</b>	Receta N°		5	
	<b>experiencia rosa</b>	N° de porciones		1	
<b>Código</b>	<b>Ingredientes</b>	<b>unidad</b>	<b>cantidad</b>	<b>valores unitarios</b>	<b>valores totales</b>
	fresas	Gr	90	10,24	921,6
	Crema chantilly	und	1	537	537
	leche	ml	200	1,833	366,6
	ganache chocolate	Gr	50	7	350
	cocoa	Gr	2	19,93	39,86
	hielo	Gr	40	3,79	151,6
	salsa fresa	Gr	58	7,7	446,6
<b>Actividades</b>	<b>Proceso de preparación</b>				
<b>mise and place</b>	cortar las fresas en laminas				
<b>Preparación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• colocar en un vaso de vidrio una capa de salsa de fresa y una de ganache</li> <li>• colocar en la licuadora el hielo, una fresa y la leche mezclara hasta tener una mezcla homogénea</li> <li>• verter en el vaso</li> </ul>				
<b>Montaje y servicio</b>	colocar crema chantilly, las láminas de fresa y espolvorear cocoa				
<b>COSTO TOTAL DE LOS INGREDIENTES</b>					2813
<b>MARGEN DE ERROR O VARIACION 5 %</b>				<b>5%</b>	141
<b>COSTO TOTAL DE LA PREPARACION</b>					2954
<b>COSTO PORCION</b>					2954
<b>% MATERIA PRIMA ESTABLECIDA POR EL CENTRO 35%</b>					1034
<b>PRECIO POTENCIAL DE VENTA</b>					3988
<b>PRECIO REAL DE VENTA</b>					4034
<b>% REAL DE COSTO</b>					1
<b>PRECIO DE VENTA</b>					4800

Fuente: Elaboración propia

Tabla 13


Happy mango

	<b>Makú</b>				
	<b>Receta Estándar</b>				
	<b>NOMBRE DE LA PREPARACIÓN:</b>	Receta N°		6	
	<b>Happy mango</b>	N° de porciones		1	
<b>Código</b>	<b>Ingredientes</b>	<b>unidad</b>	<b>cantidad</b>	<b>valores unitarios</b>	<b>valores totales</b>
	Ganache de chocolate	Gr	60	7	420
	Zumo mango	ml	120	11,76	1411,2
	agua	ml	80	1,04	83,2
<b>Actividades</b>	<b>Proceso de preparación</b>				
mise and place					
Preparación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• colocar en un vaso de vidrio en ganache de chocolate</li> <li>• colocar en la licuadora el zumo de mango y el agua</li> </ul>				
Montaje y servicio	colocar el zumo en el vaso de manera que se vean dos capas				
<b>COSTO TOTAL DE LOS INGREDIENTES</b>					1914
<b>MARGEN DE ERROR O VARIACION 5 %</b>				<b>5%</b>	96
<b>COSTO TOTAL DE LA PREPARACION</b>					2010
<b>COSTO PORCION</b>					2010
<b>% MATERIA PRIMA ESTABLECIDA POR EL CENTRO 35%</b>					704
<b>PRECIO POTENCIAL DE VENTA</b>					2714
<b>PRECIO REAL DE VENTA</b>					2773
<b>% REAL DE COSTO</b>					1
<b>PRECIO DE VENTA</b>					3300

Fuente: Elaboración propia

Tabla 14


Choco blue

	<b>Makú</b>				
	<b>Receta Estándar</b>				
	<b>NOMBRE DE LA PREPARACIÓN:</b>	Receta N°		7	
	<b>ChocoBlue</b>	N° de porciones		1	
<b>Código</b>	<b>Ingredientes</b>	<b>unidad</b>	<b>cantidad</b>	<b>valores unitarios</b>	<b>valores totales</b>
	Ganache de chocolate	Gr	40	7	280
	yogurt	ml	150	5,7	855
	arándanos	Gr	47	37	1.739
	hielo	Gr	40	4	152
	crema chantilly	Und	1	537	537
	chips de chocolate	Gr	5	21	103
<b>Actividades</b>	<b>Proceso de preparación</b>				
mise and place	pesar los ingredientes				
Preparación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• colocar en la licuadora el yogurt, el ganache, hielo y arándanos</li> <li>• batir hasta que los ingredientes estén homogenizados</li> </ul>				
Montaje y servicio	colocar crema chantilly y chips de chocolate				
<b>COSTO TOTAL DE LOS INGREDIENTES</b>				3665	
<b>MARGEN DE ERROR O VARIACION 5 %</b>				<b>5%</b>	183
<b>COSTO TOTAL DE LA PREPARACION</b>				3848	
<b>COSTO PORCION</b>				3848	
<b>% MATERIA PRIMA ESTABLECIDA POR EL CENTRO 35%</b>				1347	
<b>PRECIO POTENCIAL DE VENTA</b>				5195	
<b>PRECIO REAL DE VENTA</b>				5210	
<b>% REAL DE COSTO</b>				1	
<b>PRECIO DE VENTA</b>				6200	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 15

Choco celta

	<b>Makú</b>				
	<b>Receta Estándar</b>				
	<b>NOMBRE DE LA PREPARACIÓN:</b>		Receta N°		8
	<b>Choco Barí</b>		N° de porciones		1
<b>Código</b>	<b>Ingredientes</b>	<b>unidad</b>	<b>cantidad</b>	<b>valores unitarios</b>	<b>valores totales</b>
	Ganache de chocolate	Gr	55	7	385
	leche	ml	200	2	367
	jarabe crema irlandesa	ml	29	59	1.699
	crema de leche	ml	20	10	194
	hielo	Gr	40	3,79	152
	crema chantilly	Und	1	537	537
	chips chocolate	Gr	5	21	103
<b>Actividades</b>	<b>Proceso de preparación</b>				
mise and place	pesar los ingredientes				
Preparación	<ul style="list-style-type: none"> <li>colocar en la licuadora la crema de leche, la leche, la ganache, el jarabe de crema irlandesa y el hielo</li> <li>batir hasta que la mezcla quede homogenizada</li> </ul>				
Montaje y servicio	<ul style="list-style-type: none"> <li>colocar en un vaso de vidrio</li> <li>colocar crema chantilly y chips de chocolate</li> </ul>				
<b>COSTO TOTAL DE LOS INGREDIENTES</b>					3436
<b>MARGEN DE ERROR O VARIACION 5 %</b>				<b>5%</b>	172
<b>COSTO TOTAL DE LA PREPARACION</b>					3608
<b>COSTO PORCION</b>					3608
<b>% MATERIA PRIMA ESTABLECIDA POR EL CENTRO 35%</b>					1263
<b>PRECIO POTENCIAL DE VENTA</b>					4870
<b>PRECIO REAL DE VENTA</b>					4874
<b>% REAL DE COSTO</b>					1
<b>PRECIO DE VENTA</b>					5800

Fuente: Elaboración propia

Tabla 16


Tradición santafereña

<b>Makú</b>					
<b>Receta Estándar</b>					
	<b>NOMBRE DE LA PREPARACIÓN:</b>	Receta N°	9		
	tradición santafereña	N° de porciones	1		
Código	Ingredientes	unidad	cantidad	valores unitarios	valores totales
	leche	ml	250	1,8330	458,25
	chocolate	Gr	35	29,2796	1.024,79
	canela en astilla	Gr	4	155,5	622
	clavos	Gr	4	154,44	617,76
Actividades	Proceso de preparación				
mise and place	pesar los ingredientes				
Preparación	<ul style="list-style-type: none"> <li>colocar la leche, clavos y la canela en la jarra para máquina de expresos</li> <li>calentar sin dejar hervir y dejar reposar por 1 minuto</li> <li>agregar el chocolate y espumar</li> </ul>				
Montaje y servicio	servir en pocillo chocolatero				
<b>COSTO TOTAL DE LOS INGREDIENTES</b>					2723
<b>MARGEN DE ERROR O VARIACION 5 %</b>				<b>5%</b>	136
<b>COSTO TOTAL DE LA PREPARACION</b>					2859
<b>COSTO PORCION</b>					2859
<b>% MATERIA PRIMA ESTABLECIDA POR EL CENTRO 35%</b>					1001
<b>PRECIO POTENCIAL DE VENTA</b>					3860
<b>PRECIO REAL DE VENTA</b>					3866
<b>% REAL DE COSTO</b>					1
<b>PRECIO DE VENTA</b>					4600

Fuente: Elaboración propia

Tabla 17


Icono americano

<b>Makú</b>					
<b>Receta Estándar</b>					
	<b>NOMBRE DE LA PREPARACIÓN:</b>		Receta N°	10	
	<b>Cocuy</b>		N° de porciones	1	
<b>Código</b>	<b>Ingredientes</b>	<b>unidad</b>	<b>cantidad</b>	<b>valores unitarios</b>	<b>valores totales</b>
	masmelos	Gr	60,41	29	1754
	leche	ml	250	2	458
	chocolate	Gr	35	29	1025
<b>Actividades</b>	<b>Proceso de preparación</b>				
mise and place					
Preparación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• colocar a la leche y el chocolate en la jarra para expresos</li> <li>• espumar hasta que los ingredientes este homogenizados</li> <li>• servir en un pocillo Mug</li> </ul>				
Montaje y servicio	colocar os masmelos sobre el chocolate				
<b>COSTO TOTAL DE LOS INGREDIENTES</b>				3237	
<b>MARGEN DE ERROR O VARIACION 5 %</b>				<b>5%</b>	162
<b>COSTO TOTAL DE LA PREPARACION</b>				3399	
<b>COSTO PORCION</b>				3399	
<b>% MATERIA PRIMA ESTABLECIDA POR EL CENTRO 35%</b>				1190	
<b>PRECIO POTENCIAL DE VENTA</b>				4588	
<b>PRECIO REAL DE VENTA</b>				4622	
<b>% REAL DE COSTO</b>				1	
<b>PRECIO DE VENTA</b>				5500	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 18

Pasión caramelo

	<b>Makú</b>				
	<b>Receta Estándar</b>				
	<b>NOMBRE DE LA PREPARACIÓN:</b>	Receta N°		11	
	<b>pasión caramelo</b>	N° de porciones		1	
<b>Código</b>	<b>Ingredientes</b>	<b>unidad</b>	<b>cantidad</b>	<b>valores unitarios</b>	<b>valores totales</b>
	leche	Gr	200	1,833	366,6
	chocolate	Gr	35	29,0796	1017,786
	topping caramelo	ml	29	58,66	1701,14
	almendras	gr	3	137	411
<b>Actividades</b>	<b>Proceso de preparación</b>				
mise and place	pesar los ingredientes				
Preparación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• colocar el topping de caramelo en la base del baso de vidrio</li> <li>• vaporizar la leche y colocarla en el vaso</li> <li>• calentar el chocolate y colocarlo sobre el vaso sin que se mezcle con la leche</li> <li>• en la parte superior colocar la espuma de la leche</li> </ul>				
Montaje y servicio	colocar las láminas de almendras sobre la espuma de la leche				
<b>COSTO TOTAL DE LOS INGREDIENTES</b>				3497	
<b>MARGEN DE ERROR O VARIACION 5 %</b>			<b>5%</b>	175	
<b>COSTO TOTAL DE LA PREPARACION</b>				3671	
<b>COSTO PORCION</b>				3671	
<b>% MATERIA PRIMA ESTABLECIDA POR EL CENTRO 35%</b>				1285	
<b>PRECIO POTENCIAL DE VENTA</b>				4956	
<b>PRECIO REAL DE VENTA</b>				4958	
<b>% REAL DE COSTO</b>				1	
<b>PRECIO DE VENTA</b>				5900	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 19

Saber azteca

	<b>Makú</b>				
	<b>Receta Estándar</b>				
	<b>NOMBRE DE LA PREPARACIÓN:</b>	Receta N°		12	
	<b>Saber Emberá</b>	N° de porciones		1	
<b>Código</b>	<b>Ingredientes</b>	<b>unidad</b>	<b>cantidad</b>	<b>valores unitarios</b>	<b>valores totales</b>
	leche	Gr	200	1,83	366,60
	chocolate	Gr	35	19,88	695,80
	chile molido	Gr	0,55	217,00	119,35
	crema chantilly	und	1	537,00	537,00
	perlas de chocolate	Gr	5	20,50	102,50
<b>Actividades</b>	<b>Proceso de preparación</b>				
mise and place	pesar los ingredientes				
Preparación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• calentar el chocolate con un poco de chile y colocarlo en el vaso de vidrio</li> <li>• espumar la leche</li> <li>• colocar espuma de leche en el vaso de vidrio</li> <li>• colocar la leche caliente evitando que se mezcle con el chocolate</li> </ul>				
Montaje y servicio	<ul style="list-style-type: none"> <li>• colocar crema chantilly</li> <li>• espolvorear chile sobre la crema</li> <li>• colocar los chips de chocolate</li> </ul>				
<b>COSTO TOTAL DE LOS INGREDIENTES</b>					1821
<b>MARGEN DE ERROR O VARIACION 5 %</b>				<b>5%</b>	91
<b>COSTO TOTAL DE LA PREPARACION</b>					1912
<b>COSTO PORCION</b>					1912
<b>% MATERIA PRIMA ESTABLECIDA POR EL CENTRO 35%</b>					669
<b>PRECIO POTENCIAL DE VENTA</b>					2582
<b>PRECIO REAL DE VENTA</b>					2605
<b>% REAL DE COSTO</b>					1
<b>PRECIO DE VENTA</b>					3100

Fuente: Elaboración propia

Tabla 20

Sinfonía vienesa

	<b>Makú</b>					
	<b>Receta Estándar</b>					
	<b>NOMBRE DE LA PREPARACIÓN:</b>	Receta N°		13		
	<b>Sierra Nevada</b>	N° de porciones		1		
<b>Código</b>	<b>Ingredientes</b>	<b>unidad</b>	<b>cantidad</b>	<b>valores unitarios</b>	<b>valores totales</b>	
	leche	Gr	200	2	367	
	chocolate	Gr	35	29	1.018	
	salsa chocolate	ml	5	17	85	
	crema chantilly	Und	1	537	537	
	perlas de chocolate	Gr	5	21	103	
<b>Actividades</b>	<b>Proceso de preparación</b>					
mise and place	pesar los ingredientes					
Preparación	<ul style="list-style-type: none"> <li>hacer una guirnalda dentro del vaso de vidrio con la salsa de chocolate</li> <li>colocar el chocolate y la leche dentro de la jarra para máquina de expreso y espumar</li> <li>servir en el vaso de vidrio</li> </ul>					
Montaje y servicio	colocar un moño de crema chantilly y las perlas de chocolate					
<b>COSTO TOTAL DE LOS INGREDIENTES</b>					2109	
<b>MARGEN DE ERROR O VARIACION 5 %</b>				<b>5%</b>	105	
<b>COSTO TOTAL DE LA PREPARACION</b>					2215	
<b>COSTO PORCION</b>					2215	
<b>% MATERIA PRIMA ESTABLECIDA POR EL CENTRO 35%</b>					775	
<b>PRECIO POTENCIAL DE VENTA</b>					2990	
<b>PRECIO REAL DE VENTA</b>					3025	
<b>% REAL DE COSTO</b>					1	
<b>PRECIO DE VENTA</b>					3600	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 21


Malteada

	<b>Makú</b>				
	<b>Receta Estándar</b>				
	<b>NOMBRE DE LA PREPARACIÓN:</b>	Receta N°		14	
	<b>Malteada</b>	N° de porciones		1	
<b>Código</b>	<b>Ingredientes</b>	<b>unidad</b>	<b>cantidad</b>	<b>valores unitarios</b>	<b>valores totales</b>
	leche	Gr	300	2	550
	helado	Gr	300	11	3.400
<b>Actividades</b>	<b>Proceso de preparación</b>				
mise and place					
Preparación	colocar en la malteadora los ingredientes				
Montaje y servicio	servir en vaso de vidrio				
<b>COSTO TOTAL DE LOS INGREDIENTES</b>				3950	
<b>MARGEN DE ERROR O VARIACION 5 %</b>				<b>5%</b>	197
<b>COSTO TOTAL DE LA PREPARACION</b>				4147	
<b>COSTO PORCION</b>				4147	
<b>% MATERIA PRIMA ESTABLECIDA POR EL CENTRO 35%</b>				1452	
<b>PRECIO POTENCIAL DE VENTA</b>				5599	
<b>PRECIO REAL DE VENTA</b>				5630	
<b>% REAL DE COSTO</b>				1	
<b>PRECIO DE VENTA</b>				6700	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 22


## Infusiones

	<b>Makú</b>				
	<b>Receta Estándar</b>				
	<b>NOMBRE DE LA PREPARACIÓN:</b>	Receta N°		14	
	<b>Infusiones</b>	N° de porciones		1	
<b>Código</b>	<b>Ingredientes</b>	<b>unidad</b>	<b>cantidad</b>	<b>valores unitarios</b>	<b>valores totales</b>
	agua	Gr	300	1,04	312
	tisana	Gr	1	1.750	1.750
<b>Actividades</b>	<b>Proceso de preparación</b>				
mise and place					
Preparación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• colocar el agua en la jarra</li> <li>• servir en el vaso de vidrio</li> </ul>				
Montaje y servicio	colocar la tisana				
<b>COSTO TOTAL DE LOS INGREDIENTES</b>					2062
<b>MARGEN DE ERROR O VARIACION 5 %</b>				<b>5%</b>	103
<b>COSTO TOTAL DE LA PREPARACION</b>					2165
<b>COSTO PORCION</b>					2165
<b>% MATERIA PRIMA ESTABLECIDA POR EL CENTRO 35%</b>					758
<b>PRECIO POTENCIAL DE VENTA</b>					2923
<b>PRECIO REAL DE VENTA</b>					2941
<b>% REAL DE COSTO</b>					1
<b>PRECIO DE VENTA</b>					3500

Fuente: Elaboración propia

Tabla 23

Jugos

	<b>Makú</b>				
	<b>Receta Estándar</b>				
	<b>NOMBRE DE LA PREPARACIÓN:</b>	Receta N°		14	
	<b>Jugos</b>	N° de porciones		1	
<b>Código</b>	<b>Ingredientes</b>	<b>unidad</b>	<b>cantidad</b>	<b>valores unitarios</b>	<b>valores totales</b>
	agua	Gr	300	1,04	312
	pulpa	Gr	125	25	3.125
<b>Actividades</b>	<b>Proceso de preparación</b>				
mise and place					
Preparación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• colocar el agua en licuadora</li> <li>• servir en el vaso de vidrio</li> </ul>				
Montaje y servicio					
<b>COSTO TOTAL DE LOS INGREDIENTES</b>					3437
<b>MARGEN DE ERROR O VARIACION 5 %</b>				<b>5%</b>	172
<b>COSTO TOTAL DE LA PREPARACION</b>					3609
<b>COSTO PORCION</b>					3609
<b>% MATERIA PRIMA ESTABLECIDA POR EL CENTRO 35%</b>					1263
<b>PRECIO POTENCIAL DE VENTA</b>					4872
<b>PRECIO REAL DE VENTA</b>					4874
<b>% REAL DE COSTO</b>					1
<b>PRECIO DE VENTA</b>					5800

Fuente: Elaboración propia

## Pronóstico de ventas

Para realizar el pronóstico de ventas de bebidas y acompañamientos nos basamos en la demanda dada por la encuesta 382 personas, de las cuales se tomó el número de unidades que consumen a la semana, para obtener el cálculo mensual y así obtener la demanda anual.

Del resultado de la demanda anual se determinó que de cada opción de bebida se venderían 242 unidades en el año 0, 253 unidades año 1, 266 unidades año 2, 279 unidades año 3, 293 unidades año 4, 308 unidades año 5.

Para este cálculo también se tuvo en cuenta el crecimiento anual de la demanda del sector que corresponde al 5% además del pronóstico de la inflación y los precios de los productos.

**Tabla 24**  
*pronóstico bebidas*

unidades adquiridas por personas al mes	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
4	5520	5796	6086	6390	6710	7046
12	13680	14364	15082	15836	16628	17459
20	11280	11844	12436	13058	13711	14397
30	7728	8114	8520	8946	9393	9863
2	2424	2545	2672	2806	2946	3093
total de unidades vendidas anualmente	40632	42663	44796	47036	49388	51858
ajuste de precios por medio de la inflación proyectada	3,80	3,85	3,92	3,94	4,09	4,31
Coco - loco	\$4.000	\$4.154	\$4.317	\$4.487	\$4.671	\$4.872
Experiencia rosa	\$4.800	\$4.985	\$5.180	\$5.384	\$5.604	\$5.846
Happy mango	\$3.300	\$3.427	\$3.561	\$3.701	\$3.852	\$4.018
Chocoblue	\$6.200	\$6.439	\$6.691	\$6.950	\$7.234	\$7.546
Choco celta	\$5.800	\$6.023	\$6.259	\$6.506	\$6.772	\$7.064
Tradición santafereña	\$4.600	\$4.777	\$4.954	\$5.149	\$5.360	\$5.591
Icono americano	\$5.500	\$5.712	\$5.936	\$6.170	\$6.422	\$6.699
Pasión caramelo	\$5.900	\$6.127	\$6.367	\$6.618	\$6.889	\$7.186
Saber Azteca	\$3.100	\$3.219	\$3.345	\$3.477	\$3.619	\$3.775
Sinfonía vienesa	\$3.600	\$3.739	\$3.886	\$4.039	\$4.204	\$4.385
Malteada	\$6.700	\$6.958	\$7.231	\$7.516	\$7.823	\$8.160
Infusiones	\$3.500	\$3.635	\$3.777	\$3.926	\$4.087	\$4.263
Jugo	\$5.800	\$6.023	\$6.259	\$6.506	\$6.772	\$7.064
Jugo en leche	\$6.200	\$6.439	\$6.691	\$6.955	\$7.239	\$7.551
ventas anuales en pesos	\$ 200.376.000	\$ 217.550.652	\$ 237.657.168	\$ 259.081.632	\$ 283.206.768	\$ 310.537.920

Fuente: Elaboración propia

Para el caso de los acompañamientos se tomó el total de las ventas mensuales y el porcentaje de acompañante que compra dado por la encuesta( panadería 65.96%, Pastelería 24.60% y tortas 9.42%) para obtener

**Tabla 25****proyección acompañamientos**

unidades adquiridas por personas al mes	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
4	5664	5947	6244	6259	6572	6901
12	19296	20261	21274	22338	23455	24625
20	11520	12096	12701	13336	14003	14703
30	29520	30996	32546	34173	35882	37676
total de unidades vendidas anualmente	66000	69300	72765	76106	79912	83905
ajuste de precios por medio de la inflación proyectada	3,80	3,85	3,92	3,94	4,09	4,31
pastel carne	\$2.500	\$2.596	\$2.698	\$2.804	\$2.919	\$3.045
pastel pollo	\$2.500	\$2.596	\$2.698	\$2.804	\$2.919	\$3.045
pastel bocadillo- queso	\$2.500	\$2.596	\$2.698	\$2.804	\$2.919	\$3.045
pastel tropical	\$2.500	\$2.596	\$2.698	\$2.804	\$2.919	\$3.045
croissant	\$2.100	\$2.181	\$2.266	\$2.355	\$2.451	\$2.557
palito de queso	\$2.000	\$2.077	\$2.158	\$2.243	\$2.335	\$2.436
pandebono	\$2.000	\$2.077	\$2.158	\$2.243	\$2.335	\$2.436
almojábana	\$2.200	\$2.285	\$2.375	\$2.469	\$2.570	\$2.681
pan de yuca	\$2.000	\$2.077	\$2.158	\$2.243	\$2.335	\$2.436
Torta amapola	\$3.100	\$3.219	\$3.345	\$3.477	\$3.619	\$3.775
chessecake gulupa	\$6.100	\$6.335	\$6.583	\$6.842	\$7.122	\$7.429
mousse mango	\$9.200	\$9.554	\$9.929	\$10.320	\$10.742	\$11.205
pie camu camu	\$6.500	\$6.750	\$7.015	\$7.291	\$7.589	\$7.916
ventas anuales en pesos	\$ 131.305.200	\$ 143.337.588	\$ 156.038.088	\$ 169.935.048	\$ 185.533.272	\$ 203.384.112

Fuente: Elaboración propia

## Capítulo V Plan de mercadeo

### Estrategias de distribución

Makú salón de onces utilizará un canal directo de atención que se ubicará en la zona centro de la ciudad de Bogotá más exactamente en la localidad 3 santa fe, UPZ numero 91 Sagrado corazón, barrio parque central Bavaria Cra. 13a #28-38 cuenta con un área de 23 m<sup>2</sup>. Debido a que es una zona con fuerte actividad empresarial y que tiene un alto flujo de personal además de que se encuentran sitios de interés turístico como el

museo nacional, la plaza de toros, el parque nacional, la torre Colpatria, entre otros ayudando a atraer no solo a nacionales sino a extranjeros (metrocuadrado, 2019).

También apoyados por la tecnología tendremos un canal virtual de la mano con Rappi donde nuestros clientes y público en general nos podrán encontrar y realizar sus pedidos sin necesidad de salir de sus casas o lugares de trabajo.

**Ilustración 12**  
*ubicación geográfica*



Fuente: Google maps

## **Estrategias de promoción**

Makú salón de onces utilizara diversas estrategias de promoción en diferentes canales como se describe a continuación

- Se crearán perfiles en las redes sociales más usadas por las personas, las cuales son, Facebook y Instagram, donde por medio de publicaciones pagadas haremos llegar publicidad a nuestro mercado objetivo de manera masiva y rápida como cursos, promociones, invitaciones a ferias entre otros. generando publicidad voz a voz.
- Haremos presencia en las ferias gastronómicas y de emprendimiento en Bogotá, como lo son feria Buro, Gofest, Alimentec, entre otras dando a conocer nuestros productos en otro canal presencial diferente al local físico.
- Buscaremos aparecer en las principales revistas gastronómicas y culturales de Colombia como la barra, DC, entre otras.

- Ya que el lugar se encuentra en el centro de Bogotá se hará llegar publicidad los hostales que se encuentran en la zona para atraer a clientes extranjeros.

## **Publicidad**

Como se mencionó anteriormente se hará utilización de las redes sociales y de las plataformas virtuales para dar a conocer la marca, se creará publicidad especializada para estos medios como banners, además de publicidad impresa como volantes que nos ayudaran a generar recordación en nuestros clientes.

## **Fidelización**

Makú salón de onces contara con una base de datos de sus clientes, donde por correo electrónico y mensajes de WhatsApp llegaron promociones y descuentos especiales para los clientes más asiduos, además que contarán con un sistema de puntos que vencerán cada seis meses con los que podrán adquirir productos de la tienda dependiendo los puntos estipulados para cada uno de ellos.

## **Servicio postventa**

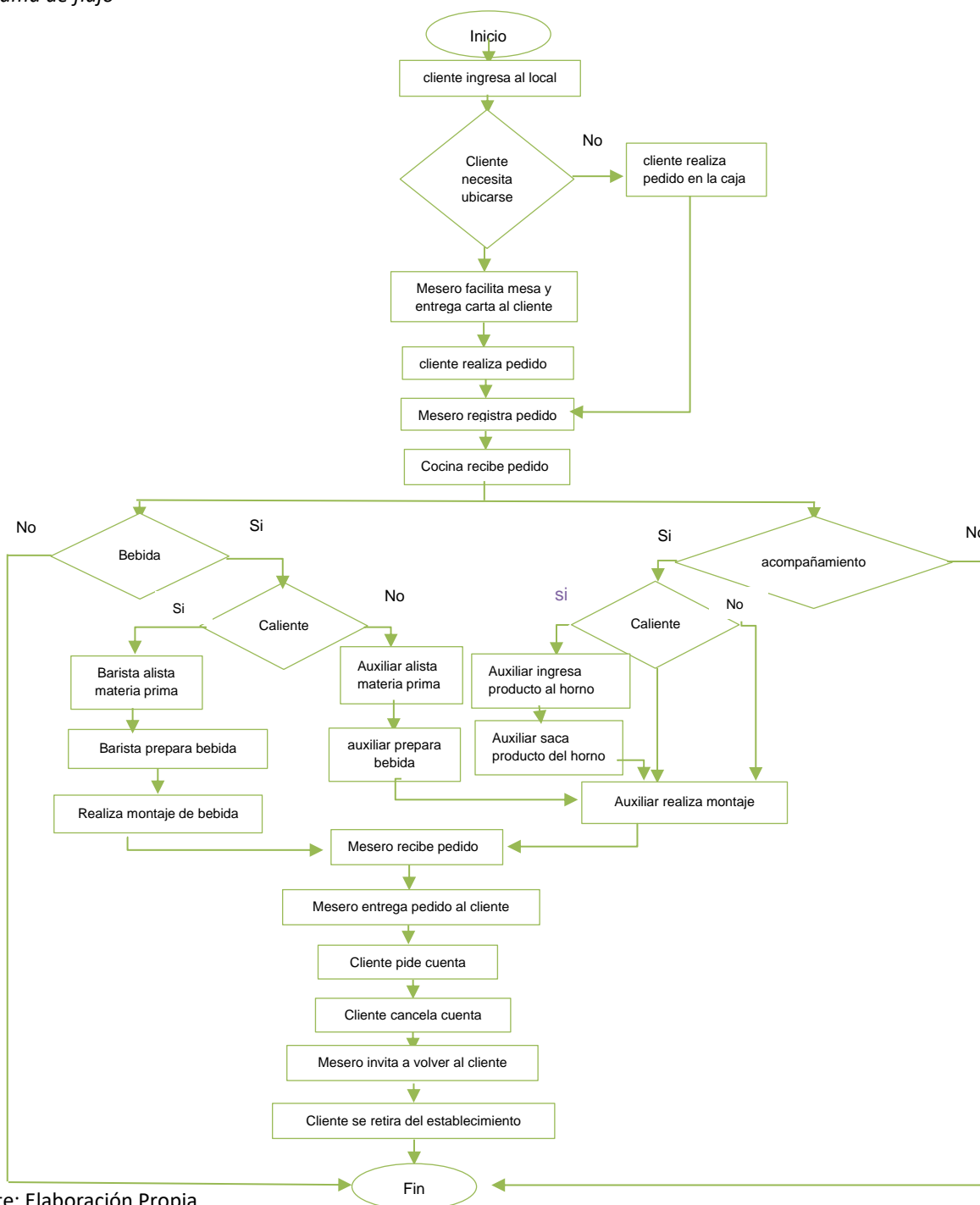
Siempre en pro de mantener la buena calidad de los productos y el servicio tendremos un buzón en el local para que los clientes allí depositen sus quejas, reclamos y sugerencias. Que serán atendidas de inmediato y se tendrán en cuenta para futuras mejoras. También como se dijo anteriormente se tendrá un programa especial para los clientes frecuentes de Makú.

## Capítulo VI Estudio de operación

### Descripción y formalización del proceso- Diagrama de flujo

**Ilustración 13**

Diagrama de flujo



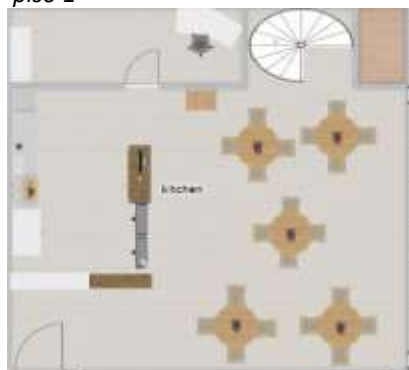
Fuente: Elaboración Propia

## Distribución de la planta

Makú salón de onces contará con un área de 23 m<sup>2</sup>, 2 pisos que incluye 1 baño, en el primer piso se ubicaran 5 mesas, 1 bodega donde se almacenaran los insumos, además de las pertenencias de los empleados y una pequeña oficina para la administración del lugar, también se ubicara la zona de producción (máquina de expressos, horno, vitrina, etc.) y la caja para pagos.

En el segundo piso se ubicarán 5 mesas y el baño. Como podemos ver a continuación.

**Ilustración 14**  
piso 1





Fuente: elaboración propia

**Ilustración 15**

Piso 2





Fuente: elaboración propia

## Costos de producción

Para determinar los costos de producción de Makú se tuvieron los elementos que lo componen, como la materia prima directa, la mano de obra directa y los CIF, así como también la depreciación. Como se describe en las siguientes tablas.

**Tabla 26**

*Materia prima*

materia prima	precio total
leche entera	\$ 792.000
chocolate 46%	\$ 397.600
chocolate 70%	\$ 439.194
chocolate 31%	\$ 218.097
crema de leche	\$ 581.400
azúcar pulverizada	\$ 436.800
crema de coco	\$ 31.000
leche de coco	\$ 190.000
chips chocolate	\$ 20.500
azúcar	\$ 2.720
fresa	\$ 40.680
salsa de fresa	\$ 7.700
cocoa	\$ 9.966
yogurt	\$ 145.600
jarabe crema irlandesa	\$ 88.000
canela en astilla	\$ 16.000
clavos	\$ 15.075
masmelos	\$ 67.500
topping caramelo	\$ 132.000
chile molido	\$ 9.037
salsa de chocolate	\$ 11.400
arándanos	\$ 499.500
almendras	\$ 51.900
Helado	\$ 238.000
pulpa fruta	\$ 375.000
infusiones	\$ 42.750
palitos de queso	\$ 340.000
pastel de pollo	\$ 478.500
pastel carne	\$ 478.500
pastel tropical	\$ 464.000
pastel bocadillo y queso	\$ 464.000
pandebono	\$ 390.000
almojábana	\$ 418.600
pan de yuca	\$ 390.000
mouse mango	\$ 64.800
chessecake gulupa	\$ 346.800
pie camu camu	\$ 346.800
torta amapola	\$ 132.000
<b>Total</b>	<b>\$ 9.173.419</b>

Fuente: elaboración propia

**Tabla 27**

*Depreciación equipo de computo*

Año	Depreciación anual	Depresación acumulada	Valor en libros
2020	\$844.580	\$844.580	
2021	\$844.580	\$1.689.160	\$4.222.900
2022	\$844.580	\$2.533.740	\$3.378.320
2023	\$844.580	\$3.378.320	\$ 844.580
2024	\$844.580	\$4.222.900	

Fuente: elaboración propia

**Tabla 28**

*Depreciación maquinaria y equipo*

Año	Depreciación anual	Depresación acumulada	Valor en libros
2020	\$2.592.951	\$2.592.951	
2021	\$2.592.951	\$5.185.901	\$ 25.929.507
2022	\$2.592.951	\$7.778.852	\$ 18.150.655
2023	\$2.592.951	\$10.371.803	\$ 15.557.704
2024	\$2.592.951	\$12.964.754	\$ 12.964.754
2025	\$2.592.951	\$15.557.704	\$ 10.371.803
2026	\$2.592.951	\$18.150.655	\$ 7.778.852
2027	\$2.592.951	\$20.743.606	\$ 5.185.901
2028	\$2.592.951	\$23.336.556	\$ 2.592.951
2029	\$2.592.951	\$25.929.507	

Fuente: elaboración propia

**Tabla 29**

*CIF*

costos indirectos de fabricación	
arriendo	\$1.800.000
servicios públicos	\$ 300.000
Jabón piso	\$ 8.433
jabón loza	\$ 42.350
servilletas	\$ 20.000
vasos desechables	\$ 9.000
toallas papel	\$ 4.000
papel higiénico	\$ 8.875
Wypall	\$ 8.600
Gel antibacterial	\$ 19.240
guantes	\$ 6.000
bolsas basura	\$ 4.950
jabón para manos	\$ 8.433
esponja	\$ 679
mantenimiento	\$ 20.833
Depreciación	\$ 286.461
<b>Total</b>	<b>\$2.547.854</b>

Fuente: elaboración propia

**Tabla 30**

Mano de obra

CARGO	SUELDO	DIAS	DEVENGADOS			DEDUCIDOS			CESANTIAS	INTERESES CESANTIAS	VACACIONES	PRIMA
			BASICO	AUX. TRANSPORTE	TOTAL DEVENGADO	SALUD (4%)	PENSION (4%)	TOTAL DEDUCIDO				
Jefe	\$1.200.000	30	\$1.200.000	\$102.854	\$1.302.854	\$48.000	\$48.000	\$96.000	\$100.000	\$1.000	\$50.000	\$100.000
Barista 1	\$877.803	30	\$877.803	\$102.854	\$980.657	\$35.112	\$35.112	\$70.224	\$73.150	\$732	\$36.575	\$73.150
Barista 2	\$877.803	30	\$877.803	\$102.854	\$980.657	\$35.112	\$35.112	\$70.224	\$73.150	\$732	\$36.575	\$73.150
Mesero 1	\$877.803	30	\$877.803	\$102.854	\$980.657	\$35.112	\$35.112	\$70.224	\$73.150	\$732	\$36.575	\$73.150
Auxiliar 1	\$877.803	30	\$877.803	\$102.854	\$980.657	\$35.112	\$35.112	\$70.224	\$73.150	\$732	\$36.575	\$73.150

SALUD (8.5%)	PENSIÓN (12%)	ARL	CAJA COMPENSACIÓN	NETO PAGADO MENSUAL
\$102.000	\$144.000	\$6.264	\$48.000	\$1.758.118
\$74.613	\$105.336	\$4.582	\$35.112	\$1.313.684
\$74.613	\$105.336	\$4.582	\$35.112	\$1.313.684
\$74.613	\$105.336	\$4.582	\$35.112	\$1.313.684
\$74.613	\$105.336	\$4.582	\$35.112	\$1.313.684

**Tabla 31**

Costo de producción

costo producción	
materia prima	\$9.173.419
mano de obra	\$7.012.853
CIF	\$2.547.854
<b>Total</b>	<b>\$ 18.734.126</b>

Fuente: elaboración propia

Makú tendrá un costo de producción de \$18.734.126 pesos mensuales.






## Inversiones en infraestructura













Para determinar la inversión en infraestructura se tuvo en cuenta la maquinaria y equipos necesarios para realizar las diferentes tareas de la compañía. Como se describe en las siguientes tablas.


**Tabla 31**

### Maquinaria

MAQUINARIA	DESCRIPCION
	<p><b>Cafetera industrial</b></p> <p>Expreso, Capuchinera, de dos grupos, depósito de agua en cobre, programable, semi automática. Incluye filtro para agua.</p>
	<p><b>Vitrina Mostrador</b></p> <p>Tres puertas, en vidrio, refrigerada</p>
	<p><b>Computador HP</b></p> <p>Procesador Intel® Core™ i5 4570T, sistema Operativo, Windows 8.1, memoria: 8GB, disco duro 1TB, pantalla: 23"</p>
	<p><b>Impresora</b></p> <p>Cajón Monedero Newprint estructura metálica + Impresora térmica 58mm</p>
	<p><b>Siigo</b></p> <p>Software empresarial</p>
	<p><b>Dispensador de espuma</b></p> <p>Botella y cabeza construida en acero inoxidable y otros materiales de grado alimenticio. Para elaborar cremas, nata montada. Aplicaciones frías y calientes.</p>
	<p><b>Licuadora</b></p> <p>Ancho 16 m x Alto 41 m x Largo 20 m Capacidad: 44 onza 5 1/2 tazas 1.3 Litros 16000 RPM y 20000 RPM 8 Lb 110V 60 Hz 3 AMPS 1/2 HP</p>
	<p><b>Malteadora</b></p> <p>La malteadora Hamilton Beach HMD200 es la batidora ideal para mezclar helados o cócteles.</p>

	<p><b>Lavavajillas</b> Lavado mediante doble sistema de aspersores giratorios (superior e inferior). Programador de ciclo fijo.</p>
	<p><b>Congelador horizontal</b> Sistema de regulación de la temperatura. Método descongelación automático. -Rango de temperatura -16 C -24 C. Puerta con cierre automático. Sistema de Ruedas.</p>
	<p><b>Minibar</b> Nivel de ruido 0 dB, chapa de seguridad, 35 Lts, anaqueles plásticos, empaque magnético removible.</p>
	<p><b>Horno Convector</b> Posee un sistema de ventilación interna que sirve para que circule el aire caliente, haciendo que el producto se cocine de manera homogénea. Puerta con doble vidrio. Posee un sensor en la puerta que al abrirla detiene el ventilador para evitar la salida del aire caliente. Luz interna. Temperatura de cocción: 30-280 °C</p>
	<p><b>Máquina de hielo</b></p>
	<p><b>Teléfono inalámbrico Panasonic</b></p>
	<p><b>Pinzas</b> Pinza c/Seguro 22.9 cm - 0.6 mm Grosor</p>
	<p><b>Dispensador de Especias</b> Acero Inoxidable</p>
	<p><b>Jarra acero inoxidable pequeña y grande</b></p>
	<p><b>Condimentero 6 compartimientos</b> Dimensiones, 15.9cm (Ancho) x 9.5cm (Alto)</p>
	<p><b>Bandeja antideslizante redonda</b></p>

	<b>Tenedor te</b>
	<b>Bandeja rectangular melamina</b>
	<b>Plato espresso actualite 12.5 cm</b>
	<b>Cuchara te</b>
	<b>Cuchara helado</b>
	<b>Jumbo actualite</b>
	<b>Mug actualite</b>
	<b>Plato actualite 16 cm y 31 cm</b>
	<b>Jarro galerie</b>
	<b>Vaso malteada</b>
	<b>Jarra manson</b>
	<b>Dispensador toalla de manos, balde escurridor, señal para pisos</b>

	<b>Recogedor piso canguro, traperero, escoba</b>
	<b>Caneca</b> Caneca 35 Lts tapa vaivén
	<b>Mesa Plástica</b>
	<b>Silla plástica</b>
	<b>Silla oficina</b>
	<b>Escritorio</b>
	<b>Camiseta Polo</b>
	<b>Gorro</b>
	<b>Delantal</b>
	<b>Zapatos</b>

Fuente: elaboración propia

**Ilustración 16***inversión infraestructura*

Descripción	Total
maquina expressos	\$6.530.000
vitrina con refrigeración	\$1.800.000
Computador HP	\$2.499.000
caja + impresora	\$369.000
Siigo	\$1.250.000
Dispensador de espumas	\$832.072
Licuadaora	\$2.041.718
Lavavajillas	\$1.459.900
malteadora	\$2.350.000
Congelador horizontal	\$759.900
Minibar	\$654.900
Horno convector Pirón	\$2.738.757
Teléfono Inalámbrico Panasonic	\$104.900
Pinzas	\$17.558
Dispensador especias	\$135.000
Condimentero 6 compartimientos	\$207.900
Bandeja antideslizante redonda	\$85.200
Bandeja rectangular melamina	\$143.100
Tenedor te	\$48.000
Cuchara te	\$51.000
Plato espresso actualite	\$228.030
Jumbo actualite	\$316.000
Mug actualite	\$507.000
Plato actualite 16 cms	\$387.000
Jarro galerie	\$320.000
Plato actualite 31cms	\$112.500
Vaso malteada	\$92.220
Jarra espresso pequeña	\$100.220
Jarra espresso grande	\$138.000
Jarro manson	\$117.000
cuchar helado	\$30.000
escoba	\$8.813
trapero	\$32.800
recogedor	\$66.890
canecas	\$128.520
dispensador de toallas de papel	\$84.609
balde escurridor	\$221.300
señal pisos	\$43.900
delantal	\$480.000
zapatos	\$488.600
gorras	\$133.700
camisetas	\$511.200
máquina de hielo	\$819.900
sillas	\$1.196.000
mesas	\$799.000
silla oficina	\$74.900
escritorio	\$249.900
<b>Total</b>	<b>\$31.765.907</b>

Fuente: elaboración propia

## Inversiones en capital de trabajo

El capital de trabajo para los primeros seis meses corresponde a \$124.135.236 pesos, con esto Makú podrá operar a corto plazo. Como podemos observar en la siguiente grafica donde se muestra el capital de trabajo mensual.

**Tabla 32**

*Capital de trabajo*

Capital de trabajo			
Activo corriente		Pasivo corriente	
Materia prima	\$ 9.173.419	Servicios públicos	\$431.000
<b>Total</b>	<b>\$9.173.419</b>	Honorarios contador	\$100.000
		Arriendo	\$1.800.000
		Nomina	\$9.184.787
		<b>Total</b>	<b>\$20.689.206</b>

Fuente: elaboración propia

## Capítulo VII Estructura organizacional

### Organigrama

*Ilustración 17*  
*Organigrama origen*



Fuente: Elaboración propia

Se escogió una estructura vertical, organizada de manera funcional donde se puede ver los perfiles profesionales, además se puede observar la responsabilidad y autoridad de cada uno de los cargos allí descritos. Esta estructura es la que mejor se adapta al negocio, además que es la más usada en el sector.

Makú salón de onces en su fase inicial contará con 6 empleados fijos con contrato a término indefinido y 1 empleado freelance que se encuentra en el área administrativa.

Estos cargos irán aumentando según el crecimiento de esta.

## Perfiles del cargo

### Ilustración 18

#### Perfil del cargo

<b>Cargo:</b>	Administrador
<b>Jefe inmediato</b>	Socios
<b>Supervisa</b>	Jefe de mesa y bar Contador Barista Mesero Auxiliar
	<b>Principales</b>
	*Supervisión del salón de onces *Realizar pedidos de materia prima e insumos a los distintos proveedores *Ordenar, dirigir, coordinar y controlar el personal a cargo *Realizar informes de ingresos, gastos y costos requeridos por los socios *supervisión y pago de cuentas por pagar
<b>Funciones</b>	<b>Secundarias</b>
	*Encargado de dar apertura o al cierre del local *Asegurar y controlar los estándares de calidad e higiene en el establecimiento planeación del mantenimiento preventivo de equipos y maquinaria del local *Elabora programación semanal (horarios) de los empleados *Recepción y solución de quejas y reclamos de los clientes *Se asegura de que los empleados cumplan las normas y política de la empresa
<b>Requisitos</b>	*Tecnólogo o profesional en carreras administrativas 1 año de experiencia reciente y certificable como Administrador, Líder de punto de venta o cargos afines en restaurantes, pastelerías, cafeterías o puntos del sector alimentos. *Habilidades de liderazgo, manejo de personal, supervisión en cumplimientos de horarios y normas de la compañía, conocimientos en reporte de nómina, manejo de objeciones y conocimientos en plan de saneamiento básico. *Persona responsable, comprometida y con vocación para la atención al cliente.

Fuente: Elaboración propia

<b>Cargo:</b>	Jefe mesa y bar
<b>Jefe inmediato</b>	Administrador
<b>Supervisa</b>	Barista Mesero Auxiliar
	<b>Principales</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Manejo de caja y facturación del local</li> <li>*verifica que se cuente con el mínimo y máximo stock necesario</li> <li>*Supervisar, dirigir, coordinar y controlar el personal a cargo</li> <li>*Capacita personal nuevo</li> <li>*Asegura dar una buena atención al cliente</li> <li>* Gestiona la reserva de mesas</li> <li>*Toma de domicilios</li> </ul>
<b>Funciones</b>	<b>Secundarias</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Cumplirá con la funciones del gerente en caso de que sea necesario</li> <li>*Asegurar y controlar los estándares de calidad e higiene del área de trabajo</li> <li>*Verificar que el material publicitario se encuentre en su lugar</li> <li>*verifica que se cuente con el stock mínimo de materia prima</li> </ul>
<b>Requisitos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Experiencia de 2 años en establecimientos como clubes, hoteles o reconocidos restaurantes,</li> <li>*Técnico o tecnólogo en Mesa y Bar, administración turística y hotelera o en organización de eventos.</li> <li>*Certificación en BPM - Buenas Prácticas de Manufactura.</li> <li>*Habilidades para liderar grupos de trabajo en el área de alimentos y bebidas, realizando capacitaciones, apoyo al montaje de instalaciones y eventos, control de inventarios, entre otros.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

<b>Cargo:</b>	Barista
<b>Jefe inmediato</b>	Jefe de mesa y bar
<b>Supervisa</b>	Auxiliar
	<b>Principales</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Preparación y montaje de las distintas bebidas calientes ofertadas en la carta</li> <li>*Realiza mices and place de los productos necesarios para cumplir su labor</li> <li>*Asegura que las bebidas sean entregadas con los estándares establecidos para su preparación y presentación</li> <li>*Realiza apertura o cierre de su puesto de trabajo</li> </ul>
<b>Funciones</b>	<b>Secundarias</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Asegurar y controlar los estándares de calidad e higiene en su puesto de trabajo</li> <li>*Realizar mantenimiento semanal de la máquina de expressos</li> <li>*Recepción de materia prima e insumos utilizados para las preparación de las bebidas</li> </ul>
<b>Requisitos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Técnico o tecnólogo en café o mesa y bar</li> <li>*Debe contar con conocimientos en métodos de preparación de bebidas a base de café y chocolate</li> <li>*Certificación en BPM - Buenas Prácticas de Manufactura.</li> <li>*Experiencia mínima de 1 año</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

<b>Cargo:</b>	Mesero
<b>Jefe inmediato</b>	Jefe de mesa y bar
<b>Supervisa</b>	N/A
	<b>Principales</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Verifica que se cuente con el mínimo y máximo stock necesario para cumplir con su labor</li> <li>*recibir al cliente y ubicarlo en el local</li> <li>*Tomar pedido de los clientes</li> <li>*Realizar sugerencias al cliente cuando sea necesario</li> <li>*Responder las inquietudes del cliente en cuanto al menú y servicio</li> <li>*Asegura de que los pedidos sean entregados en su totalidad con la calidad y presentación establecida</li> <li>*Solicitar y entregar la cuenta del cliente</li> <li>*Realiza apertura o cierre de su puesto de trabajo</li> </ul>
<b>Funciones</b>	<b>Secundarias</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Asegurar y controlar los estándares de calidad e higiene en su puesto de trabajo</li> <li>*Recepción de materia prima e insumos utilizados para el mantenimiento del local</li> <li>*Mantener el local en óptimas condiciones de aseo y salubridad para el recibimiento de los clientes</li> </ul>
<b>Requisitos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Bachilleres, técnicos o tecnólogos en mesa y bar.</li> <li>*Certificación en BPM - Buenas Prácticas de Manufactura.</li> <li>*Experiencia mínima de 1 año en el cargo en restaurantes reconocidos o Hoteles .</li> <li>*Conocimientos en protocolo, preparación de instalaciones, toma de pedidos, entrega a los usuarios las cuentas de cobro</li> </ul>



Fuente: Elaboración propia

<b>Cargo:</b>	Auxiliar
<b>Jefe inmediato</b>	Jefe de mesa y bar
<b>Supervisa</b>	N/A
	<b>Principales</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Preparación y montaje de las distintas bebidas frías y acompañantes ofertados en la carta</li> <li>*Realiza miche and place de los productos utilizados para cumplir con su función</li> <li>*Realiza labores de steward</li> <li>*Realiza mantenimiento semanal de los equipos utilizados para cumplir su función</li> <li>*Realiza apertura o cierre de su puesto de trabajo</li> </ul>
<b>Funciones</b>	<b>Secundarias</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Asegurar y controlar los estándares de calidad e higiene en su puesto de trabajo</li> <li>*Recepción de materia prima e insumos utilizados para su labor</li> </ul>
<b>Requisitos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Bachiller, técnico o tecnólogo en gastronomía experiencia mínima de 1 año</li> <li>*Certificación en BPM - Buenas Prácticas de Manufactura</li> <li>*Conocimientos en producción de preparaciones gastronómicas en establecimientos de alimentos y bebidas, tipo cadenas de restaurantes, centros de convenciones, operadores de eventos, clubes sociales o corporativos, hoteles y/o servicios de catering.</li> </ul>



Fuente: Elaboración propia

## Manual de funciones

**Tabla 33**

Manual de funciones

<b>Manual específico de funciones y competencias laborales Makú</b>	
<b>I Identificación</b>	
Nivel :	Directivo
Identificación de empleo:	Administrador
No de cargos:	1
Cargo del jefe inmediato :	Socios
<b>II Propósito principal</b>	
Ordenar, dirigir, coordinar y controlar los diferentes procesos administrativos y operacionales de Makú salón de onces	
<b>III Funciones</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Determinar las estrategias necesarias para el cumplimiento de los objetivos y metas dl salón de onces</li> <li>2. Realizar pedidos de materia prima e insumos a los distintos proveedores</li> <li>3. Ordenar, dirigir, coordinar y controlar el personal a cargo</li> <li>4. Realizar informes de ingresos, gastos y costos requeridos por los socios</li> <li>5. Supervisión y pago de cuentas por pagar</li> <li>6. Realizar conteo de caja diario y realizar arqueo cada cambio de turno</li> <li>7. Encargado de dar apertura o cierre del local</li> <li>8. Asegurar y controlar los estándares de calidad e higiene en el establecimiento</li> <li>9. Planeación del mantenimiento preventivo de equipos y maquinaria del local</li> <li>10. Elabora programación semanal (horarios) de los empleados</li> <li>11. Recepción y solución de quejas y reclamos de los clientes, empleados y proveedores</li> <li>12. Se asegura de que los empleados cumplan las normas y políticas de la empresa</li> <li>13. Convoca a reuniones cuando sea necesario</li> <li>14. A cargo de las amonestaciones, suspensiones y despidos del personal</li> <li>15. proponer mejoras para la venta de los productos</li> <li>16. A cargo de los requerimientos legales de la empresa</li> <li>17. realiza auditorías internas cuando sea necesario</li> </ol>	

IV conocimientos básicos	
V Requisitos de estudio y experiencia	
Estudios	Experiencia
Tecnólogo o profesional o en carreras administrativas	1 año en el sector gastronómico

Fuente: Elaboración propia

Manual específico de funciones y competencias laborales Makú	
I Identificación	
Nivel :	Funcional
Identificación de empleo:	Jefe de mesa y bar
No de cargos:	1
Cargo del jefe inmediato :	Administrador
II Propósito principal	
Ordenar, dirigir, coordinar y controlar los diferentes procesos operacionales de Makú salón de onces	
III Funciones	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Manejo de caja y facturación del local</li> <li>2. Verifica que se cuente con el mínimo stock necesario</li> <li>3. Supervisar, dirigir, coordinar y controlar el personal a cargo</li> <li>4. Capacita personal nuevo</li> <li>5. Asegura dar una buena atención al cliente</li> <li>6. Realizara apertura o cierre del local</li> <li>7. Cumplirá con la función del gerente en caso de que sea necesario</li> <li>8. Asegurar y controlar los estándares de calidad e higiene en el establecimiento</li> <li>9. Toma las reservaciones tanto individuales como de eventos vía telefónica y web</li> <li>10. Mantiene formatos a su cargo al día</li> </ol>	
IV conocimientos básicos	
V Requisitos de estudio y experiencia	
Estudios	Experiencia

Técnico o tecnólogo en Mesa y Bar, administración turística y hotelera o en organización de eventos	2 años en el sector gastronómico
---	----------------------------------

Fuente: Elaboración propia

<b>Manual específico de funciones y competencias laborales Makú</b>	
<b>I Identificación</b>	
Nivel :	Operacional
Identificación de empleo:	Barista
No de cargos:	2
Cargo del jefe inmediato :	Jefe de mesa y bar
<b>II Propósito principal</b>	
Preparación de bebidas cumpliendo con los estándares planteados	
<b>III Funciones</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Preparación y montaje de las distintas bebidas calientes ofertadas en la carta</li> <li>2. Realiza mise en place de los productos necesarios para cumplir su labor</li> <li>3. Asegura que las bebidas sean entregadas con los estándares establecidos para su preparación y presentación</li> <li>4. Realiza apertura o cierre de su puesto de trabajo</li> <li>5. Asegurar y controlar los estándares de calidad e higiene en su puesto de trabajo</li> <li>6. Realizar mantenimiento semanal de la máquina de expresos</li> <li>7. Recepción de materia prima e insumos utilizados para las preparaciones de las bebidas</li> <li>8. Participar en los programas de capacitación e inducción.</li> <li>9. Rotular los productos a su cargo</li> <li>10. Mantener al día los formatos a su cargo</li> <li>11. Sacar la basura todos los días.</li> <li>12. Apagar los equipos a su cargo</li> <li>13. Reportar algún daño a sus superiores</li> <li>14. Apoyar eventos</li> </ol>	
<b>IV conocimientos básicos</b>	

<b>V Requisitos de estudio y experiencia</b>	
<b>Estudios</b>	<b>Experiencia</b>
Técnico o tecnólogo en café o mesa y bar	1 año en el sector gastronómico

Fuente: Elaboración propia

<b>Manual específico de funciones y competencias laborales Makú</b>	
<b>I Identificación</b>	
Nivel :	Operacional
Identificación de empleo:	Mesero
No de cargos:	1
Cargo del jefe inmediato :	Jefe de mesa y bar
<b>II Propósito principal</b>	
Brindar una experiencia diferente a los clientes por medio de su servicio	
<b>III Funciones</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Recibir al cliente y ubicarlo en el local</li> <li>2. Tomar pedido de los clientes</li> <li>3. Verifica el montaje del establecimiento diariamente</li> <li>4. Realizar sugerencias al cliente cuando sea necesario</li> <li>5. Responder las inquietudes del cliente en cuanto al menú y servicio</li> <li>6. Asegura de que los pedidos sean entregados en su totalidad con la calidad y presentación establecida</li> <li>7. Solicitar y entregar la cuenta del cliente</li> <li>8. Realiza apertura o cierre de su puesto de trabajo</li> <li>9. Asegurar y controlar los estándares de calidad e higiene en su puesto de trabajo</li> <li>10. Recepción de materia prima e insumos utilizados para el mantenimiento del local</li> <li>11. Mantener el local en óptimas condiciones de aseo y salubridad para el recibimiento de los clientes</li> <li>12. Montaje de logística de eventos y reservaciones</li> <li>13. Mantener al día formatos a su cargo</li> </ol>	
<b>IV conocimientos básicos</b>	
<b>V Requisitos de estudio y experiencia</b>	
<b>Estudios</b>	<b>Experiencia</b>
Técnico o tecnólogo en café o mesa y bar	1 año en el sector gastronómico

--	--

Fuente: Elaboración propia

## Manual específico de funciones y competencias laborales Makú

### I Identificación

Nivel :	Operacional
Identificación de empleo:	auxiliar
No de cargos:	1
Cargo del jefe inmediato :	jefe de mesa y bar

### II Propósito principal

Apoyo a las labores diarias del local

### III Funciones

1. Preparación y montaje de las distintas bebidas frías y acompañantes ofertados en la carta
2. Realiza miche and place de los productos utilizados para cumplir con su función
3. Realiza labores de steward
4. Realiza mantenimiento semanal de los equipos utilizados para cumplir su función
5. Realiza apertura o cierre de su puesto de trabajo
6. Asegurar y controlar los estándares de calidad e higiene en su puesto de trabajo
7. Recepción de materia prima e insumos utilizados para su labor
8. Rotulado y verificación de fechas de vencimiento de los productos
9. Mantener al día los formatos que tiene a cargo
10. Apagar los equipos a su cargo
11. Sacar la basura todos los días
12. Reportar algún daño a los jefes inmediatos
13. Apoyar los eventos

### IV conocimientos básicos

<b>V Requisitos de estudio y experiencia</b>	
<b>Estudios</b>	<b>Experiencia</b>
Bachiller, técnico o tecnólogo en gastronomía	1 año en el sector gastronómico

Fuente: Elaboración propia

## **Requisitos legales del proyecto**

Makú salón de onces se constituirá bajo la figura de sociedad por acciones simplificadas (sas). Ley N° 1258 (2008) afirma: “La sociedad por acciones simplificada podrá constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes sólo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes, sin exponer sus bienes es decir limitadamente, por tiempo indeterminado; además las utilidades se distribuirán en proporción a las aportaciones.” (art.1). (Congreso de la República, 2008). La SAS es una sociedad comercial que estimula el emprendimiento debido a la facilidad que posee para la realización de su constitución haciendo más sencillo el proceso de registro, se adapta perfectamente a nuestra empresa por el motivo que esta nos ofrece más flexibilidad.

En este caso la sociedad está conformada por dos socios inicialmente, a cada uno de los cuales le corresponde el 50% de la compañía.

Para la constitución de la sociedad, Ley N° 1258 del 2008, (Congreso de la República, 2008) afirma lo siguiente:

### **ARTÍCULO 5o. CONTENIDO DEL DOCUMENTO DE CONSTITUCIÓN.**

La sociedad por acciones simplificada se creará mediante contrato o acto unilateral que conste en documento privado, inscrito en el Registro Mercantil de la

Cámara de Comercio del lugar en que la sociedad establezca su domicilio principal, en el cual se expresarán cuando menos lo siguiente:

- 1) Nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas.
- 2) Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras “sociedad por acciones simplificada”; o de las letras S.A.S.;
- 3) El domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución.
- 4) El término de duración, si este no fuere indefinido. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad se ha constituido por término indefinido.
- 5) Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil, lícita. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita.
- 6) El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que estas deberán pagarse.
- 7) La forma de administración y el nombre, documento de identidad y facultades de sus administradores. En todo caso, deberá designarse cuando menos un representante legal.

**PARÁGRAFO 1** El documento de constitución será objeto de autenticación de manera previa a la inscripción en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio, por quienes participen en su suscripción. Dicha autenticación podrá hacerse directamente o a través de apoderado.

**PARÁGRAFO 2** Cuando los activos aportados a la sociedad comprendan bienes cuya transferencia requiera escritura pública, la constitución de la sociedad deberá hacerse de igual manera e inscribirse también en los registros correspondientes.

La representación legal estará a cargo de una persona natural o jurídica, como se haya manifestado en los estatutos de la compañía, a falta de condiciones o asignaciones en estatuto se entiende que el representante legal podrá ejecutar y/o celebrar todos los actos establecidos en el objeto social y que se relacionen con la existencia y funcionamiento de la sociedad Ley 1258 del 2008. (Congreso de la República, 2008)

### **Pasos para el registro de la empresa**

Para registrar una empresa en Colombia se deben seguir los siguientes pasos

- 1) Se debe consultar que el nombre de la compañía esté disponible, esto se realiza por medio de la página de Registro Único empresarial y Social (RUES)
- 2) Redactar y suscribir los estatutos de la compañía y legalizarlos mediante notaria publica
- 3) Presentar estatutos, formularios diligenciados, la cédula del representante legal y la de su suplente. Para tramitar el pre-Rut y la prematricula mercantil por medio de la cámara de comercio en ciudad en donde se registrará la empresa (Anexo 1 Y 2)
- 4) Apertura cuenta bancaria
- 5) Tramitar Rut en la Dian
- 6) Solicitar ante la Dian la resolución y habilitación de facturación (anexo3)

Debido a que la empresa se encuentra en el sector gastronómico también debe contar con los siguientes requisitos para dar apertura (Londoño, 2016)

### **Concepto sanitario**

Según la ley 9 de 1979 en su capítulo 5 (anexo 4), además de la resolución 2674 de 2013 muestra las normas y requisitos sanitarios a las que están sujetos este tipo de establecimientos para expedir dicho certificado.

En Bogotá es la Secretaria Distrital de salud la encargada de expedirlo por medio de una visita donde se realizan pruebas técnicas que miden las condiciones físicas e higiénicas del lugar.

Cabe tener en cuenta que la secretaria seguirá inspeccionando, vigilando y controlando el establecimiento mientras este se encuentre en funcionamiento. Este proceso no tiene ningún costo.

### **Concepto técnico Bomberos**

Se realiza mediante una visita técnica donde se realiza la inspección del sistema de protección contra incendios y las condiciones de seguridad humanas en el establecimiento. Para la solicitud de este se debe contar con original o fotocopia legible del Certificado de Existencia y Representación Legal expedido por la de Cámara de Comercio renovado, con vigencia de 1 año. Además de cancelar \$55. 300 pesos (BOGOTA, 2019)

### **Certificado Sayco & Acinpro**

Debido a que el establecimiento hace uso de música, se debe pagar los derechos esto por medio de OSA que es la encargada de recaudar dicho pago y expedir el paz y salvo o certificado anual su costo es de \$358.400 pesos

## Certificado de Manipulación de alimentos

Con este certificado deben contar cada uno de los trabajadores del establecimiento y se adquiere mediante instituciones certificadas y cuentan con el personal capacitado en higiene y seguridad alimentaria. Su costo varía y lo debe asumir el empleado.

## Gastos Administrativos

Los gastos administrativos se presentan en la siguiente tabla donde se observa la discriminación de cada uno de ellos y su valor mensual

**Tabla 34**

*Gastos administrativos*

Gastos administrativos		
Nomina	Gastos fijos	
\$2.171.934	servicios públicos	\$ 131.000
	servicio contador	\$ 100.000
	papelería	\$ 70.000
	depreciación	\$ 70.382
	registro empresa	\$ 120.175
	certificado osa	\$ 29.867
	concepto bomberos	\$ 4.608
	dotación	\$ 134.458
	<b>Total</b>	<b>\$ 2.543.316</b>

Fuente: Elaboración Propia

## Metodologías de motivación

Los colaboradores de Makú salón de onces, son parte vital de la compañía , puesto que, del buen desarrollo de sus funciones, depende gran parte del funcionamiento y éxito de la compañía. Es por esto emplearemos las siguientes estrategias, buscando

crear condiciones que estimulen a los trabajadores a dar lo mejor de ellos y cumplir con las metas que la compañía y ellos se proponen buscando el bienestar general.

- **Flexibilización horarios:** Para aquellos colaboradores que estudien o decidan estudiar programaremos los horarios de tal forma que puedan continuar con estos, sin afectar la productividad de la compañía.
- **Programa de acompañamiento** Todos los trabajadores nuevos que ingresen a la compañía entraran a un programa de acompañamiento, en donde se capacitaran y entrenara en las diferentes funciones que deben cumplir, manejo de maquinaria y equipo para su labor, además de conocer sobre la organización.
- **Cursos:** Todos colaboradores tomaran cursos en servicio al cliente, manipulación de alimentos, seguridad alimentaria, entre otros que aporten a la optimización y mejoramiento de las actividades que cumplen a diario.
- **Desayuno semestral:** La compañía ofrecerá un desayuno semestral donde se realizará un feedback general tanto de la compañía a los trabajadores, como de los trabajadores a la compañía, además se informarán de los cambios y metas entre otros.
- **Reconocimiento mejor colaborador:** Cada 3 meses se reconocerá al colaborador que cumpla a cabalidad con sus funciones y que obtenga buenas calificaciones en las evaluaciones de desempeño.

## **Mecanismos de liderazgo**

Como se puede observar en la Ilustración numero 17 nuestra compañía cuenta con varios líderes. Ellos nos ayudaran a detectar aquellos puntos donde no se cumplan los protocolos correctamente o aquellos por el contrario nos ayudan a optimizar procesos. Se

realizará una reunión mensual con ellos de manera que haya un feedback. buscando crear y mejorar estrategias que optimicen los procesos.

Además que recibirán capacitación para potencializar sus capacidades de liderazgo entre otras, para que sean compartida con los demás miembros de la compañía.

## Capitulo VIII Estudio financiero

### Presupuestos

Makú salón de onces tendrá los siguientes gastos anuales como se observa en la siguiente tabla, en la cual se tuvo en cuenta el pronóstico del IPC para su incremento anual.

**Tabla 35**

*Presupuesto*

Presupuesto gastos						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>producción</b>						
materia prima	\$110.081.028	\$114.319.148	\$118.720.435	\$123.291.172	\$128.037.882	\$132.967.340
servicios públicos	\$3.600.000	\$3.738.600	\$3.882.536	\$4.032.014	\$4.187.246	\$4.348.455
arriendo	\$21.600.000	\$22.431.600	\$23.310.919	\$24.229.369	\$25.220.350	\$26.307.347
nomina	\$84.154.236	\$87.394.174	\$90.758.850	\$94.253.066	\$97.881.809	\$101.650.258
depreciación	\$2.592.951	\$2.592.951	\$2.592.951	\$2.592.951	\$2.592.951	\$2.592.951
aseo	\$1.686.720	\$1.751.659	\$1.819.098	\$1.889.133	\$1.961.864	\$2.037.396
mantenimiento	\$250.000	\$259.625	\$269.621	\$280.001	\$290.781	\$301.976
<b>Administración</b>						
servicios públicos	\$1.572.000	\$1.632.522	\$1.695.374	\$1.760.646	\$1.828.431	\$1.898.825
Papelería	\$840.000	\$872.340	\$906.536	\$942.254	\$980.792	\$1.023.064
dotación	\$1.613.500	\$1.675.620	\$1.740.131	\$1.807.126	\$1.876.701	\$1.948.953
nomina	\$26.063.208	\$27.066.642	\$28.108.708	\$29.190.893	\$30.314.742	\$31.481.860
registro empresa	\$1.442.100	\$1.152.000	\$1.196.352	\$1.242.412	\$1.290.244	\$1.339.919
certificado osa	\$358.400	\$372.198	\$386.789	\$402.028	\$418.471	\$436.507
concepto bomberos	\$55.300	\$30.387	\$31.578	\$32.822	\$34.164	\$35.637
honorarios contador	\$1.200.000	\$1.246.200	\$1.294.179	\$1.344.005	\$1.395.749	\$1.449.485
depreciación	\$844.580	\$844.580	\$844.580	\$844.580	\$844.580	
<b>Ventas</b>						
publicidad	\$3.600.000	\$3.738.600	\$3.882.536	\$4.032.014	\$4.187.246	\$4.348.455

Fuente: Elaboración Propia

Los gastos para el año 0 tienen un total de \$259.940.523 pesos, para el año 1 \$268.291.226 pesos, para el año 2 \$278.504.689 pesos, para el año 3 \$289.116.947 pesos, para el año 4 \$300.177.058 pesos y para el año 5 \$310.879.557 pesos.

## Flujo de caja

El flujo de caja nos muestra los ingresos y egresos de dinero, lo que ayuda a controlar la liquidez de la empresa, como se puede observar en la siguiente tabla, donde se proyecta a 6 años teniendo en cuenta el saldo inicial que corresponde a \$26.378.293 pesos. Además para el año 0 solo se tuvo en cuenta el aporte de los socios, la inversión en maquinaria, equipo, muebles y enseres, el préstamo bancario y los documentos de apertura.

**Tabla 36** Flujo de caja

Flujo de caja						
	año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Saldo inicial		\$26.378.293	\$13.449.496	\$24.426.245	\$37.729.926	\$51.394.411
<b>Ingresos:</b>						
Venta		\$331.681.200	\$360.888.240	\$393.695.256	\$429.016.680	\$468.740.040
Prestamos recibidos	\$40.000.000					
Aportes socios	\$20.000.000					
<b>Total Ingresos</b>	<b>\$60.000.000</b>	<b>\$331.681.200</b>	<b>\$360.888.240</b>	<b>\$393.695.256</b>	<b>\$429.016.680</b>	<b>\$468.740.040</b>
<b>Egresos:</b>						
Maquinaria y equipo	\$23.377.975					
Muebles y enseres	\$6.774.432					
Dotación	\$1.613.500	\$1.675.620	\$1.740.131	\$1.807.126	\$1.876.701	\$1.948.953
Pago planta de personal		\$110.217.444	\$114.460.816	\$118.867.558	\$123.443.959	\$128.196.551
Materia prima		\$110.081.028	\$114.319.148	\$118.720.435	\$123.291.172	\$128.037.882
Arriendo		\$21.600.000	\$22.431.600	\$23.310.919	\$24.229.369	\$25.220.350
Servicios públicos		\$5.172.000	\$5.371.122	\$5.577.910	\$5.792.660	\$6.015.677
Papelería		\$840.000	\$872.340	\$906.536	\$942.254	\$980.792
Honorarios contador		\$1.200.000	\$1.246.200	\$1.294.179	\$1.344.005	\$1.395.749
Publicidad		\$3.600.000	\$3.738.600	\$3.882.536	\$4.032.014	\$4.187.246
Aseo		\$1.686.720	\$1.751.659	\$1.819.098	\$1.889.133	\$1.961.864
Mantenimiento		\$250.000	\$259.625	\$269.621	\$280.001	\$290.781
registro empresa	\$1.442.100	\$1.152.000	\$1.152.000	\$1.196.352	\$1.242.412	\$1.290.244
certificado osa	\$358.400	\$372.198	\$386.789	\$402.028	\$418.471	\$436.507
concepto bomberos	\$55.300	\$30.387	\$31.578	\$32.822	\$34.164	\$35.637
Impuestos		\$ 51.082.187	\$ 59.492.778	\$ 68.737.597	\$ 79.734.917	\$ 92.406.649
obligaciones financieras		\$6.874.818	\$6.078.080	\$5.125.486	\$3.986.547	\$2.624.812
Abono a capital		\$4.072.922	\$4.869.660	\$5.822.254	\$6.961.192	\$8.322.928
<b>Total egresos</b>	<b>\$33.621.707</b>	<b>\$318.231.704</b>	<b>\$336.461.995</b>	<b>\$355.965.330</b>	<b>\$377.622.269</b>	<b>\$401.403.670</b>
Ingresos- egresos	\$26.378.293	\$13.449.496	\$24.426.245	\$37.729.926	\$51.394.411	\$67.336.370
<b>Saldo final de caja</b>	<b>\$26.378.293</b>	<b>\$13.449.496</b>	<b>\$24.426.245</b>	<b>\$37.729.926</b>	<b>\$51.394.411</b>	<b>\$67.336.370</b>

Fuente: Elaboración Propia

## Estados financieros

Para determinar los gastos financieros se tuvo en cuenta el total de la inversión inicial la cual incluye el capital de trabajo, las inversiones en infraestructura y otros gastos como papelería, productos de aseo entre otros.

**Tabla 37**  
*Inversión inicial*

Capital de trabajo	\$20.689.206
Infraestructura	\$31.765.907
Otros	\$1.855.800
<b>Total</b>	<b>\$54.310.913</b>

Fuente: Elaboración Propia

El total de la inversión es de \$54.310.913 pesos. Para su pago los socios aportaran \$20.000.000 y el restante sera tomado de un crédito bancario por un valor de \$40.000.000 pesos, del cual se puede observar su plan de pagos en la siguiente tabla.

**Tabla 38**  
*Amortización*

Valor actual	\$40.000.000
Tasa mensual	1,50%
Anual	18,95%
Plazo	72

Periodos	Saldo inicial	Cuotas	Intereses	Capital	Cuota con seguro	saldo final
1	\$40.000.000	\$10.947.740	\$6.874.818	\$4.072.922	\$12.727.320	\$35.927.078
2	\$35.927.078	\$10.947.740	\$6.078.080	\$4.869.660	\$14.713.048	\$31.057.418
3	\$31.057.418	\$10.947.740	\$5.125.486	\$5.822.254	\$14.713.048	\$25.235.164
4	\$25.235.164	\$10.947.740	\$3.986.547	\$6.961.192	\$14.713.048	\$18.273.972
5	\$18.273.972	\$10.947.740	\$2.624.812	\$8.322.928	\$14.713.048	\$9.951.044
6	\$9.951.044	\$10.947.740	\$996.696	\$9.951.044	\$14.713.048	\$0

Fuente: Elaboración Propia

Teniendo en cuenta los datos anteriores se realizará la proyección de los estados financieros como se observa en las siguientes tablas.

**Tabla 39**  
**Balance General**

Balance general						
Activos	año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Disponible	\$26.378.293	\$13.449.496	\$24.426.245	\$37.729.926	\$51.394.411	\$67.336.370
Inventario materia prima	\$110.081.028	\$114.319.148	\$118.720.435	\$123.291.172	\$128.037.882	\$132.967.340
<b>Total activo corriente</b>	<b>\$136.459.321</b>	<b>\$127.768.644</b>	<b>\$143.146.680</b>	<b>\$161.021.098</b>	<b>\$179.432.293</b>	<b>\$200.303.710</b>
Maquinaria y equipo	\$23.377.975	\$23.377.975	\$23.377.975	\$23.377.975	\$23.377.975	\$23.377.975
Muebles y enseres	\$6.774.432	\$6.774.432	\$6.774.432	\$6.774.432	\$6.774.432	\$6.774.432
Depreciación acumulada		\$3.437.531	\$6.875.061	\$10.312.592	\$13.750.123	\$17.187.654
<b>Total activo fijo</b>	<b>\$30.152.407</b>	<b>\$33.589.938</b>	<b>\$37.027.468</b>	<b>\$40.464.999</b>	<b>\$43.902.530</b>	<b>\$47.340.061</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$166.611.728</b>	<b>\$161.358.581</b>	<b>\$180.174.149</b>	<b>\$201.486.097</b>	<b>\$223.334.823</b>	<b>\$247.643.771</b>
Pasivos						
Obligaciones financieras	\$4.072.922	\$4.869.660	\$5.822.254	\$6.961.192	\$8.322.928	\$9.951.044
Cuentas por pagar proveedores	\$111.767.748	\$116.070.807	\$120.539.533	\$125.180.305	\$129.999.746	\$135.004.736
Impuestos por pagar		\$51.082.187	\$59.492.778	\$68.737.597	\$79.734.917	\$92.406.649
<b>Total pasivo corriente</b>	<b>\$115.840.670</b>	<b>\$172.022.653</b>	<b>\$185.854.565</b>	<b>\$200.879.094</b>	<b>\$218.057.591</b>	<b>\$237.362.429</b>
obligaciones financieras LP	\$35.927.078	\$31.057.418	\$25.235.164	\$ 18.273.972	\$ 9.951.044	
<b>Total pasivo LP</b>	<b>\$35.927.078</b>	<b>\$31.057.418</b>	<b>\$25.235.164</b>			
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>\$151.767.748</b>	<b>\$203.080.071</b>	<b>\$211.089.729</b>	<b>\$200.879.094</b>	<b>\$218.057.591</b>	<b>\$237.362.429</b>
Patrimonio						
Capital social	\$20.000.000	\$20.000.000	\$20.000.000	\$20.000.000	\$20.000.000	\$20.000.000
Reserva legal	\$1.132.560	\$2.322.161	\$3.729.234	\$5.190.892	\$6.905.613	\$8.998.410
Utilidad del ejercicio		\$11.325.595	\$23.221.614	\$37.292.342	\$51.908.924	\$69.056.128
Utilidades acumuladas		\$10.193.036	\$74.822.618	\$129.967.012	\$204.684.214	\$300.137.276
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$21.132.560</b>	<b>\$43.840.793</b>	<b>\$121.773.465</b>	<b>\$192.450.246</b>	<b>\$283.498.751</b>	<b>\$398.191.814</b>
<b>Total pasivo y patrimonio</b>	<b>\$172.900.308</b>	<b>\$246.920.864</b>	<b>\$332.863.194</b>	<b>\$393.329.340</b>	<b>\$501.556.343</b>	<b>\$635.554.243</b>

Fuente: Elaboración Propia

Como se puede observar la mayor parte del activo se encuentra en el corriente siendo la materia prima la que predomina debido a que es esencial para la empresa. El pasivo la mayor parte se encuentra en el corriente lo que indica que el pago de las deudas se encuentra a corto plazo siendo las cuentas por pagar a proveedores la que predomina

**Tabla 40***Estado de resultados*

Estado de resultados						
	año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$ 331.681.200	\$ 360.888.240	\$ 393.695.256	\$ 429.016.680	\$ 468.740.040	\$ 513.922.032
<b>Costo de ventas</b>	<b>\$224.809.512</b>	<b>\$233.464.679</b>	<b>\$242.453.069</b>	<b>\$251.787.512</b>	<b>\$261.481.331</b>	<b>\$271.548.362</b>
Materia prima	\$110.081.028	\$114.319.148	\$118.720.435	\$123.291.172	\$128.037.882	\$132.967.340
Mano de obra directa	\$84.154.236	\$87.394.174	\$90.758.850	\$94.253.066	\$97.881.809	\$101.650.258
gastos indirectos de fabricación	\$ 30.574.248	\$ 31.751.357	\$ 32.973.784	\$ 34.243.274	\$ 35.561.641	\$ 36.930.764
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$ 106.871.688</b>	<b>\$ 127.423.561</b>	<b>\$ 151.242.187</b>	<b>\$ 177.229.168</b>	<b>\$ 207.258.709</b>	<b>\$ 242.373.670</b>
<b>Gastos operacionales</b>	<b>\$37.589.088</b>	<b>\$38.631.089</b>	<b>\$40.086.763</b>	<b>\$41.598.779</b>	<b>\$43.171.120</b>	<b>\$43.962.706</b>
Gastos administrativos	\$33.989.088	\$34.892.489	\$36.204.227	\$37.566.766	\$38.983.874	\$39.614.251
Gastos personal administrativo	\$26.063.208	\$27.066.642	\$28.108.708	\$29.190.893	\$30.314.742	\$31.481.860
Gastos operacionales administrativos	\$7.925.880	\$7.825.847	\$8.095.519	\$8.375.873	\$8.669.132	\$8.132.391
<b>Gastos de ventas</b>	<b>\$3.600.000</b>	<b>\$3.738.600</b>	<b>\$3.882.536</b>	<b>\$4.032.014</b>	<b>\$4.187.246</b>	<b>\$4.348.455</b>
Gastos operacionales ventas	\$3.600.000	\$3.738.600	\$3.882.536	\$4.032.014	\$4.187.246	\$4.348.455
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>\$69.282.600</b>	<b>\$88.792.472</b>	<b>\$111.155.424</b>	<b>\$135.630.388</b>	<b>\$164.087.589</b>	<b>\$198.410.964</b>
Gastos financieros	\$6.874.818	\$6.078.080	\$5.125.486	\$3.986.547	\$2.624.812	\$996.696
<b>UTILIDAD ANTES DE IMP</b>	<b>\$62.407.782</b>	<b>\$82.714.392</b>	<b>\$106.029.938</b>	<b>\$131.643.841</b>	<b>\$161.462.777</b>	<b>\$197.414.268</b>
Impuesto renta	\$19.970.490	\$25.641.462	\$31.808.981	\$39.493.152	\$48.438.833	\$59.224.280
Imp consumo	\$26.534.496	\$28.871.059	\$31.495.620	\$34.321.334	\$37.499.203	\$41.113.763
ICA	\$4.577.201	\$4.980.258	\$5.432.995	\$5.920.430	\$6.468.613	\$7.092.124
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$11.325.595</b>	<b>\$23.221.614</b>	<b>\$37.292.342</b>	<b>\$51.908.924</b>	<b>\$69.056.128</b>	<b>\$89.984.101</b>

Fuente: Elaboración propia

Se observa la empresa desde su primer año está generando utilidades, los costos de ventas son los más altos debido que es allí donde se centra el mayor esfuerzo de la empresa. Además que anualmente el volumen de ventas es mayor por lo que aumentan algunos costos.

## Indicadores evaluación financiera

### VPN, TIR y relación beneficio costo

Teniendo claro los flujos de efectivo es posible determinar la viabilidad del proyecto por medio de la VPN, la TIR y la relación beneficio costo, como se observa a continuación

**Tasa de rentabilidad esperada : 15%**

**Tabla 41**

VPN Y TIR

Flujo de caja proyectado		VPN	\$71.092.821
Año 0	-\$54.310.913	TIR	47%
Año 1	\$26.378.293		
Año 2	\$13.449.496		
Año 3	\$24.426.245		
Año 4	\$37.729.926		
Año 5	\$51.394.411		
Año 6	\$67.336.370		

Fuente: Elaboración Propia

Como se observa el proyecto es financieramente viable a largo plazo, debido a que los valores son de resultado positivo lo que demuestra el buen rendimiento del proyecto.

**Tabla 42**

Beneficio costo

Beneficio costo	
Año 0	-\$54.310.913
Año 1	\$26.378.293
Año 2	\$13.449.496
Año 3	\$24.426.245
Año 4	\$37.729.926
Año 5	\$51.394.411
Año 6	\$67.336.370
VPN	\$71.092.821
Inversión inicial	\$54.967.297
B/C	1,29

Fuente: Elaboración Propia

Como se puede observar se debe considerar el proyecto debido a que los beneficios son mayores a los costos

### Periodo de recuperación de la inversión

Mediante el uso de este indicador podemos saber en cuanto tiempo se recupera la inversión inicial del proyecto como se puede observar en la siguiente tabla donde se tuvo en cuenta el flujo de caja neto y el flujo de caja acumulado.

**Tabla 43**

PRI

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
Flujo de caja	-\$54.310.913	\$26.378.293	\$13.449.496	\$24.426.245	\$37.729.926	\$51.394.411	\$67.336.370
Flujo de caja acumulado	-\$54.310.913	-\$27.932.620	-\$14.483.124	\$9.943.121	\$47.673.047	\$99.067.458	\$166.403.828

Último periodo negativo	2
Último acumulado negativo	\$14.483.124
Flujo neto siguiente periodo	\$24.426.245
PRI	2,6
Meses	7,1
Días	3

Fuente: Elaboración Propia

La recuperación de la inversión del proyecto es a mediano plazo 2 años, 7 meses y 3 días.

Anexo 1

TALÓN 5/8 in



## FORMULARIO DEL REGISTRO ÚNICO EMPRESARIAL Y SOCIAL RUES HOJA 2


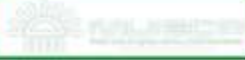
Diligencie a máquina o letra impresa los datos. No se admiten tachones ni enmendaduras. En los términos del artículo 166 del Decreto 019 de 2012 y 33 del Código de Comercio, cualquier modificación de la información reportada debe ser actualizada. En los términos del artículo 36 del Código de Comercio, la Cámara de Comercio podrá solicitar información adicional. Autorizo el uso y divulgación de toda la información contenida en este formulario y sus anexos, para los fines propios de los registros públicos y su publicidad.

Para uso exclusivo de la Cámara de Comercio  
Código Cámara y Fecha Radicación


INFORMACIÓN FINANCIERA									
En los términos de la Ley, debe tomarse del balance de apertura o de los Estados financieros con corte a 31 de diciembre del año anterior. Expresar las cifras en pesos Colombianos. Datos sin decimales.									
<b>5</b>	<b>ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA</b>			<b>ESTADO DE RESULTADOS</b>					
	Activo Corriente	\$	_____	Pasivo Corriente	\$	_____	Ingresos Actividad Ordinaria	\$	_____
	Activo No Corriente	\$	_____	Pasivo No Corriente	\$	_____	Otros Ingresos	\$	_____
	Activo Total	\$	_____	Pasivo Total	\$	_____	Costo de Ventas	\$	_____
				Patrimonio Neto	\$	_____	Gastos Operacionales	\$	_____
			Pasivo + Patrimonio	\$	_____	Otros Gastos	\$	_____	
			Balance Social (*)	\$	_____	Gastos por Impuestos	\$	_____	
			* Solamente si es Entidad sin ánimo de lucro			Utilidad / Perdida Operacional	\$	_____	
						Resultado del Período	\$	_____	
(Revisar las instrucciones del formulario RUES)									
COMPOSICIÓN DEL CAPITAL EN CASO DE PERSONAS JURÍDICAS									
		1. NACIONAL		1.1. PÚBLICO _____ %		1.2. PRIVADO _____ %			
		2. EXTRANJERO		2.1. PÚBLICO _____ %		2.2. PRIVADO _____ %			
<b>SI ES UNA EMPRESA ASOCIATIVA DE TRABAJO</b>									
<b>6</b>	APORTES LABORALES	APORTES ACTIVOS	APORTES LABORALES ADICIONALES	APORTES EN DINERO	TOTAL APORTES				
	\$ _____	\$ _____	\$ _____	\$ _____	\$ _____				
	% _____	% _____	% _____	% _____	% _____				
<b>7</b>	<b>REFERENCIAS - ENTIDADES DE CRÉDITO</b>			<b>REFERENCIAS - COMERCIALES</b>					
	1. Nombre _____ Teléfono _____			1. Nombre _____ Teléfono _____					
	2. Nombre _____ Teléfono _____			2. Nombre _____ Teléfono _____					
<b>8</b>	<b>ESTADO ACTUAL DE LA PERSONA JURÍDICA</b>								
	CÓDIGO DEL ESTADO ACTUAL DE LA PERSONA JURÍDICA (Revisar las instrucciones del formulario RUES)			NÚMERO DE EMPLEADOS					
	<input type="checkbox"/> OTRO CUÁL? _____			<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>					
	TIENE ESTABLECIMIENTOS, AGENCIAS O SUCURSALES: SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>			TIENE LA ENTIDAD IMPLEMENTADO UN PROCESO DE INNOVACIÓN SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>					
EMPRESA FAMILIAR (Informar solo para fines estadísticos) SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>			PORCENTAJE DE EMPLEADOS TEMPORALES (%) _____						
<b>9</b>	<b>DETALLE DE LOS BIENES RAICES QUE POSEA</b> (En cumplimiento del artículo 32 del Código de Comercio)								
	MATRÍCULA INMOBILIARIA				MATRÍCULA INMOBILIARIA				
	DIRECCIÓN				DIRECCIÓN				
	BARRIO				BARRIO				
	MUNICIPIO				MUNICIPIO				
	DEPARTAMENTO				DEPARTAMENTO				
	PAIS _____				PAIS _____				
<b>10</b>	<b>LEY 1780 DE 2016</b>								
	DECLARO BAJO LA GRAVEDAD DE JURAMENTO QUE CUMPLO CON LOS REQUISITOS ESTABLECIDOS EN LA LEY 1780 DE 2016 PARA ACCEDER A LOS BENEFICIOS DEL ARTÍCULO 3			SOLO EN CASO DE 1RA RENOVACIÓN Y HABIENDOSE ACOGIDO A LOS BENEFICIOS DE LA LEY 1780 DE 2016 AL MOMENTO DE LA MATRÍCULA MANIFIESTO BAJO LA GRAVEDAD DE JURAMENTO QUE MANTENGO EL CUMPLIMIENTO DE LOS REQUISITOS ESTABLECIDOS EN EL NUMERAL 2.2.2-41.5.2. DEL DECRETO REGLAMENTARIO DE LA LEY 1780					
	SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>			CUMPLO <input type="checkbox"/> NO CUMPLO <input type="checkbox"/>					
<b>11</b>	<b>PROTECCIÓN SOCIAL</b>								
	¿ES APORTANTE AL SISTEMA DE SEGURIDAD Y PROTECCIÓN SOCIAL? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>								
	TIPO DE APORTANTE (Marque con una X la casilla que corresponda)								
	APORTANTE CON 200 O MAS COTIZANTES <input type="checkbox"/>	CUENTA CON MENOS DE 200 COTIZANTES <input type="checkbox"/>	APORTANTE BENEFICIARIO DEL ARTÍCULO 9 DE LA LEY 1429 DE 2010 <input type="checkbox"/>	APORTANTE INDEPENDIENTE <input type="checkbox"/>					
El suscrito declara bajo la gravedad del juramento que la información reportada en este formulario y la documentación anexa al mismo, es confiable, veraz, completa, exacta.									
Nombre de la Persona Natural o Representante Legal de la Persona Jurídica FIRMA _____				<b>Espacio para uso exclusivo de la Cámara de Comercio</b> Firma y Sello de la Cámara de Comercio					
Documento de identificación No. _____ C.C. <input type="checkbox"/> C.E. <input type="checkbox"/> T.I. <input type="checkbox"/> PASAPORTE <input type="checkbox"/>									
PAÍS _____									
Cualquier falsedad en que se incurrá podrá ser sancionada de acuerdo con la Ley (artículo 38 del Código de Comercio y normas concordantes y complementarias)									



OFIXPRES por el suscrito

## Anexo 2

		<b>Formulario del Registro Único Tributario</b> <b>Hoja Principal</b>				<b>001</b>	
Espacio reservado para la DIAN				3. Concepto: <input type="checkbox"/>		4. Número de formulario: <input type="text"/>	
5. Número de Identificación Tributaria (NIT):		6. CV: <input type="checkbox"/>		12. Administración: <input type="checkbox"/>		14. Buzón electrónico: <input type="checkbox"/>	
IDENTIFICACION							
24. Tipo de contribuyente: <input type="checkbox"/>		25. Tipo de documento: <input type="checkbox"/>		26. Número de identificación: <input type="text"/>		27. Fecha expedición: <input type="text"/>	
Lugar de expedición: 28. País: <input type="text"/>		29. Departamento: <input type="text"/>		30. Ciudad/Municipio: <input type="text"/>			
31. Primer apellido: <input type="text"/>		32. Segundo apellido: <input type="text"/>		33. Primer nombre: <input type="text"/>		34. Otro nombre: <input type="text"/>	
35. Razón social: <input type="text"/>							
36. Nombre comercial: <input type="text"/>							
37. Sigla: <input type="text"/>							
UBICACION							
38. País: <input type="text"/>		39. Departamento: <input type="text"/>		40. Ciudad/Municipio: <input type="text"/>			
41. Dirección: <input type="text"/>							
42. Correo electrónico: <input type="text"/>		43. Apartado aéreo: <input type="text"/>		44. Teléfono 1: <input type="text"/>		45. Teléfono 2: <input type="text"/>	
CLASIFICACION							
<b>Actividad económica</b> <b>Actividad principal</b>		<b>Actividad económica</b> <b>Actividad secundaria</b>		<b>Otras actividades</b>		<b>Ocupación</b>	
46. Código: <input type="text"/>	47. Fecha inicio actividad: <input type="text"/>	48. Código: <input type="text"/>	49. Fecha inicio actividad: <input type="text"/>	50. Código: <input type="text"/>	1 <input type="text"/>	2 <input type="text"/>	51. Código: <input type="text"/>
						52. Número establecimiento: <input type="text"/>	
Resp on sabilidades							
53. Código: <input type="text"/>		1 <input type="text"/>		2 <input type="text"/>		3 <input type="text"/>	
		4 <input type="text"/>		5 <input type="text"/>		6 <input type="text"/>	
		7 <input type="text"/>		8 <input type="text"/>		9 <input type="text"/>	
		10 <input type="text"/>		11 <input type="text"/>		12 <input type="text"/>	
		13 <input type="text"/>		14 <input type="text"/>		15 <input type="text"/>	
		16 <input type="text"/>		17 <input type="text"/>		18 <input type="text"/>	
		19 <input type="text"/>		20 <input type="text"/>		21 <input type="text"/>	
		22 <input type="text"/>		23 <input type="text"/>		24 <input type="text"/>	
		25 <input type="text"/>		26 <input type="text"/>		27 <input type="text"/>	
		28 <input type="text"/>		29 <input type="text"/>		30 <input type="text"/>	
		31 <input type="text"/>		32 <input type="text"/>		33 <input type="text"/>	
		34 <input type="text"/>		35 <input type="text"/>		36 <input type="text"/>	
		37 <input type="text"/>		38 <input type="text"/>		39 <input type="text"/>	
		40 <input type="text"/>		41 <input type="text"/>		42 <input type="text"/>	
		43 <input type="text"/>		44 <input type="text"/>		45 <input type="text"/>	
		46 <input type="text"/>		47 <input type="text"/>		48 <input type="text"/>	
		49 <input type="text"/>		50 <input type="text"/>		51 <input type="text"/>	
		52 <input type="text"/>		53 <input type="text"/>		54 <input type="text"/>	
		55 <input type="text"/>		56 <input type="text"/>		57 <input type="text"/>	
		58 <input type="text"/>		59 <input type="text"/>		60 <input type="text"/>	
		61 <input type="text"/>		62 <input type="text"/>		63 <input type="text"/>	
		64 <input type="text"/>		65 <input type="text"/>		66 <input type="text"/>	
		67 <input type="text"/>		68 <input type="text"/>		69 <input type="text"/>	
		70 <input type="text"/>		71 <input type="text"/>		72 <input type="text"/>	
		73 <input type="text"/>		74 <input type="text"/>		75 <input type="text"/>	
		76 <input type="text"/>		77 <input type="text"/>		78 <input type="text"/>	
		79 <input type="text"/>		80 <input type="text"/>		81 <input type="text"/>	
		82 <input type="text"/>		83 <input type="text"/>		84 <input type="text"/>	
		85 <input type="text"/>		86 <input type="text"/>		87 <input type="text"/>	
		88 <input type="text"/>		89 <input type="text"/>		90 <input type="text"/>	
		91 <input type="text"/>		92 <input type="text"/>		93 <input type="text"/>	
		94 <input type="text"/>		95 <input type="text"/>		96 <input type="text"/>	
		97 <input type="text"/>		98 <input type="text"/>		99 <input type="text"/>	
		100 <input type="text"/>		101 <input type="text"/>		102 <input type="text"/>	
		103 <input type="text"/>		104 <input type="text"/>		105 <input type="text"/>	
		106 <input type="text"/>		107 <input type="text"/>		108 <input type="text"/>	
		109 <input type="text"/>		110 <input type="text"/>		111 <input type="text"/>	
		112 <input type="text"/>		113 <input type="text"/>		114 <input type="text"/>	
		115 <input type="text"/>		116 <input type="text"/>		117 <input type="text"/>	
		118 <input type="text"/>		119 <input type="text"/>		120 <input type="text"/>	
		121 <input type="text"/>		122 <input type="text"/>		123 <input type="text"/>	
		124 <input type="text"/>		125 <input type="text"/>		126 <input type="text"/>	
		127 <input type="text"/>		128 <input type="text"/>		129 <input type="text"/>	
		130 <input type="text"/>		131 <input type="text"/>		132 <input type="text"/>	
		133 <input type="text"/>		134 <input type="text"/>		135 <input type="text"/>	
		136 <input type="text"/>		137 <input type="text"/>		138 <input type="text"/>	
		139 <input type="text"/>		140 <input type="text"/>		141 <input type="text"/>	
		142 <input type="text"/>		143 <input type="text"/>		144 <input type="text"/>	
		145 <input type="text"/>		146 <input type="text"/>		147 <input type="text"/>	
		148 <input type="text"/>		149 <input type="text"/>		150 <input type="text"/>	
		151 <input type="text"/>		152 <input type="text"/>		153 <input type="text"/>	
		154 <input type="text"/>		155 <input type="text"/>		156 <input type="text"/>	
		157 <input type="text"/>		158 <input type="text"/>		159 <input type="text"/>	
		160 <input type="text"/>		161 <input type="text"/>		162 <input type="text"/>	
		163 <input type="text"/>		164 <input type="text"/>		165 <input type="text"/>	
		166 <input type="text"/>		167 <input type="text"/>		168 <input type="text"/>	
		169 <input type="text"/>		170 <input type="text"/>		171 <input type="text"/>	
		172 <input type="text"/>		173 <input type="text"/>		174 <input type="text"/>	
		175 <input type="text"/>		176 <input type="text"/>		177 <input type="text"/>	
		178 <input type="text"/>		179 <input type="text"/>		180 <input type="text"/>	
		181 <input type="text"/>		182 <input type="text"/>		183 <input type="text"/>	
		184 <input type="text"/>		185 <input type="text"/>		186 <input type="text"/>	
		187 <input type="text"/>		188 <input type="text"/>		189 <input type="text"/>	
		190 <input type="text"/>		191 <input type="text"/>		192 <input type="text"/>	
		193 <input type="text"/>		194 <input type="text"/>		195 <input type="text"/>	
		196 <input type="text"/>		197 <input type="text"/>		198 <input type="text"/>	
		199 <input type="text"/>		200 <input type="text"/>		201 <input type="text"/>	
		202 <input type="text"/>		203 <input type="text"/>		204 <input type="text"/>	
		205 <input type="text"/>		206 <input type="text"/>		207 <input type="text"/>	
		208 <input type="text"/>		209 <input type="text"/>		210 <input type="text"/>	
		211 <input type="text"/>		212 <input type="text"/>		213 <input type="text"/>	
		214 <input type="text"/>		215 <input type="text"/>		216 <input type="text"/>	
		217 <input type="text"/>		218 <input type="text"/>		219 <input type="text"/>	
		220 <input type="text"/>		221 <input type="text"/>		222 <input type="text"/>	
		223 <input type="text"/>		224 <input type="text"/>		225 <input type="text"/>	
		226 <input type="text"/>		227 <input type="text"/>		228 <input type="text"/>	
		229 <input type="text"/>		230 <input type="text"/>		231 <input type="text"/>	
		232 <input type="text"/>		233 <input type="text"/>		234 <input type="text"/>	
		235 <input type="text"/>		236 <input type="text"/>		237 <input type="text"/>	
		238 <input type="text"/>		239 <input type="text"/>		240 <input type="text"/>	
		241 <input type="text"/>		242 <input type="text"/>		243 <input type="text"/>	
		244 <input type="text"/>		245 <input type="text"/>		246 <input type="text"/>	
		247 <input type="text"/>		248 <input type="text"/>		249 <input type="text"/>	
		250 <input type="text"/>		251 <input type="text"/>		252 <input type="text"/>	
		253 <input type="text"/>		254 <input type="text"/>		255 <input type="text"/>	
		256 <input type="text"/>		257 <input type="text"/>		258 <input type="text"/>	
		259 <input type="text"/>		260 <input type="text"/>		261 <input type="text"/>	
		262 <input type="text"/>		263 <input type="text"/>		264 <input type="text"/>	
		265 <input type="text"/>		266 <input type="text"/>		267 <input type="text"/>	
		268 <input type="text"/>		269 <input type="text"/>		270 <input type="text"/>	
		271 <input type="text"/>		272 <input type="text"/>		273 <input type="text"/>	
		274 <input type="text"/>		275 <input type="text"/>		276 <input type="text"/>	
		277 <input type="text"/>		278 <input type="text"/>		279 <input type="text"/>	
		280 <input type="text"/>		281 <input type="text"/>		282 <input type="text"/>	
		283 <input type="text"/>		284 <input type="text"/>		285 <input type="text"/>	
		286 <input type="text"/>		287 <input type="text"/>		288 <input type="text"/>	
		289 <input type="text"/>		290 <input type="text"/>		291 <input type="text"/>	
		292 <input type="text"/>		293 <input type="text"/>		294 <input type="text"/>	
		295 <input type="text"/>		296 <input type="text"/>		297 <input type="text"/>	
		298 <input type="text"/>		299 <input type="text"/>		300 <input type="text"/>	
		301 <input type="text"/>		302 <input type="text"/>		303 <input type="text"/>	
		304 <input type="text"/>		305 <input type="text"/>		306 <input type="text"/>	
		307 <input type="text"/>		308 <input type="text"/>		309 <input type="text"/>	
		310 <input type="text"/>		311 <input type="text"/>		312 <input type="text"/>	
		313 <input type="text"/>		314 <input type="text"/>		315 <input type="text"/>	
		316 <input type="text"/>		317 <input type="text"/>		318 <input type="text"/>	
		319 <input type="text"/>		320 <input type="text"/>		321 <input type="text"/>	
		322 <input type="text"/>		323 <input type="text"/>		324 <input type="text"/>	
		325 <input type="text"/>		326 <input type="text"/>		327 <input type="text"/>	
		328 <input type="text"/>		329 <input type="text"/>		330 <input type="text"/>	
		331 <input type="text"/>		332 <input type="text"/>		333 <input type="text"/>	
		334 <input type="text"/>		335 <input type="text"/>		336 <input type="text"/>	
		337 <input type="text"/>		338 <input type="text"/>		339 <input type="text"/>	
		340 <input type="text"/>		341 <input type="text"/>		342 <input type="text"/>	
		343 <input type="text"/>		344 <input type="text"/>		345 <input type="text"/>	
		346 <input type="text"/>		347 <input type="text"/>		348 <input type="text"/>	
		349 <input type="text"/>		350 <input type="text"/>		351 <input type="text"/>	
		352 <input type="text"/>		353 <input type="text"/>		354 <input type="text"/>	
		355 <input type="text"/>		356 <input type="text"/>		357 <input type="text"/>	
		358 <input type="text"/>		359 <input type="text"/>		360 <input type="text"/>	
		361 <input type="text"/>		362 <input type="text"/>		363 <input type="text"/>	
		364 <input type="text"/>		365 <input type="text"/>		366 <input type="text"/>	
		367 <input type="text"/>		368 <input type="text"/>		369 <input type="text"/>	
		370 <input type="text"/>		371 <input type="text"/>		372 <input type="text"/>	
		373 <input type="text"/>		374 <input type="text"/>		375 <input type="text"/>	
		376 <input type="text"/>		377 <input type="text"/>		378 <input type="text"/>	
		379 <input type="text"/>		380 <input type="text"/>		381 <input type="text"/>	
		382 <input type="text"/>		383 <input type="text"/>		384 <input type="text"/>	
		385 <input type="text"/>		386 <input type="text"/>		387 <input type="text"/>	
		388 <input type="text"/>		389 <input type="text"/>		390 <input type="text"/>	
		391 <input type="text"/>		392 <input type="text"/>		393 <input type="text"/>	
		394 <input type="text"/>		395 <input type="text"/>		396 <input type="text"/>	
		397 <input type="text"/>		398 <input type="text"/>		399 <input type="text"/>	
		400 <input type="text"/>		401 <input type="text"/>		402 <input type="text"/>	
		403 <input type="text"/>		404 <input type="text"/>		405 <input type="text"/>	
		406 <input type="text"/>		407 <input type="text"/>		408 <input type="text"/>	
		409 <input type="text"/>		410 <input type="text"/>		411 <input type="text"/>	
		412 <input type="text"/>		413 <input type="text"/>		414 <input type="text"/>	
		415 <input type="text"/>		416 <input type="text"/>		417 <input type="text"/>	
		418 <input type="text"/>		419 <input type="text"/>		420 <input type="text"/>	
		421 <input type="text"/>		422 <input type="text"/>		423 <input type="text"/>	
		424 <input type="text"/>		425 <input type="text"/>		426 <input type="text"/>	
		427 <input type="text"/>		428 <input type="text"/>		429 <input type="text"/>	
		430 <input type="text"/>		431 <input type="text"/>		432 <input type="text"/>	
		433 <input type="text"/>		434 <input type="text"/>		435 <input type="text"/>	
		436 <input type="text"/>		437 <input type="text"/>		438 <input type="text"/>	
		439 <input type="text"/>		440 <input type="text"/>		441 <input type="text"/>	
		442 <input type="text"/>		443 <input type="text"/>		444 <input type="text"/>	
		445 <input type="text"/>		446 <input type="text"/>		447 <input type="text"/>	
		448 <input type="text"/>		449 <input type="text"/>		450 <input type="text"/>	
		451 <input type="text"/>		452 <input type="text"/>		453 <input type="text"/>	
		454 <input type="text"/>		455 <input type="text"/>		456 <input type="text"/>	
		457 <input type="text"/>		458 <input type="text"/>		459 <input type="text"/>	
		460 <input type="text"/>		461 <input type="text"/>		462 <input type="text"/>	
		463 <input type="text"/>		464 <input type="text"/>		465 <input type="text"/>	
		466 <input type="text"/>		467 <input type="text"/>		468 <input type="text"/>	
		469 <input type="text"/>		470 <input type="text"/>		471 <input type="text"/>	
		472 <input type="text"/>		473 <input type="text"/>		474 <input type="text"/>	
		475 <input type="text"/>		476 <input type="text"/>		477 <input type="text"/>	
		478 <input type="text"/>		479 <input type="text"/>		480 <input type="text"/>	
		481 <input type="text"/>		482 <input type="text"/>		483 <input type="text"/>	
		484 <input type="text"/>		485 <input type="text"/>		486 <input type="text"/>	
		487 <input type="text"/>		488 <input type="text"/>		489 <input type="text"/>	
		490 <input type="text"/>		491 <input type="text"/>		492 <input type="text"/>	
		493 <input type="text"/>		494 <input type="text"/>		495 <input type="text"/>	
		496 <input type="text"/>		497 <input type="text"/>		498 <input type="text"/>	
		499 <input type="text"/>		500 <input type="text"/>		501 <input type="text"/>	
		502 <input type="text"/>		503 <input type="text"/>		504 <input type="text"/>	
		505 <input type="text"/>		506 <input type="text"/>		507 <input type="text"/>	

## Anexo 3

 <b>DIAN</b> <small>Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales</small>		<b>Solicitud sobre Numeración de Facturación</b>			 <b>MUSCA</b> <small>Modelo Único de Registro, Servicio Control Automatizado</small>		<b>1302</b>	
1. Año <b>2009</b>		2. Concepto <input type="text"/>		4. Número de formulario <b>000-</b>				
Espacio reservado para la DIAN								
5. Número de identificación Tributaria (NIT)		6. DV <input type="text"/>	7. Primer apellido <input type="text"/>	8. Segundo apellido <input type="text"/>	9. Primer nombre <input type="text"/>	10. Otros nombres <input type="text"/>		
11. Razón social <input type="text"/>								
<p style="font-size: 1.2em; color: #008000;">Colombia, un compromiso que no podemos evadir.</p>								
Firma de quien suscribe el documento				Firma del funcionario autorizado				
1001. Apellidos y nombres <input type="text"/>		1003. No. Identificación <input type="text"/>		1004. DV <input type="text"/>		984. Apellidos y nombres <input type="text"/>		
1002 Tipo Documen. <input type="text"/>		1005 Cod. Representación <input type="text"/>		1006. Organización <input type="text"/>		985. Cargo <input type="text"/>		
						989 Dependencia <input type="text"/>		
						993. Establecimiento <input type="text"/>		
						992. Area <b>225 Subdirección de Gestión de Asistencia al Cliente</b>		
						990 Lugar Admitivo. <b>? Seleccione la Dirección Seccional</b>		
						991. Organización <b>1 DIAN</b>		
						997. Fecha de recepción <b>12-10-2019 20:22:24</b>		

 <b>DIAN</b> <small>Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales</small>		<b>Solicitud sobre Numeración de Facturación</b>			 <b>MUSCA</b> <small>Modelo Único de Pagos, Servicio al Cliente y Atención</small>		<b>1302</b>	
Espacio reservado para la DIAN					4. Número de formulario <b>000-</b>			
5. Número de identificación Tributaria (NIT)		6. DV	7. Primer apellido	8. Segundo apellido	9. Primer nombre		10. Otros nombres	
11. Razón social								
Rangos de numeración para autorizar, habilitar o inhabilitar								
Item	24. Modalidad facturación	25. Prefijo	26. Desde el número	27. Hasta el número	28. Tipo de solicitud			
1								
2								
3								
4								
5								
6								
7								
8								
9								
10								
11								
12								
13								
14								
15								
16								
17								
18								
19								
20								
21								
22								
23								
24								
25								
26								
27								
28								
29								
30								
31								
32								
33								
34								
35								
36								
37								
38								
39								
40								
41								
42								
43								
44								
45								

*Anexo 4***TITULO V - ALIMENTOS****Objeto.**

**ARTICULO 243.** En este título se establecen las normas específicas a que deberán sujetarse:

- a) Los alimentos, aditivos, bebidas o materias primas correspondientes o las mismas que se produzcan, manipulen, elaboren, transformen, fraccionen, conserven, almacenen, transporten, expendan, consuman, importen o exporten
- b) Los establecimientos industriales y comerciales en que se realice cualquiera de las actividades mencionadas en este artículo
- c) El personal y el transporte relacionado con ellos.

**Requisitos de funcionamiento.**

**ARTICULO 244.** Para instalación y funcionamiento de establecimientos industriales o

- a) Contar con espacio suficiente que permita su correcto funcionamiento y mantener en forma higiénica las dependencias y los productos
- b) Los pisos de las áreas de producción o envasado, serán de material impermeable, lavable, no poroso ni absorbente, los muros se recubrirán con materiales de características similares hasta una altura adecuada
- c) La unión de los muros con los pisos y techos se hará en forma tal que permita la limpieza
- d) Cada una de las áreas tendrá la ventilación e iluminación adecuadas y contará con los servicios sanitarios, vestideros y demás dependencias conexas, conforme a lo establecido en la presente Ley y sus reglamentaciones.

**De los equipos y utensilios.**

**ARTICULO 251.** El material, diseño, acabado e instalación de los equipos y utensilios deberán permitir la fácil limpieza, desinfección y mantenimiento higiénico de los mismos, y de las áreas adyacentes. Tanto los equipos como los utensilios se mantendrán en buen estado de higiene y conservación y deberán desinfectarse cuantas veces sea necesario para evitar problemas higiénico-sanitarios.

**ARTICULO 252.** Todas las superficies que estén en contacto directo con alimentos o bebidas deberán ser atóxicas e inalterables en condiciones de usos.

**ARTICULO 253.** Las conexiones y los mecanismos de equipos que requieran lubricación estarán contruidos de manera que el lubricante no entre en contacto con los alimentos o bebidas ni con las superficies que estén en contacto con éstos.

**ARTICULO 254.** La limpieza, lavado y desinfección de equipos y utensilios que tengan contacto con alimentos o bebidas, se hará en tal forma y con implementos o productos que no generen ni dejen sustancias peligrosas durante su uso.

**PARAGRAFO.** El uso de lubricantes, utensilios, equipos y productos de limpieza, lavado y desinfección se ajustarán a las normas que para tal efecto establezca el Ministerio de Salud. De las operaciones de elaboración, proceso y expendio.

**De las operaciones de elaboración, proceso y expendio.**

**ARTICULO 255.** Para la elaboración de alimentos y bebidas se deberán utilizar materias primas cuyas condiciones higiénico-sanitarias permitan su correcto procesamiento. Las materias primas cumplirán con lo estipulado en la presente Ley, su reglamentación y demás normas vigentes.

**De los empaques, o envases y envolturas**

**ARTICULO 267.** Los envases, empaques o envolturas que se utilicen en alimentos o bebidas deberán cumplir con las reglamentaciones que para tal efecto expida el Ministerio de Salud.

**De los rótulos y de la publicidad.**

**ARTICULO 271.** Los alimentos y bebidas, empacados o envasados, destinados para venta al público, llevarán un rótulo, en el cual se anotarán las Leyendas que determine el Ministerio de Salud:

- a) Nombre del producto
- b) Nombre y dirección del fabricante
- c) Contenido neto en unidades del Sistema Internacional SI
- d) Registro del Ministerio de Salud
- e) Ingredientes.

**PARAGRAFO.** Lo establecido en este artículo no se aplicará a los alimentos o bebidas que se fraccionen y expendan en el mismo establecimiento. El Ministerio de Salud señalará las condiciones de identificación de estos productos cuando considere que su venta dé lugar a falsificación o a riesgos para la salud.

**De los patronos y trabajadores.**

**ARTICULO 275.** Las personas que intervengan en el manejo o la manipulación de bebidas no deben padecer enfermedades infectocontagiosas. El Ministerio de Salud reglamentará y controlará las demás condiciones de salud e higiene que debe cumplir este personal.

**De los establecimientos comerciales.**

**ARTICULO 288.** Todos los alimentos y bebidas deben provenir de establecimientos autorizados por el Ministerio de Salud o la autoridad delegada y que cumplan con las disposiciones de la presente Ley y sus reglamentaciones.

**De los productos.**

**ARTICULO 304.** No se consideran aptos para el consumo humano los alimentos o bebidas alteradas, adulteradas, falsificadas, contaminadas, o los que por otras características anormales puedan afectar la salud del consumidor.

## Bibliografía

- 2020, C. (30 de 10 de 2018). *El espectador*. Obtenido de El espectador:  
<https://amp.elespectador.com/colombia2020/territorio/ideas-para-afrotar-los-problemas-de-la-sustitucion-de-coca-en-nariño-articulo-857322>
- Agricultura, M. d. (07 de 04 de 2014). *Minagricultura*. Obtenido de Minagricultura:  
[https://www.minagricultura.gov.co/noticias/Paginas/Apoyos-por-\\$157-625-millones-confirman-el-compromiso-de-Minagricultura-con-Arauca.aspx](https://www.minagricultura.gov.co/noticias/Paginas/Apoyos-por-$157-625-millones-confirman-el-compromiso-de-Minagricultura-con-Arauca.aspx)
- agricultura, M. d. (2017). *Cadena de cacao 2017*. Bogota: ministerio de agricultura.
- Agronet. (1 de 12 de 2018). *Agronet*. Obtenido de Agronet:  
<https://www.agronet.gov.co/estadistica/Paginas/home.aspx?cod=1>
- agropecuarios, u. d.-U. (2018). *inteligencia de mercado cacao*. Bogota: Finagro.
- Alcaldía de Bogotá. (2019). *Localidad de Santa Fe*. Obtenido de Localidad de Santa Fe:  
<https://bogota.gov.co/mi-ciudad/localidades/santa-fe>
- Anal dex. (12 de 03 de 2019). *Anal dex*. Obtenido de Anal dex:  
<https://www.analdex.org/2019/03/12/informe-de-exportaciones-de-uchuva-2018/>
- antonio, J. (11 de 5 de 2011). *Mesa y bar*. Obtenido de Mesa y bar : <http://mesabar-jorgeantonio.blogspot.com/2011/05/el-bar-concepto-y-clasificacion.html>
- BBVA. (2019). *Perfilamiento del consumidor colombiano*. Bogota: BBVA.
- Bogota, I. i. (2019). *Base empresarial segun tamaño y sector economico*. Bogota: Invest in Bogota.
- Bogota, I. i. (27 de 06 de 2019). *Invest in Bogota*. Obtenido de Invest in Bogota:  
<https://es.investinbogota.org/sectores-de-inversion/alimentos-y-bebidas-en-bogota>
- BOGOTA, U. A. (10 de 10 de 2019). *UNIDAD ADMINISTRATIVA ESPECIAL CUERPO OFICIAL BOMBEROS DE BOGOTA*. Obtenido de UNIDAD ADMINISTRATIVA ESPECIAL CUERPO OFICIAL BOMBEROS DE BOGOTA:  
<http://www.bomberosbogota.gov.co/transparencia/tramites-servicios/concepto-t%C3%A9cnico-visitas-inspecci%C3%B3n>
- cacaoteros, F. n. (09 de 09 de 2019). *Fedecacao*. Obtenido de Fedecacao:  
<http://www.fedecacao.com.co/portal/index.php/es/2015-02-12-17-20-59/nacionales>
- Cámara de Comercio de Bogotá. (2019). *Código CIU*. Obtenido de Código CIU:  
<http://linea.ccb.org.co/descripcionciiu/>
- Cartay, R. (13 de 02 de 2020). *Del amazonas*. Obtenido de Del amazonas:  
<https://delamazonas.com/plantas/frutas/el-araza/>
- Castejón, N. (10 de 09 de 2019). *Web consultas*. Obtenido de Web consultas:  
<https://www.webconsultas.com/curiosidades/acai-la-fruta-de-la-amazonia-con-poderes-antioxidantes>
- chocolates, C. n. (2016). *Proyectos Productivos inclusivos cacao*. Bogota: adhouse s.a.s.

- Colombia.com. (21 de 06 de 2011). *Colombia.com*. Obtenido de Colombia.com:  
<https://www.colombia.com/vida-sana/nutricion/sdi/13374/la-uchuva-una-fruta-con-propiedades-terapeuticas>.
- Congreso de la República. (2008). *Ley 1258*. Obtenido de Secretaria del Senado:  
[http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_1258\\_2008.html](http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1258_2008.html)
- consumoteca. (02 de 03 de 2020). *consumoteca*. Obtenido de consumoteca:  
<https://www.consumoteca.com/comercio/comercio-en-general/autoservicio/>
- Cuerpomente. (s.f.). *Cuerpomente*. Obtenido de Cuerpomente:  
<https://www.cuerpomente.com/guia-alimentos/mango>
- Dane. (2019). *Encuesta sobre formación para el trabajo*. Bogota.
- dudas, d. (29 de 08 de 2019). *despejando dudas*. Obtenido de despejando dudas:  
<https://www.despejandodudas.co/index.php/especiales/mercadeo/1392-gulupa-la-fruta-exotica-que-esta-conquistando-al-mundo>
- espectador, E. (11 de 11 de 2016). El chocolate busca posicionarse como bebida en colombia. *El espectador*, págs. <https://www.elespectador.com/noticias/economia/el-chocolate-busca-posicionarse-bebida-colombia-articulo-664970>.
- exotics, J. (s.f.). *Jardin exotics*. Obtenido de Jardin exotics: <https://jardinexotics.com.co/usos-y-beneficios-de-la-gulupa/>
- expert, c. (28 de 02 de 2020). *chd expert*. Obtenido de chd expert: <https://www.chd-expert.es/lo-que-hacemos/datos-chd/bases-de-datos-del-foodservice/informacion-de-foodservice-comercial/informacion-sobre-restaurantes-de-servicio-limitado/>
- Fedecacao. (29 de 11 de 2013). *Fedecacao*. Obtenido de Fedecacao:  
[https://www.fedecacao.com.co/site/imagenes/recourses/pub\\_titulares](https://www.fedecacao.com.co/site/imagenes/recourses/pub_titulares)
- financiero, E. (23 de 11 de 2014). *El financiero*. Obtenido de El financiero:  
<https://www.elfinancierocr.com/blogs/razones-de-peso/descubra-la-uchuva-y-sus-beneficios/KWHQJQRKZEOHDEJ6VP2GYR4SY/story/>
- Gonzales, X. (24 de 01 de 2017). *Agronegocios*. Obtenido de Agronegocios:  
<https://www.agronegocios.co/agricultura/pasifloras-se-abren-paso-en-el-exterior-2622428>
- grano, s. y. (13 de 02 de 2020). *semilla y grano*. Obtenido de semilla y grano:  
<http://semillaygrano.com/graviola-o-guanabana-propiedades-y-beneficios-contr-el-cancer/?v=3f6be141af8e>
- huila, G. d. (28 de 05 de 2019). *Gobernación del huila*. Obtenido de Gobernación del huila:  
<https://www.huila.gov.co/publicaciones/8962/gobernación-del-huila-brinda-permanente-apoyo-a-productors-de-cacao/>
- International, E. (2019). *Bebidas calientes en Colombia - DATAGRAPHICS*. Bogota: Euromonitor.
- international, E. (2019). *cafés/ bars Colombia*. Bogota: Euromonitor international.
- international, E. (2019). *Consumer foodservice Colombia*. Bogota: Euromonitor international.
- international, E. (2019). *Full- service restaurants in colombia*. Bogota: passport .
- International, E. (2019). *other hot drinks in Colombia*. Bogota: Euromonitor international.

- Leal, A. (10 de 1 de 2020). *Agronegocios*. Obtenido de Agronegocios:  
<https://www.agronegocios.co/agricultura/colombia-exporto-us743-millones-de-frutas-exoticas-en-2019-6-mas-que-en-2018-2950228>
- Londoño, M. (2016). nociones elementales del derecho en la empresa. En M. londoño, *nociones elementales del derecho en la empresa* (págs. 59-60). Bogota: Temis.
- Lopez, J. M. (27 de 03 de 2019). *Agronegocios*. Obtenido de Agronegocios:  
<https://www.agronegocios.co/agricultura/la-guanabana-nacional-llegaria-a-60000-toneladas-producidas-al-cierre-de-este-ano-2844095>
- magica, C. (23 de 02 de 2020). *Colombia magica*. Obtenido de Colombia magica:  
<https://www.colombiamagica.co/frutas-de-colombia/guanabana-colombia>
- Martinez, K. P. (18 de 04 de 2013). *Colombia.com*. Obtenido de Colombia.com:  
<https://www.colombia.com/vida-sana/nutricion/sdi/60415/las-propiedades-nutritivas-y-medicinales-de-la-guanabana>
- Pacheco, E. F.-N.-L.-J. (2017). Analisis economico del sector cacaotero en Norte de Santander, Colombia y a nivel internacional. *revista investigación, desarrollo, innovación* , 237-250.
- pasión, F. (16 de 06 de 2019). *Fruta pasión*. Obtenido de Fruta pasión:  
<https://frutapasion.es/corozo-fruta-palma/>
- passport. (2019). *other hot drinks in colombia*. Bogota: passport.
- plus, C. (s.f.). *Cuidate plus*. Obtenido de Cuidate plus:  
<https://cuidateplus.marca.com/alimentacion/diccionario/cacao.html>
- Portal Euromonitor Internacional. (2018). *Crai-usta digital*. Obtenido de Crai-usta digital:  
<http://www.portal.euromonitor.com.crai->
- ProColombia. (09 de 09 de 2019). *ProColombia*. Obtenido de ProColombia:  
<https://www.procolombia.co/compradores/es/explore-oportunidades/cacao-y-sus-derivados>
- procolombia. (15 de 01 de 2020). *procolombia*. Obtenido de procolombia:  
<https://procolombia.co/frutas-exoticas-0>
- Quintero, M. L. (10 de 02 de 2020). *Del Amazonas*. Obtenido de v:  
<https://delamazonas.com/plantas/frutas/copoazu/>
- Roig, F. A. (2011). *Ebook Cenrtal*. Obtenido de La estrategia Central:  
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliotecaustasp/reader.action?docID=3209074&query=below%2BThe%2BLine>
- rural, M. d. (22 de 02 de 2019). *Agronet*. Obtenido de Agronet:  
<https://www.datos.gov.co/Agricultura-y-Desarrollo-Rural/produccion-cacao-por-departamento/97ki-syuv>
- S.A.S, C. h. (28 de 05 de 2017). *Cacao hermanos S.A.S*. Obtenido de Cacao hermanos S.A.S:  
<https://www.google.com/amp/s/cacaohermanos.wordpress.com/2017/05/28/ecotipos-de-theobroma-cacao/amp>
- SAS, N. a. (2013). *Tomate de arbol*. Bogota : Camra de comercio Bogota . Obtenido de  
[file:///C:/Users/paola/Downloads/Tomate+de+%C3%A1rbol%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/paola/Downloads/Tomate+de+%C3%A1rbol%20(1).pdf)

- Silva, K. L. (27 de 09 de 2019). *Duas rodas*. Obtenido de Duas rodas:  
<https://www.duasrodas.com/es/camu-camu-el-fantastico-potencial-de-la-naturaleza-para-la-alimentacion/>
- vevisión, N. (3 de 05 de 2019). *Noticiero vevisión*. Obtenido de Noticiero vevisión:  
<http://www.noticierovevision.net/noticias/salud/propiedades-y-beneficios-de-ingerir-cascara-de-mango>
- wikipedia. (02 de 03 de 2020). *wikipedia*. Obtenido de wikipedia:  
[https://es.wikipedia.org/wiki/Puesto\\_ambulante\\_de\\_comida](https://es.wikipedia.org/wiki/Puesto_ambulante_de_comida)
- Zaplana, C. (03 de 05 de 2017). *cuerpamente*. Obtenido de cuerpamente:  
[https://www.cuerpamente.com/alimentacion/superalimentos/beneficios-camu-camu-como-tomarlo\\_1165](https://www.cuerpamente.com/alimentacion/superalimentos/beneficios-camu-camu-como-tomarlo_1165)