

Información Importante

La Universidad Santo Tomás, informa que el(los) autor(es) ha(n) autorizado a usuarios internos y externos de la institución a consultar el contenido de este documento a través del Catálogo en línea del CRAI-USTA y el Repositorio Institucional en la página Web de la CRAI-USTA, así como en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad.

Se permite la consulta a los usuarios interesados en el contenido de este documento, para todos los usos que tengan **finalidad académica**, nunca para usos comerciales, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le dé crédito al trabajo de grado y a su autor.

De conformidad con lo establecido en el Artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, la Universidad Santo Tomás informa que “los derechos morales sobre documento son propiedad de los autores, los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables.”

**Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación, CRAI-USTA
Universidad Santo Tomás, Bucaramanga**

Informe final práctica empresarial
Alimentos al consumidor ACO – Grupo Nutresa

Dayan Carolina Pita García

Trabajo de grado para optar por el título de Profesional en Negocios Internacionales

Director

Osman Antonio Franco Ospina

Master of Science

Universidad Santo Tomás Seccional Bucaramanga

División de Ciencias económicas, administrativas y contables

Facultad de Negocios Internacionales

2020

Dedicatoria

Dedico este proyecto en primer lugar a Dios, por ser forjador de mi camino, aliento en mis derrotas y bendición en los triunfos obtenidos hasta hoy día.

A mis padres Juan Vicente Pita y Emperatriz Garia por los múltiples esfuerzos realizados para que pudiera culminar mi etapa universitaria y poder así lograr ser una profesional íntegra con

valores provenientes de casa.

Esto es por y para ustedes.

Dayan Carolina Pita García

Agradecimientos

“He peleado la buena batalla, he acabado la carrera, he guardado la fe.” Timoteo 4:7

Agradezco a mis padres por ser mi mayor fuente de motivación e inspiración al logro, Gracias a

mi madre Emperatriz por guiarme siempre por el buen camino e infundir preciados valores en

mí, por enseñarme que con berraquera se logran grandes cosas, Gracias a mi padre Juan

Vicente quien me enseñó que siempre debo obrar bien, por su humildad y corazón noble.

A mis hermanos Jose Luis y Stivenson por ser compañía y empuje en momentos cruciales.

A mi querida tía Elisa, por brindarme su mano y apoyo incansable desde la infancia hasta la

adolescencia.

A mi novio Felipe Medina, el amor más lindo. Por su paciencia, nobleza e incondicional amor

brindado durante este trayecto y por siempre querer lo mejor para mi vida personal y

profesional.

Dayan Carolina Pita García

Tabla de Contenido

Introducción.....	11
1. Aspectos generales del Informe final práctica empresarial Alimentos al Consumidor – Grupo Nutresa	12
1.1. Justificación	12
1.2. Objetivos.....	12
1.2.1. Objetivo General.....	12
1.2.2. Objetivos Específicos	13
2. Perfil de la empresa Alimentos al Consumidor y Grupo Nutresa	13
2.1. Misión.....	13
2.2. Visión	13
2.3. Historia Grupo Nutresa S.A.....	14
2.4. Estructura organizacional Grupo Nutresa S.A.....	15
2.5. Estructura organizacional Alimentos al Consumidor	16
2.6. Portafolio de Servicios	17
3. Cadenas de restaurantes	18
3.1. El Corral	18
3.2. El Corral Gourmet.....	19
3.3. Beer Station	19
3.4. Leños & Carbón.....	20
3.5. Papa John's	20
3.6. Helados POPS.....	20
3.7. Helados BON	21
4. Ventas Alimentos al Consumidor.....	21
5. Diagnóstico general de Hamburguesas El Corral y su área de Mercadeo	22
5.1. Área de Negocios Alternos.....	23
5.2. Descripción de funciones, procesos y procedimientos.....	24
5.2.1. Funciones a desempeñar en el cargo.....	24
5.2.2. Procesos a ser partícipe	24

5.2.2.1. Ejecución de eventos con marcas líderes (El Corral, Papa John's, Beer Station, El Corral Gourmet, Leños & Carbón).....	24
5.3. Marco Conceptual y Normativo de la compañía	26
5.3.1. Políticas de Gestión y Calidad Integrada.....	26
5.4. Plataforma CRM SUGAR	27
5.5. Plataforma de seguimiento de los clientes.....	30
5.6. Plataforma IT Manager.....	31
5.6.1. Gestión de Documentos.....	32
5.6.2. Registro de proveedores de la compañía.....	33
5.7.SIESA (Sistema de Información Empresarial S.A)	34
5.7.1. Elaboración de la facturación electrónica.....	34
5.7.2. Elaboración Orden de Compra.....	35
5.7.3. Emisión de la factura electrónica.....	36
6. Marco Referencial	37
6.1. Marco Teórico.....	37
6.1.1. Servicio al Cliente.....	37
6.1.2. Restaurantes	37
6.1.3. Servicios de comida rápida.....	37
6.1.4. Restaurantes Familiares.....	37
6.1.5. Mercadeo	38
6.2. Marco Legal.....	38
6.2.1. Normas Técnicas NTS-USNA.....	38
6.2.2. Requisitos para abrir un negocio de productos alimenticios	41
7. Aportes.....	43
Conclusiones.....	43
Referencias Bibliográficas	45

Lista de figuras

Figura 1. Historia del Grupo Nutresa S.A.....	14
Figura 2. Organigrama Grupo Nutresa S.A.....	16
Figura 3. Organigrama Alimentos al Consumidor.	17
Figura 4. Información de ventas Alimentos al Consumidor.	22
Figura 5. Organigrama Hamburguesas El Corral.	23
Figura 6. Plataforma CRM SUGAR.....	27
Figura 7. Visualización de la plataforma CRM SUGAR.....	27
Figura 8. Ejemplo de un caso registrado en la Plataforma CRM SUGAR.....	28
Figura 8. Continuación al ejemplo de un caso registrado en la Plataforma CRM SUGAR	29
Figura 10. Tabla de representación del seguimiento a clientes.....	30
Figura 11. Plataforma IT MANAGER.....	31
Figura 12. Visualización del contenido de la Plataforma IT MANAGER	31
Figura 13. Registro de un nuevo documento.....	32
Figura 14. Registro de un nuevo proveedor	33
Figura 15. Visualización de SIESA para la elaboración de la facturación electrónica	34
Figura 16. Visualización de SIESA para la elaboración de orden de compra	35
Figura 17. Ejemplo de facturación electrónica generada.....	36

Glosario

Alianzas comerciales: Una alianza comercial significa la unión entre dos o más empresas para desarrollar conjuntamente algunas de las distintas modalidades de cooperación en los negocios, considerando un horizonte de tiempo de largo plazo.

Estrategia: Se refiere a un plan ideado para dirigir un asunto y para designar al conjunto de reglas que aseguran una decisión óptima en cada momento. En otras palabras, una estrategia es el proceso seleccionado a través del cual se prevé alcanzar un cierto estado futuro.

Innovación: Consiste en la búsqueda de nuevos métodos, partiendo de los conocimientos que le anteceden, a fin de mejorar algo que ya existe, dar solución a un problema o facilitar una actividad.

Desarrollo: Se refiere a la ejecución de una tarea o la realización de una idea. Por ejemplo, el desarrollo de un proyecto o de cualquier tipo de actividad.

Plataforma CRM: Es un término de la industria de la información que se aplica a metodologías, software y en general a las capacidades de internet que ayudan a una empresa a gestionar las relaciones con sus clientes de una manera organizada.

Plataforma ERP: Por sus siglas en inglés *Enterprise Resource Planning*, o bien Planeamiento de Recursos empresariales. Tiene que ver con el gerenciamiento de los distintos recursos, negocios, aspectos y cuestiones productivas y distributivas de bienes y servicios en una empresa.

Resumen

El presente informe tiene como finalidad dar a conocer por escrito el trabajo realizado en la empresa de Alimentos al consumidor del Grupo Nutresa, la compañía de cadenas de restaurantes más grande y de gran renombre en el País. Con este objeto se presentará información relevante de la empresa, dando a conocer la ejecución de cada función asignada, de igual manera se expone los aportes realizados por el estudiante y así mismo las conclusiones y resultados obtenidos durante la realización de esta pasantía.

Palabras clave: Grupo Nutresa, Cadenas de restaurantes, Comerciales, Operaciones

Asbtract

The purpose of this report is to make known in writing the work carried out in the Nourishing Consumer Company of the Nutresa Group, the largest and most renowned restaurant chain company in the Country. For this purpose, relevant information of the company will be presented, making known the execution of each assigned function, in the same way the contributions made by the student are exposed and the conclusions and results obtained during the realization of this internship.

Keywords: Grupo Nutresa, Restaurant Chains, Comercial, Operations

Introducción

El presente informe sustenta el trabajo realizado en la empresa de Alimentos al Consumidor, la compañía líder en restaurantes de cadena de El Grupo Nutresa, lugar donde se llevó a cabo la pasantía universitaria con el fin de obtener el título como profesional en Negocios Internacionales.

En el cuerpo de trabajo se encuentra información general de la empresa, desde aspectos organizacionales como su visión , misión , estructura organizacional hasta datos y cifras comerciales como ventas de los restaurantes en el negocio de los alimentos. De igual manera se describen las funciones realizadas desde el cargo asignado, su metodología e imágenes de referencia con el fin de dar a conocer las herramientas y plataformas utilizadas para llevar a cabo la debida gestión.

Se destaca el marco referencial, teórico, conceptual y legal, información fundamental para la ejecución de este proyecto, finalmente se exponen los aportes brindados por la estudiante a la empresa logrando así poner en práctica los conocimientos base adquiridos en la academia y proponiendo soluciones que permitan ser útiles para la ejecución de las actividades comerciales en la compañía.

1. Aspectos generales del Informe final práctica empresarial Alimentos al Consumidor – Grupo Nutresa

1.1. Justificación

Con la ejecución de la práctica empresarial se estima aplicar los conocimientos teórico-prácticos y competencias adquiridas durante el aprendizaje académico de acuerdo a la malla curricular de la carrera, por tal razón la empresa Alimentos al consumidor, brinda las herramientas necesarias para el desarrollo de los objetivos profesionales planteados, todo esto con el fin de otorgar conocimiento operacional y comercial desde la perspectiva de una empresa perteneciente a una multinacional. La experiencia vivida permite a la estudiante desarrollar aptitudes y habilidades en ámbitos laborales conociendo así la estructura de una compañía y formulando soluciones óptimas para las dificultades presentadas en el mercado.

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo General.

Aplicar los conocimientos adquiridos en la academia durante la formación profesional del programa de Negocios Internacionales partiendo de la ejecución de acciones relacionadas con el propósito comercial de la empresa como la ejecución de pautas y estrategias de mercadeo logrando la buena visualización de las marcas, todo esto con el fin de aumentar su participación e indicadores económicos en el mercado y reafirmar el buen nombre de la compañía.

1.2.2. Objetivos Específicos.

- Obtener conocimientos y habilidades relacionadas en temas comerciales y de mercadeo con el fin de suplir las exigencias del mercado.
- Adquirir conocimiento y experiencia en temas administrativos en una empresa con enfoque nacional e internacional.
- Brindar soluciones propositivas que contribuyan con el objetivo y finalidad de la empresa.

2. Perfil de la empresa Alimentos al Consumidor y Grupo Nutresa

2.1. Misión

Ser los mejores Anfitriones de cadenas de restaurantes, que ofrecen la mejor experiencia integral a sus invitados gracias al talento de nuestra gente, la alta calidad de los productos, el servicio extraordinario, nuestro compromiso con la sostenibilidad, la adecuada relación precio/valor; en un ambiente acogedor y divertido donde cada invitado se sienta único y satisfecho.

2.2. Visión

Ser el lugar favorito de nuestros invitados; porque es gestionado por gente talentosa, por nuestro estándar de calidad y sabor, por nuestro aporte al desarrollo sostenible, por el amplio cubrimiento del mercado, por nuestras marcas líderes

2.3. Historia Grupo Nutresa S.A.

Grupo Nutresa nace a comienzos del siglo XX en medio del desarrollo industrial colombiano. En este período histórico nace, exactamente en 1920, Compañía Nacional de Chocolates Cruz Roja, convertida más adelante en Compañía Nacional de Chocolates S.A. -CNCH-.

A principios del siglo XXI, la empresa inicia un proceso de transformación empresarial que la lleva a convertirse en una sociedad matriz bajo el nombre de Inversiones Nacional de Chocolates S.A., más adelante convertida en Grupo Nacional de Chocolates S.A. y posteriormente en Grupo Nutresa S.A., nombre que recoge todas las categorías de alimentos del grupo y fortalece el vínculo de todas sus marcas con la salud, la nutrición y el bienestar.

Desde esa fecha, Grupo Nutresa ha acelerado su proceso de expansión con la adquisición de empresas de gran tradición y reconocimiento en la región estratégica. La Figura 1. muestra la línea de tiempo resumiendo la historia de Grupo Nutresa S.A.

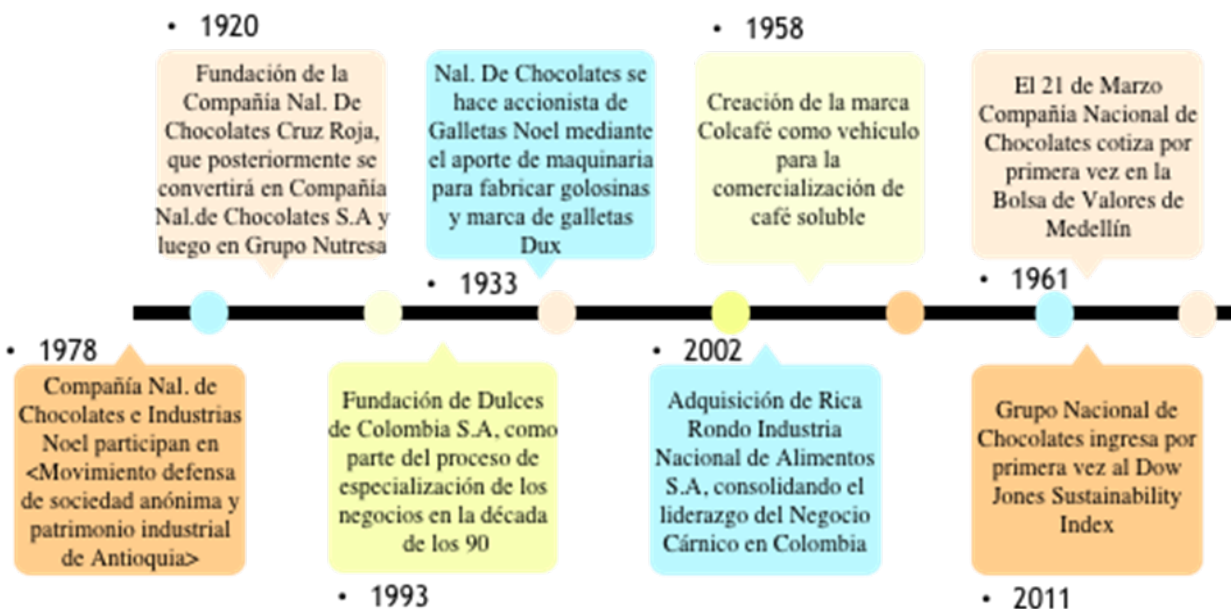


Figura 1. Historia del Grupo Nutresa S.A.

2.4. Estructura organizacional Grupo Nutresa S.A.

La estructura corporativa del Grupo inicia desde su Presidencia, desde donde se busca asegurar las capacidades de la Organización, direccionar las decisiones que le permitan alcanzar la Mega 2020, garantizar su crecimiento sostenible y rentable, y desarrollar los pilares que sustentan el modelo de negocio: Personas, marcas y redes de distribución.

Le acompaña una vicepresidencia de Finanzas Corporativas que aporta al crecimiento del Grupo a través del apoyo a los planes de inversión de los diferentes Negocios.

Operativamente, Grupo Nutresa está compuesto por los Negocios Cárnico, Galletas, Chocolates, Tresmontes Lucchetti, TMLUC, Cafés, Alimentos al Consumidor, Helados y Pastas.

En Colombia, la gestión comercial es apoyada por Comercial Nutresa (Secos) y por el Negocio Cárnico (Congelados y Refrigerados), así como por canales de venta alternativos de venta como Novaventa (Ventas por catálogo y máquinas dispensadoras) y La Recetta (Alimentación Institucional). En el exterior, cuenta además con compañías propias de distribución exclusiva.

Los servicios administrativos son suministrados a todas las compañías del Grupo por parte de Servicios Nutresa, encargada de proveer soluciones en materia de abastecimiento, infraestructura, finanzas, auditoría, asistencia legal, riesgos y seguridad, desarrollo humano y comunicaciones, entre otros. La Figura 2. es una ilustración gráfica del organigrama del Grupo Nutresa S.A.



Figura 2. Organigrama Grupo Nutresa S.A.

2.5. Estructura organizacional Alimentos al Consumidor

Alimentos al consumidor está constituido por 3 sociedades con 3 razones sociales diferentes - IRCC S.A.S- Industria de Alimentos Casuales que abarca las siguientes marcas; El Corral, Corral Gourmet, Beer Station. L&C S.A.S Compuesta por el restaurante Leños & Carbón y PJ COL S.A.S que se compone por la marca Papa Jhon's. Representa legalmente las anteriores razones sociales el Gerente Legal y Financiero Juan Manuel Álvarez Castellanos, el organigrama está dividido en Gerentes , Directores, Jefes, Cordinadores y Analistas. (Ver Anexo).

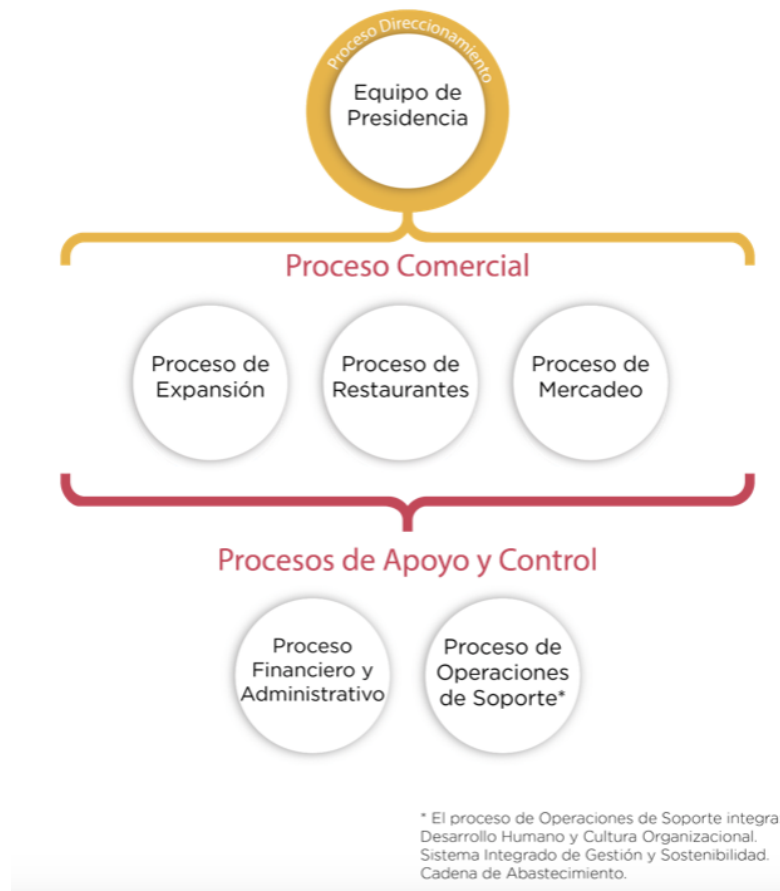


Figura 3. Organigrama Alimentos al Consumidor.

2.6. Portafolio de Servicios

El negocio de Alimentos al Consumidor ofrece experiencias superiores de calidad y servicio en el segmento de alimentos fuera del hogar.

Gracias a la reciente adquisición de Grupo El Corral, es líder en los segmentos de *fast casual* y *casual dining* en Colombia. Además de operar marcas internacionales líderes en las categorías de pizza, helado de yogurt, entre otros. Igualmente opera importantes cadenas de heladerías en Centroamérica y República Dominicana, en donde es líder de la categoría.

Las principales empresas del Negocio Alimentos al Consumidor son: Colombia – Grupo El Corral, en República Dominicana – Helados Bon S.A. y en Costa Rica – Helados Pops.

Grupo Nutresa dentro de su marco estratégico se destaca por la creciente creación de valor, logrando retornos de inversión, superior al costo de capital. Ahora bien, desde el 2014 se encontró oportunidad para la apertura de una nueva unidad de negocio donde se compró el 100% de las acciones de ACO (Alimentos al consumidor) empresa destacada por su calidad y servicio en cadena de restaurantes, siendo líder en el segmento de *fast casual* y *casual dining* con Hamburguesas el Corral, Corral Gourmet, Leños & Carbón, Beer Station, sin dejar a un lado Schapeli y New Brands en productos lácteos. Además de operar marcas internacionales líderes como; Papa Johns y su presencia en operaciones de Pops y Bon en Centroamérica y República Dominicana.

Alimentos al consumidor cuenta con 336 puntos de venta en Colombia, 188 en Centroamérica y 313 en República Dominicana y el Caribe, Por tal y múltiples razones se consolida como marca líder en el mercado de calidad y servicio en el segmento de alimentos fuera del hogar.

3. Cadenas de restaurantes

3.1. El Corral

El Corral inició operaciones en 1983, con la inauguración de su primer restaurante de comida casual de autoservicio en Bogotá. Su lema “La receta original” se convierte en el hito y futuro de la marca. Desde la inauguración del primer restaurante, el compromiso ha sido satisfacer los gustos, expectativas y necesidades brindando una excelente calidad, por esta razón, se utilizan materias primas seleccionadas para la preparación de los alimentos; además, en forma permanente, se investiga y se renuevan los procedimientos y técnicas empleadas (El Corral, n.d.).

La cadena se encuentra en continuo desarrollo desde su fundación, hoy día cuenta con 217 restaurantes en 42 ciudades y municipios de todo el país. En Hamburguesas El Corral, todos los productos son elaborados cuando se ordenan, para garantizar su frescura y calidad. Con vegetales seleccionados, pan fresco, productos lácteos de primera calidad y aceite vegetal sin colesterol para freír complementan el sabor característico e inconfundible de los productos.

3.2. El Corral Gourmet

El Corral Gourmet abre sus puertas en el año 2001 con El Corral Gourmet Atlantis, ubicado en el centro comercial del mismo nombre inicia un arduo proceso de casi dos décadas de crecimiento. El Corral Gourmet le apuesta a la oferta de productos cualificados con ofertas de sabores diferentes y exóticos basados en un menú inspirado en. Adicional a eso tiene un gran compromiso con el planeta ya que se trabaja para reemplazar los pitillos por la cuchara, velar por el manejo adecuado tanto de la energía como el agua.

3.3. Beer Station

Beer Station nace hace más de 10 años en Bogotá con el fin de ofrecer una experiencia diferente, ofreciendo un menú con platos sofisticados y cervezas artesanales de barril, cervezas importadas de prestigio, cocteles preparados con productos de marcas reconocidas y bebidas sin licor. Productos destacados en el mercado de los restaurantes cerveceros que le otorgan gran distinción a la marca en el mercado (Beer Station, n.d.).

3.4. Leños & Carbón

Leños & Carbón es un restaurante que nace y se hace famoso en Cali donde se vuelve parte de la cultura y se conecta emocionalmente con los caleños convirtiéndolos en destino. Luego se expande a nivel nacional principalmente en Medellín, Bogotá y otras ciudades. Hoy cuenta con 30 restaurantes entre plazoleta de comidas y servicio a la mesa. Ofrece una propuesta consistente y enfocada que genera conexiones emocionales desde la tradición Colombiana. Ha estado acompañando las celebraciones de los colombianos desde hace 20 años, lo que demuestra que es una de las parrillas preferidas por los Colombianos.

3.5. Papa John's

Hace aproximadamente 10 años llega a Colombia Papa Jhon's que, mediante su modelo de franquicias, cuenta con más de 3.400 puntos de venta en los cinco continentes. Actualmente se posiciona como marca líder en el negocio de la Pizza y brinda a sus clientes propuestas innovadoras con un menú ajustado a los gustos de los colombianos.

3.6. Helados POPS

POPS Inicia sus operaciones en la región centroamericana en el año 1968. La empresa nace gracias a la visión de sus fundadores, quienes tenían la idea de brindar al consumidor un helado de calidad premium con una variedad muy innovadora de sabores y productos. Es así como POPS introduce 32 sabores de helados y nieves además de las otras especialidades que se han convertido

en clásicos. Más adelante implementaron el modelo de atención por medio de auto servicio o *drive thru*, representando una gran comodidad para los clientes. Hoy día POPS forma parte del Grupo Nutresa en el segmento de Alimentos al Consumidor, donde es distinguido por sus altos estándares de operación en todas sus empresas que operan en más de 70 países.

3.7. Helados BON

Helados BON es un exitoso modelo de desarrollo que produce, transmite sabor y alegría para los dominicanos, convirtiéndose en una de las marcas más prestigiosas del país. Esta marca nació en 1972 como una pequeña empresa que con el pasar de los años se transformó en un modelo de negocio franquiciado, desde el 2011 pertenece al Grupo Nutresa, quien adquiere el 81% de las acciones y se encamina a fortalecer los procesos para promover un modelo de negocio basado en el talento, la innovación y el desarrollo sostenible.

4. Ventas Alimentos al Consumidor

La Figura 4. muestra la información del total de ventas de Alimentos al Consumidor para el periodo comprendido entre 2014 y 2018.

Alimentos al Consumidor	2015	2016	2017	2018
Ventas totales (Miles de millones COP)	542	657	697	738
EBITDA (Miles de millones COP)	93	94	86	85
Margen EBITDA	17,2%	14,3%	12,4%	11,6%
Ventas Colombia	363	446	485	521
Ventas internacionales (USD millones)	65	69	72	73

* Tasa Anual de Crecimiento Compuesto



Figura 4. Información de ventas Alimentos al Consumidor.

5. Diagnóstico general de Hamburguesas El Corral y su área de Mercadeo

Hamburguesas El Corral es una de las cadenas de restaurantes más reconocidas y exitosas en Colombia desde 1983. Actualmente registra un crecimiento en ventas desde el año 2016 hasta el 2019 en un 8.9% en las mismas tiendas y nuevas ventas del 11%. Este crecimiento fue posible gracias a la construcción de una oferta de valor diferente para clientes, compradores y consumidores y al desarrollo de redes de distribución con diferentes alianzas estratégicas con empresas fuertes como lo es Rappi, Domicilios.com, esto según informe consolidado por el grupo Nutresa. Por otro lado, es importante entender el Organigrama de Hamburguesas El Corral para entender cómo opera internamente la compañía.

El organigrama de Hamburguesas El Corral lo muestra la Figura 5.

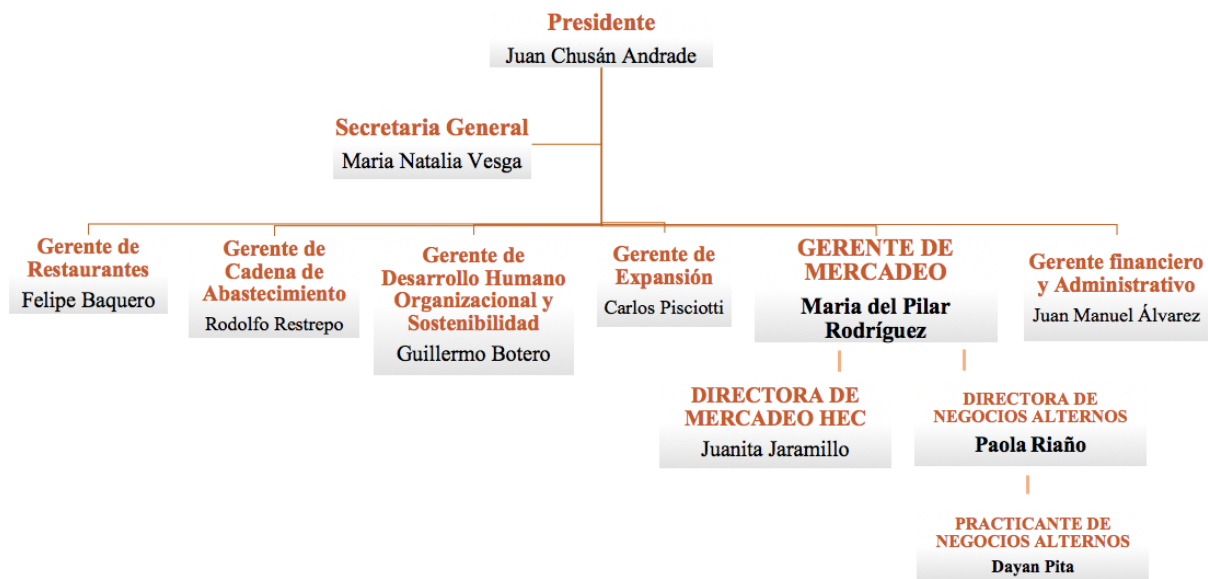


Figura 5. Organigrama Hamburguesas El Corral.

5.1. Área de Negocios Alternos

El área de negocios alternos se crea con el fin de brindar un apoyo transversal al área de mercadeo de Alimentos al Consumidor, tiene como finalidad generar ingresos extras a las cadenas de restaurantes anteriormente mencionadas, por medio de la participación y promoción de las marcas en eventos nacionales y de la región y así mismo mediante el ofrecimiento de bonos corporativos para empresas o personas naturales, adicional a eso es el área encargada de la promoción del servicio de reservas en los diferentes puntos de venta para que las personas visiten los restaurantes generando valor y reconocimiento a los mismos. Es el área encargada de velar por la buena imagen y visualización de las marcas, todo esto con el fin de generar un crecimiento económico diferente al producido en cada punto de venta.

5.2. Descripción de funciones, procesos y procedimientos

5.2.1. Funciones para desempeñar en el cargo

- Establecer negocios con nuevos clientes sobre los servicios ofrecidos por el área de Negocios Alternos facilitando la creación de alianzas comerciales.

- Elaboración de reportes de venta e indicadores emitidos por el área de Negocios Alternos.
- Realizar el primer acercamiento con potenciales *stakeholders* con el fin de crear relaciones que permitan la participación y reconocimiento de las marcas en eventos a nivel empresarial y nacional.

- Atender y dar solución óptima a diferentes solicitudes de clientes, proveedores y aliados mediante la plataforma SUGAR¹, para así lograr acercamientos comerciales entre los mismos.

5.2.2. Procesos a ser participe

5.2.2.1. *Ejecución de eventos con marcas líderes (El Corral, Papa John's, Beer Station, El Corral Gourmet, Leños & Carbón)*

Objetivo: Generar ingresos rentables a las cadenas del negocio de Alimentos al Consumidor, posicionamiento de marca, servicio al cliente y fidelización

Procedimientos:

- Búsqueda de eventos por medio de recursos generales y físicos (llamadas comerciales, bases de datos, referenciación del Grupo Nutresa).

- Negociación del evento, elaboración de Estado de Resultados Integrales

- Evaluación de participación y confirmación del evento a áreas involucradas

¹ Plataforma CRM utilizada en la compañía para la atención de solicitudes.

- Solicitud de documentación al proveedor (Cámara de Comercio, RUT, certificación bancaria, entre otros.)

- Creación de proveedor en la plataforma IT Manager
- Solicitud de configuración de precios en el sistema
- Solicitud Visita y revisión técnica del evento
- Elaboración de *merchandising* y material publicitario de las marcas
- Realización de contrato, facturación del evento
- Entrega de Estado de Resultados Integrales, aciertos y oportunidades, archivo.

5.2.2.2. Ejecución del Servicio de Fiestas Infantiles El Corral

Objetivo: Generar ingresos adicionales a la cadena El Corral mediante el servicio de fiestas infantiles.

Procedimientos:

- Responder solicitudes de los clientes mediante plataforma de CRM y llamadas comerciales.
- Elaborar cotización de la solicitud al cliente.
- Realizar el empalme de cliente-coordinador de punto de venta para la ejecución del evento.
- Realizar seguimiento post venta para lograr fidelización de potenciales clientes.

5.2.2.3. Venta de Bonos Regalo Institucional

Objetivo: Dar respuesta oportuna a los clientes que solicitan asesoría y/o información sobre el proceso de compra de bonos regalo institucional con las condiciones establecidas por la compañía con el fin de lograr ingresos adicionales a las cadenas del Negocio de Alimentos al consumidor.

Procedimientos:

- Recibir y gestionar las solicitudes radicadas por los clientes en los diferentes medios establecidos (Plataforma CRM y llamadas comerciales)
- Asesorar al cliente con el portafolio comercial
- Enviar cotización al cliente según las condiciones comerciales de la compañía.
- Solicitar documentos para creación como cliente en nuestra plataforma IT Manager.
- Hacer seguimiento de su solicitud, cargue y entrega de bonos institucionales.

5.3. Marco Conceptual y Normativo de la compañía

5.3.1. Políticas de Gestión y Calidad Integrada

Política de Calidad: Satisfacer a los clientes y consumidores con productos de calidad, ofreciendo un excelente servicio

Política de seguridad de alimentos: Dar estricto cumplimiento a los principios de seguridad en la producción de alimentos, garantizando productos confiables

Política de Seguridad y Salud Ocupacional: Fomentar una cultura de prevención y control, en las condiciones relacionadas con la seguridad y salud ocupacional del personal y de los procesos, brindando un mejor entorno de trabajo.

Política de Riesgos: Identificar y administrar los riesgos asociados con las actividades del negocio, buscando la reducción o transferencia de éstos.

Política de Responsabilidad Social Empresarial: Compromiso voluntario del negocio, colaboradores y terceros para contribuir al desarrollo humano integral de las partes relacionadas (Consumidores, accionistas, colaboradores, terceros, clientes, proveedores, comunidad y el Estado, generando crecimiento económico, desarrollo social y equilibrio ambiental.

5.4. Plataforma CRM SUGAR

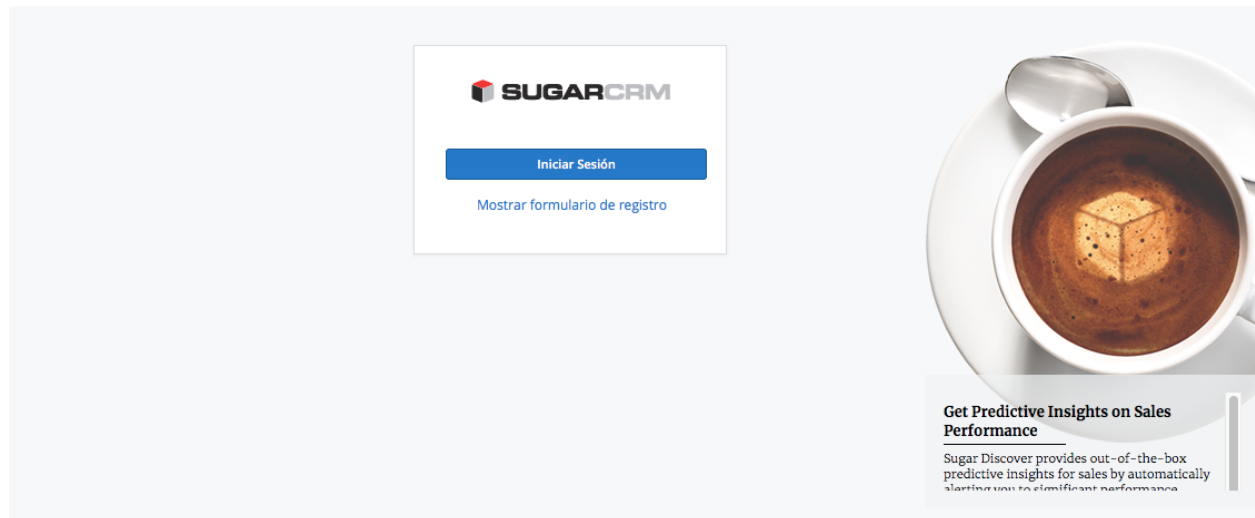


Figura 6. Plataforma CRM SUGAR

SUGAR Es la plataforma de servicio a la cliente implementada por el Grupo Nutresa, allí se atienden las solicitudes realizadas por los clientes por medio de la línea de atención telefónica y redes sociales, se brinda respuesta de quejas y reclamos de acuerdo con las marcas.

En la plataforma de inicio se generan las actividades a realizar y es allí donde encontramos los datos del cliente para poder lograr el puente de comunicación y atender la solicitud.

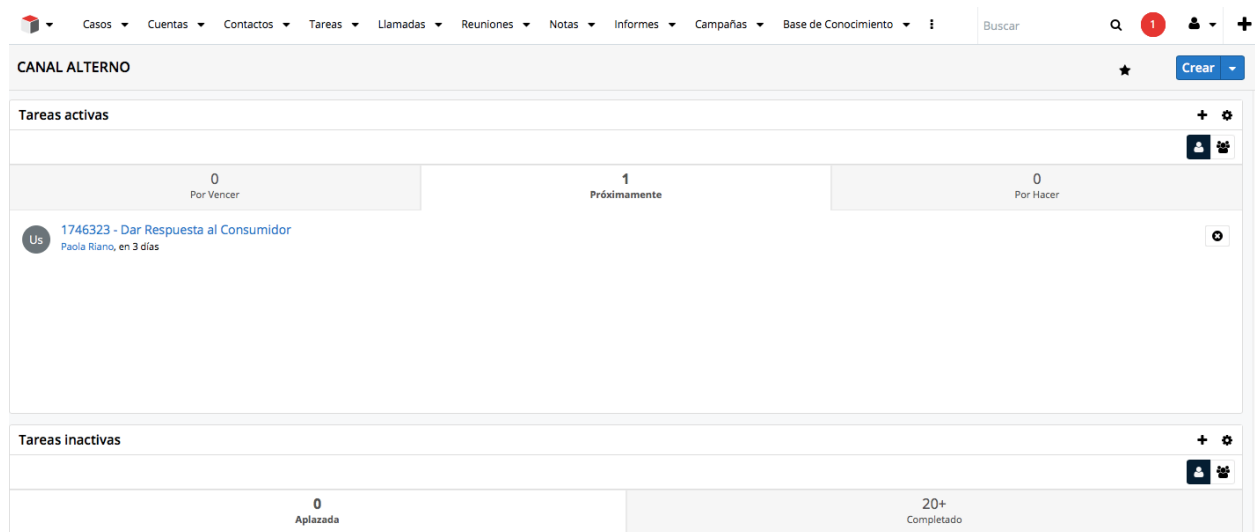


Figura 7. Visualización de la plataforma CRM SUGAR

Cuenta	Código Cuenta
CONSUMIDOR FINAL	
Sociedades por Cuenta	
AIIR - CADENA HAMBURGUESAS EL CORRAL	
 Fuentes	
Líneas de servicio	
Contactos	Dirección de Contacto
Sr. Rafael Oliveros	cl 7 90 81 casa 144 Bogota Bogota-
Recibir Notificación por Correo Electrónico	Estado
☐	
Documentar Caso	
Buenas Tardes,	
Se comunica el usuario manifestando que Nutresa le dio un bono por incentivo en una tarjeta Credi-Banco por el valor de \$100.000 y la vigencia era a partir del cargue que fue el 09-02-2019 por 12 meses, posteriormente el usuario fue a redimir el bono el 28/12/2019 y le registra que ya se encontraba vencido.	
Empresa donde labora: cigarrería y supermercados datil ciudad: Bogota.	
Muchas Gracias.	
Prioridad	
Media	

Figura 8. Ejemplo de un caso registrado en la Plataforma CRM SUGAR

Una vez teniendo la información del caso se procede a comunicarse con el encargado del punto de venta o el director de la zona para solucionar las dudas o en este caso la queja del consumidor

Acepta Política de Datos

SI

Cuenta

Tipo de identificación

Otros Documentos

Teléfono Oficina

Teléfono Casa

Fax

Función

Dirección Principal

cl 7 90 81 casa 144 Bogota
Bogota,

Fecha Aceptación

13/01/2020

Contacto Principal

☐

Número de Identificación

4251740

Teléfono Móvil

3102312892

Teléfono Alterno

Dirección de Email

ndalsan25@oult.com

Dirección Alternativa

cl 7 90 81 casa 144 Bogota
Bogota,

Figura 9. Continuación al ejemplo de un caso registrado en la Plataforma CRM SUGAR

Una vez obtenidos los datos e información personal del usuario se procede a realizar la llamada directamente con el cliente, ofreciendo alternativas o brindando una orientación sobre el servicio que el mismo requiere (Organización de eventos empresariales, emisión de bonos corporativos).

5.5. Plataforma de seguimiento de los clientes

fx OSCAR MARTINEZ						
	A	B	C	D	E	F
1	NOMBRE CLIENTE	EMPRESA	CIUDAD	CADENA	COTIZACION	TELEFONO
364	OSCAR MARTINEZ	ASOCIACIÓN ESTUDIANTES INGENIERIA INDUS	BOGOTA	FOOD TRUCK EL CORRAL	PORTAFOLIO	3017260601
365	NOHEMY GÓMEZ	REINCORPORACIÓN-GOV	BOGOTA	HAMBURGUESAS EL CORRAL	PORTAFOLIO	3003246818
366	JORGE ZAPATA	EAFIT	BOGOTA-MED	HAMBURGUESAS EL CORRAL	PORTAFOLIO	3053072259
367	ASNEIDA ARBELAEZ	COOMEVA	CALI	HAMBURGUESAS EL CORRAL	B-37125	3184080022
368	ANDREA NIETO	BAZAR NAVIDEÑO	CARTAGENA	FOOD TRUCK EL CORRAL	PORTAFOLIO	3108911661
369	YESSICA VILLARRAGA	EVENTO UNIVERSITARIO	BOGOTÁ	HAMBURGUESAS EL CORRAL	PORTAFOLIO	3003157774
370	YULIETH HERNANDEZ	SHOCK EVENTO FIN DE AÑO	BOGOTA	FOOD TRUCK EL CORRAL	PORTAFOLIO	3107992027
371	ALEXANDER MARTINEZ	PERSONA NATURAL	CALI	HAMBURGUESAS EL CORRAL	F-32365	3164012213
372	ADRIANA DIAZ	WE CAN DO IT SAS	BOGOTA	FOOD TRUCK EL CORRAL	COTIZACIÓN	3102209871
373	ANAMAR SUESCUN	CCXC	BOGOTA	PAPA JHONS	B-37126	3143132022
374	SANDRA UMAÑA	RECON COLOMBIA	MEDELLIN	FOOD TRUCK EL CORRAL	PORTAFOLIO	3132697597
375	DANIELA VALENCIA	GAMBETIANDO	MEDELLIN	HAMBURGUESAS EL CORRAL	PORTAFOLIO	3005668530
376	LORENA CASTAÑEDA	PLAZA MAYOR	MEDELLIN	HAMBURGUESAS EL CORRAL	PORTAFOLIO	3226931829
377	DANIEL BRAVO	SCOTIABANK	BOGOTA	HAMBURGUESAS EL CORRAL	PORTAFOLIO	3138923379
378	ANA MARÍA GUTIERREZ	PERSONA NATURAL	BOGOTA	CORRAL CAMPESTRE	F-32366	3006182079
379	DIANA OBREGÓN	PERSONA NATURAL	CALI	CORRAL CAÑAS GORDAS	F-32367	3175749886
380	ALEXANDRA NIZO	PERSONA NATURAL	BOGOTA	HAMBURGUESAS EL CORRAL	COTIZACIÓN	3125880306
381	JOEL ALVARADO	PERSONA NATURAL	BOGOTA	CORRAL BRICEÑO	F-32368	3045762808
382	FRAY JORGE HENAO	UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS	BOGOTÁ	FOOD TRUCK EL CORRAL	PORTAFOLIO	3102428968
383	HUGO ARANGO	OMNILIFE	VALLE DEL CAUCA	HAMBURGUESAS EL CORRAL	B-37127	3175152127
384	FERNANDO MALDONADO	KANTAR	BOGOTA	HAMBURGUESAS EL CORRAL	COTIZACIÓN	3213628952
385	NATALIA MENESES	KENWORTH DE LA MONTAÑA SAS	BOGOTA	HAMBURGUESAS EL CORRAL	COTIZACIÓN	3208712998
386	YEISON GIL	SEC. DISTRITAL DE INTEGRACIÓN SOCIAL	BOGOTÁ	HAMBURGUESAS EL CORRAL	PORTAFOLIO	3143552584
387	LENNI CORSO	DROXI COLOMBIA SAS	BOGOTÁ	HAMBURGUESAS EL CORRAL	PORTAFOLIO	3004684982
388	PAULA QUIROZ	PERSONA NATURAL	CALI	CORRAL CAÑAS GORDAS	F-32369	3148649849
389	DANIELA MACIAS	ALMABRAND SAS	CALI	LEÑOS & CARBÓN	B-37128	3186296812

Figura 10. Tabla de representación del seguimiento a clientes

La empresa maneja internamente un registro de las solicitudes diarias recibidas en las que se registran datos personales del cliente y/o la empresa y el tipo de servicio brindado, para poder así hacer seguimiento una semana vencida de atendida la solicitud.

Esta base de datos permite a la empresa consolidar alianzas y relaciones comerciales con las empresas y/o personas naturales solicitantes de los servicios de la compañía.

5.6. Plataforma IT Manager

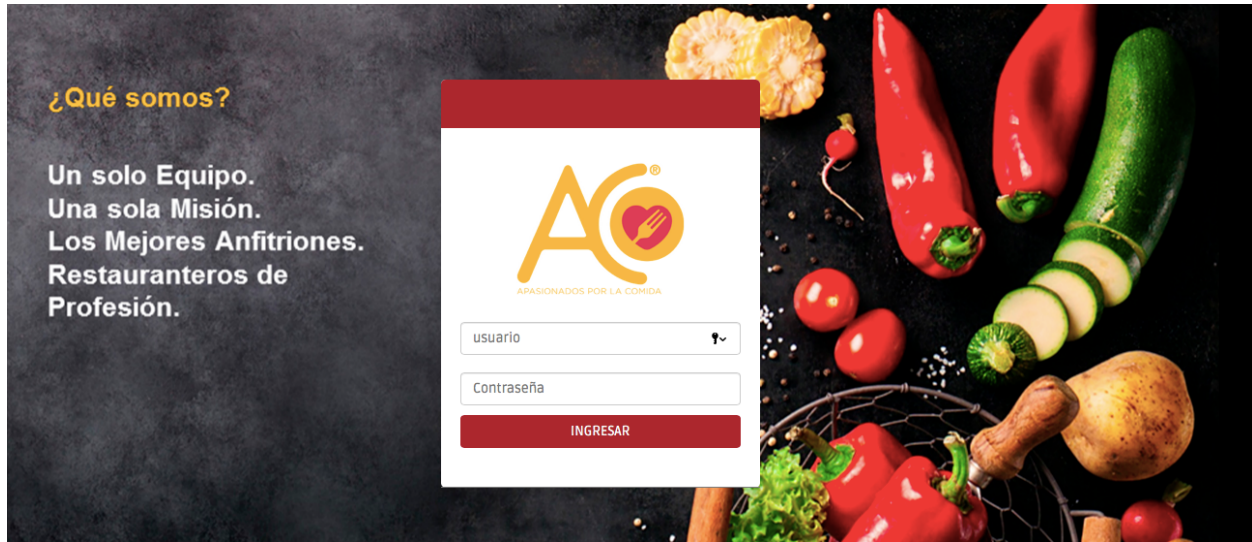


Figura 11. Plataforma IT MANAGER

IT MANAGER Es una plataforma interna de la compañía creada con el fin de administrar recursos como la creación de proveedores, solicitud de documentos para la inscripción de las empresas, solicitud de firmas del representante legal, inscripción de contratos y demás archivos de interés.



Figura 12. Visualización del contenido de la Plataforma IT MANAGER

5.6.1. Gestión de Documentos

Registrar Nuevo Documento para Firma

Ingrese la información requerida

Dirigido A:

SELECCIONE...

Tipo de Documento

SELECCIONE TIPO DE DOCUMENTO...

Asunto

Asunto del documento

Referencia (* # de Factura, Orden, Remisión, Contrato... *)

Referencia del Documento

Compañía Externa

Compañía Externa

Contacto Externo

Contacto Externo

Empresa

SELECCIONE EMPRESA...

Area

SELECCIONE AREA...

Moneda

PESOS COLOMBIANOS

Valor Expuesto en el Documento (* Con puntos y decimales *)

Cerrar Sesión

#	Formulario	Fecha
1	24074	13-01-2021
2	24029	07-01-2021
3	24028	07-01-2021
4	24023	30-12-2020
5	24022	30-12-2020
6	23917	19-12-2020
7	23916	19-12-2020
8	23613	03-12-2020
9	23612	03-12-2020

Compañía	Monto	Estado
Inter crédito de Colombia S.A.S	0000	ENTREGADO
INTERCREDITO DE COLOMBIA SAS	0000	REGISTRADO
INTERCREDITO DE COLOMBIA S.A.S	0	REGISTRADO
DANIEL ANDRÉS CAMARGO BAUTISTA	-	ENTREGADO
DANIEL ANDRÉS CAMARGO BAUTISTA	0	ENTREGADO
VARDÍ	0	ENTREGADO
ADYLOG	0	ENTREGADO
SUEÑO ESTÉREO S.A.S	4000000 + IVA	ENTREGADO
SUEÑO ESTÉREO S.A.S	4000000 + IVA	ENTREGADO

Figura 13. Registro de un nuevo documento.

Para que los documentos de interés sean firmados por el representante legal se debe completar el cuadro con la anterior información descrita. Los documentos allí registrados son formularios de creación como clientes para terceros, contratos para concesión de espacio comercial para las marcas, entre otros.

5.6.2. Registro de proveedores de la compañía

Registrar Nuevo Proveedor

Razón Social

Nit (sin dígito de verificación)

Email
(* A este email se enviará la información del proceso de creación de proveedor *)

Telefono de Contacto

Seleccione las empresas a las cuales prestará servicio el proveedor.

IRCC SAS TABELCO SAS

L&C SAS NEW BRANDS SAS

PJ COL SAS SHADELI LTDA

LIMPIAR

Seleccione la categoría de servicio del proveedor.

SELECCIONE...

Forma de pago:

SELECCIONE...

Otro

Descripción de Otro

Asignado a:

Buscar Usuario (* Username, Nombre *)

Figura 14. Registro de un nuevo proveedor

Para poder registrar un proveedor nuevo en la compañía los documentos base solicitados para realizar este procedimiento son; RUT, Cámara de comercio actualizada, y cédula del Representante Legal, todo esto con el fin de hacer un estudio de la empresa y finalmente aprobarlo para llevar a cabo la operación entre las partes. Allí se debe describir la Razón social, el NIT de la compañía, el contacto de la persona con la que se ha establecido la relación comercial y finalmente a cuál de las empresas se desea crear como proveedor, una vez registrada esta información se remite al área encargada de la evaluación de dichos documentos adjuntos.

5.7. SIESA (Sistema de Información Empresarial S.A)

SIESA se consolida como la base ERP (*Enterprise Resource Planning*) de la compañía, es la plataforma de gestión de información de todas las áreas de la empresa donde están involucrados todos los ingresos, gastos y pagos que esta genera. En la práctica se llevó a cabo la ejecución del módulo comercial que hace parte del área de ventas en donde se encuentra el manejo de inventarios y la generación de la facturación, adicional a eso el desarrollo del módulo de compras que era implementado para realizar órdenes de compra.

5.7.1. Elaboración de la facturación electrónica

Cliente SIESA Enterprise v.1.19.731 - IRCC S.A.S. - [Factura directa] ES Spanish (Colombia) Help

Archivo Edición Maestros Maestros comercial Compras Ventas Inventarios Control de proyectos Ventanas Favoritos 2

Factura directa

C.O. ... Tipo docto ... Número: Fecha: 14/01/2020 Estado: En elaboración

Facturar a ... Sucursal ...

Despachar a ... Sucursal ...

Moneda ... Tasas: Base.../ 0,0000 COP Local... 0,0000 COP Tipo: 001 Contabiliza: No aplica

Análisis del cliente | Generales | Puntos de envío | Items | Retención | CxC | Recaudo | Entidades

Análisis	Cupo:	0	Vigencia:	0	Bloqueado:	No
	Corriente:	0 # 0	% Corriente:	0	Bloqueado por cupo:	No
	Vencida:	0 # 0	% Vencido:	0	Bloqueado por mora:	No
	Remisiones:	0 # 0	Días prom. vencido:	0	Margen mínimo:	0%
	Pedidos:	0 # 0	Días prom. pago:	0	Margen máximo:	0%
	POS:	0 # 0			Días de gracia:	0
	Disponible:	0			Fecha Ingreso:	14/01/2020
	Ch. devueltos:	0 # 0			Antigüedad:	0a 0m 0d
	Ch. posfechados:	0 # 0				
	Clientes					

Figura 15. Visualización de SIESA para la elaboración de la facturación electrónica

5.7.2. Elaboración Orden de Compra

Cliente SIESA Enterprise v.1.19.731 - IRCC S.A.S. - [Orden de compra directa] ES Spanish (Colombia) ? Help

Archivo Edición Maestros Maestros comercial Compras Ventas Inventarios Control de proyectos Ventanas Favoritos 2

Orden de compra directa

C.O. ... Tipo docto ... Número: Fecha: 14/01/2020 Estado: En elaboración

Proveedor ... Sucursal ...

Moneda ... Tasas: Base.../ 0,0000 COP Local...+ 0,0000 COP Tipo: 001 ☐ Consignación

Análisis del proveedor Generales Envío Solicitudes Items Anticipos Sobrecostos Entidades

Análisis

Cupo:	0	Días de gracia:	0
Corriente:	0 # 0	% Corriente:	0
Vencida:	0 # 0	% Vencido:	0
Entradas:	0 # 0	Días prom. vencido:	0
Ordenes:	0 # 0	Días prom. pago:	0
Disponibles:	0	Fecha Ingreso:	14/01/2020
Programado:	0.00	Antigüedad:	0a 0m 0d
Orden pago:	0.00		

Proveedor

Figura 16. Visualización de SIESA para la elaboración de orden de compra

5.7.3. Emisión de la factura electrónica



IRCC S.A.S.
 860533413-6
 AK 45 No. 232-35 LC 4 - 113
 SANTA FE DE BOGOTÁ D.C. - COLOMBIA

FACTURA ELECTRONICA DE VENTAS
 Factura de Venta: V00118
 Fecha de Generación: 2019/12/05 11:46
 Medio de Pago:
 Forma de Pago: 15 DIAS PRONTO PAGO
 Fecha de: 20/12/2019
 Página: 1 de 1

AUTORIZACION NUMERACION DE FACTURACION NO.18763002225341,
 Numeración: AUTORIZADA Rango desde: V0011 hasta: V001500000,
 Vigencia desde: 2019/12/02 hasta: 2020/12/01 - 12 Meses
 Somos grandes contribuyentes según resolución 012635 del 14 Diciembre 2018
 Somos agentes de Retención de IVA
 Somos responsables de IVA

NOMBRE DEL CLIENTE: SOCIEDAD COLOMBIANA DE ANESTESIOLOGIA Y

NIT: 860020082-1

DIRECCIÓN: CR 15A 120 74 860020082

CIUDAD: SANTA FE DE BOGOTÁ D.C.

TELÉFONO: 6196077



CODIGO	DESCRIPCION	U.M.	CANT.	COSTO UNITARIO	IVA %	COSTO TOTAL
0006189	BONO REGALO \$20.000 HIC	UNE	10,000	\$20.000	0,00	\$200.000

Retención	Base	Tasa	Valor	Impuesto	Base	Tasa	Valor		
								SUBTOTAL	\$200.000
								DESCUENTOS	\$0
								TOTAL A PAGAR	\$200.000

VALOR EN LETRAS: DOSCIENTOS MIL PESOS M/CTE* *****

NOTAS
 COMPRA DE 10 BONOS REGALO POR UN VALOR DE \$20.000 PARA UN TOTAL DE \$ 200.000 //OC.
 4000016567

 Manifiesto que: ACEPTAMOS ESTA FACTURA

 Recibo de la factura

 Emisor

Figura 17. Ejemplo de facturación electrónica generada.

6. Marco Referencial

6.1. Marco Teórico

6.1.1. Servicio al Cliente

Es un proceso que integra disponibilidad, velocidad, flexibilidad y confidencialidad para cada una de las situaciones que conllevan a cumplir con el pedido de un cliente, como: la recepción del pedido, la administración del pago, la recolección del producto o prestación del servicio post venta para el usuario final, así como el manejo de posibles devoluciones de productos (Franco,2008)

6.1.2. Restaurantes

Se entiende por restaurante, un establecimiento donde se ofrece un menú, se presta un servicio y atención de calidad dentro de una atmósfera agradable. El término se deriva del latín *restaurare*, que quiere decir recuperar o restaurar. (Fernández, 1997)

6.1.3. Servicios de comida rápida

Cuentan con un menú limitado y precio accesible, ofreciendo productos como hamburguesas, pollo, pizza, tacos, hot dogs etc. Habitualmente, se encuentran abiertos los siete días de la semana y en su oferta no incluyen bebidas alcohólicas

6.1.4. Restaurantes Familiares

Generalmente ofrecen un menú casero, simple con un rango de precio medio en base al ingreso promedio familiar. En ocasiones pueden tener licencia para vender cerveza o vinos. Las

instalaciones se deben adecuar a las necesidades de las familias con una buena ubicación y estacionamiento.

6.1.5. Mercadeo

El mercadeo es el proceso de planificar y ejecutar la concepción, la fijación de precios, la comunicación y la distribución de ideas, productos y servicios para crear intercambios que satisfagan los objetos individuales organizacionales (AMA Asociación Americana de Mercadeo, 1995)

6.2. Marco Legal

6.2.1. Normas Técnicas NTS-USNA

Estas normas buscan estandarizar y garantizarle al consumidor un óptimo producto basado en la calidad, precio, servicios y beneficios, por los que se crean las NTS USNA, que ayudan a los comensales a identificar el tipo de restaurante, la elaboración de sus productos y los diferentes procesos que deben ser tenidos en cuenta en el momento de la elaboración del producto e inclusive en la adquisición de este.

- **NORMA TÉCNICA NTS-USNA SECTORIAL COLOMBIANA 001**

Objeto: Esta norma proporciona los requisitos para elaborar preparaciones calientes y frías con la calidad, la cantidad y tiempo señalado en la receta estándar. (Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación, 2015a)

- **NORMA TÉCNICA NTS-USNA SECTORIAL COLOMBIANA 002**

Objeto y campo de aplicación: Esta norma es aplicable para las personas que realizan funciones de montaje de áreas destinadas a manipular alimentos y bebidas, y que realizan el servicio en la industria gastronómica (Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación, 2015b).

- **NORMA TÉCNICA NTS-USNA SECTORIAL COLOMBIANA 003**

Objeto: Esta norma proporciona los estándares para suministrar la materia prima y verificar el cumplimiento de estándares en el manejo de esta, de acuerdo con procedimientos determinados (Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación, n.d.).

- **NORMA TÉCNICA NTS-USNA SECTORIAL COLOMBIANA 004**

Objeto y campo de aplicación: Esta norma proporciona los procedimientos para elaborar planes de trabajo y manejar el presupuesto del área, cumpliendo las políticas definidas por el establecimiento gastronómico. (Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación, 2016).

- **NORMA TÉCNICA NTS-USNA SECTORIAL COLOMBIANA 005**

Objetivo y campo de aplicación: Esta norma proporciona los requisitos para coordinar la producción de acuerdo con el pedido y atender los reclamos de producción no conforme, según los estándares establecidos por el establecimiento gastronómico. Esta norma es aplicable a las personas que realizan las funciones de coordinación de producción en la industria gastronómica (Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación, 2003).

- **NORMA TÉCNICA NTS-USNA SECTORIAL COLOMBIANA 006**

Esta norma establece los requisitos relacionados con la infraestructura básica que deben tener los establecimientos de la industria gastronómica en áreas de servicio al cliente, áreas de producción y áreas de servicios generales (Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación, 2012a).

- **NORMA TÉCNICA NTS-USNA SECTORIAL COLOMBIANA 007**

Objeto y campo de aplicación: Esta norma tiene por objeto establecer los requisitos sanitarios que se deben cumplir en los establecimientos de la industria gastronómica, para garantizar la inocuidad de los alimentos, durante la recepción de materia prima, preparación, almacenamiento, comercialización y servicio con el fin de proteger la salud del consumidor (Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación, 2017).

Esta norma es aplicable a todos los establecimientos de la industria gastronómica, a los productos preparados que se expendan en servicios de alimentos y bebidas.

- **NORMA TÉCNICA NTS-USNA SECTORIAL COLOMBIANA 008**

Objeto: Esta norma establece los requisitos de servicio e infraestructura que permiten categorizar por tenedores para restaurantes con servicio a la mesa (Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación, 2018).

- **NORMA TÉCNICA NTS-USNA SECTORIAL COLOMBIANA 009**

Objeto: Esta norma tiene por objeto facilitar la aplicación de las disposiciones mínimas de seguridad y salud en los lugares de trabajo (Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación, 2007).

- **NORMA TÉCNICA NTS-USNA SECTORIAL COLOMBIANA 010**

Objeto: Esta norma establece los requisitos que deben cumplir los establecimientos de comida rápida para garantizar una adecuada atención al cliente en el proceso de prestación del servicio.

- **NORMA TÉCNICA NTS-USNA SECTORIAL COLOMBIANA 011**

Objeto: Esta norma tiene por objeto establecer los requisitos de buenas prácticas para la implantación, gestión y aseguramiento de la calidad, que deben cumplir los establecimientos gastronómicos con relación al servicio prestado. Busca promover que las organizaciones analicen

con detalle los requerimientos de sus clientes, definan sus procesos y los mantengan controlados (Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación, 2012b).

6.2.2. Requisitos para abrir un negocio de productos alimenticios

Según la Cámara de Comercio de Bogotá, (2016) para abrir un establecimiento de productos alimenticios deben cumplirse los siguientes requisitos de carácter según decreto 1879 de 2008

- **Matrícula mercantil vigente:** El establecimiento de comercio debe matricularse a más tardar dentro del mes siguiente a la fecha de inicio de actividades.
- **Certificado Sayco & Acinpro:** Cancelar los derechos correspondientes a la organización OSA para hacer uso de música o de alguna obra protegida por derechos de autor.
- **Requisito Nacional de Turismo:** Este registro es obligatorio para los prestadores de servicios turísticos relacionados en el artículo 12 de la Ley 1101 de 2006, dentro de los cuales se encuentran los restaurantes turísticos con ventas anuales superiores a los 500 SMMLV. Este registro se debe actualizar anualmente en los 3 primeros meses del año
- **Concepto Sanitario:** Todo establecimiento debe cumplir con las condiciones sanitarias que se describen en la Ley 9 de 1979, que está compuesta por títulos de carácter general como los de protección del medio ambiente, suministro de agua y salud ocupacional, así como algunos específicos como el título V denominado Alimentos, en el que se establecen las normas específicas a las que están sujetos los establecimientos industriales y comerciales en los que se realicen actividades que se relacionan con alimentos.
- **Otras normas:** Se debe cumplir con las normas que se expidan en el lugar donde se establezca el establecimiento comercial referente al uso de suelo, intensidad auditiva, horario, ubicación y actividad comercial. Es así como se tendrá que validar entre otros;

- **Uso de suelo:** Verificar que la actividad económica del establecimiento comercial se pueda desarrollar en la ubicación que se ha escogido, de acuerdo con el plan de ordenamiento territorial y la reglamentación específica del municipio.
- **Registro de publicidad exterior visual o Certificación de intensidad auditiva**
- **Concepto técnico de seguridad humana y protección contra incendios:** Este se expide por el cuerpo oficial de bomberos y busca asegurar el cumplimiento de los temas de seguridad humana y sistemas de protección contra incendios.
- **Lista de precios:** Los precios de los productos deben hacerse públicos, bien sea en empaques, envases o en una lista general visible
- **Inscripción en el RUT** Los comerciantes deben estar inscritos en el RUT y si pertenecen al régimen simplificado, indicar su RUT en un lugar visible del establecimiento
- **Inscripción en el RIT:** Todo establecimiento de comercio debe quedar inscrito en el Registro de Información Tributaria (RIT) a través del diligenciamiento del Formulario RIT Establecimiento de Comercio. Este formulario también permite realizar la actualización o clausura de dichos establecimientos.
- **Certificado de manipulación de alimentos:** Es de carácter obligatorio para todos los empleados que manipulen alimentos y se debe renovar anualmente. Existen varios institutos que cuentan con la autorización como Empresa Capacitadora en Manipulación Higiénica de Alimentos.

7. Aportes

Los aportes brindados a la empresa durante la ejecución de la práctica son los siguientes; la estandarización de procesos de servicio al cliente como la recepción de solicitudes, emisión de cotizaciones y seguimiento de las mismas. La consolidación de una base comercial de datos que permita tener a la empresa contactos potenciales para el ofrecimiento de los productos y servicios que se brindan. La elaboración mensual de un boletín de las marcas concernientes a Eventos, Bonos Corporativos y Servicios de reservas frente a las demás empresas del Grupo Nutresa, esto con el fin de informar sobre los últimos cambios realizados a las marcas, productos próximos a ser ofertados, estrategias de mercadeo próximas a ser ejecutadas en el mercado, entre otras. Adicional a eso se estandarizó la cotización que es enviada a los clientes que deseen realizar fiestas infantiles en los puntos de venta El Corral. Por otro lado, se llevó a cabo se propuso mensualmente potenciales eventos y clientes logrando contacto con los organizadores de estos para promover la participación y velar por la buena imagen de nuestras marcas.

8. Conclusiones

Con la ejecución de la práctica empresarial llevada a cabo durante 6 meses en la empresa de Alimentos al Consumidor del Grupo Nutresa, se obtuvo un aprendizaje a mayor profundidad sobre los procesos administrativos en una compañía, identificando su estructura organizacional y los servicios ofrecidos por la misma, logrando obtener habilidades y dominio en temas comerciales y operacionales.

Se puede concluir que el gremio gastronómico en Colombia debe regirse bajo ciertas exigencias dictadas por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, cumpliendo en su totalidad las normas técnicas NTS USNA que establecen el correcto manejo de la operación gastronómica desde la proveniencia de materia prima hasta la elaboración de los alimentos para poder así lograr la completa legalidad y orden en su operación

Se concluye que las plataformas utilizadas para la atención y recepción de quejas y/o solicitudes tanto de clientes como proveedores (CRM SUGAR, IT MANAGER) son fundamentales para el desarrollo de la operación de la empresa, las plataformas ya establecidas suplen en gran parte la consolidación de datos de las empresas y/o personas naturales para futuras relaciones comerciales

Se logró adquirir experiencia laboral en una empresa perteneciente a una Multinacional de gran renombre lo que permitió desenvolver al estudiante en un ambiente retador logrando así aportar resultados óptimos a la compañía.

Se adquirió una visión y perspectiva global sobre las empresas y grupos de alimentos partícipes en el mercado local e internacional conociendo las dificultades presentadas en este y así mismo elaborando estrategias de mercadeo que permitan la innovación de los restaurantes pertenecientes.

El paso por una empresa permitió al estudiante fortalecer las habilidades blandas, potencializando el trabajo en equipo y entendiendo el nivel de responsabilidad que representa tener un cargo y funciones a desempeñar en una compañía.

Referencias Bibliográficas

- Beer Station. (n.d.). ¿Quiénes somos? Retrieved December 2, 2019, from <https://www.beerstation.com.co/quienes-somos/>
- Cámara de Comercio de Bogotá. (2016). Conozca los requisitos para abrir un nuevo negocio de productos alimenticios. Retrieved January 9, 2020, from <https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-Lacteo-de-Bogota-Region/Noticias/2016/Abril-2016/Conozca-los-requisitos-para-abrir-un-nuevo-negocio-de-productos-alimenticios>
- El Corral. (n.d.). Acerca de El Corral. Retrieved December 2, 2019, from <https://www.elcorral.com/nosotros>
- Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación. (n.d.). NORMA TÉCNICA NTS-USNA SECTORIAL COLOMBIANA 003. Retrieved January 10, 2020, from https://prezi.com/p/hnd6k_vas9wh/norma-tecnica-sectorial-colombiana-nts-usna-003/
- Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación. (2003). NORMA TÉCNICA NTS-USNA SECTORIAL COLOMBIANA 005. Retrieved January 10, 2020, from <http://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/calidad-turistica/normas-tecnicas-sectoriales/nts-alojamiento-y-hospedaje-1/norma-tecnica-sectorial-colombiana-ntsh-005-establ/norma-tecnica-sectorial-colombiana-ntsh-005.pdf.aspx>
- Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación. (2007). GUIA TÉCNICA GTS-USNA SECTORIAL 009. Retrieved January 10, 2020, from <http://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/calidad-turistica/normas-tecnicas-sectoriales/nts-establecimientos->

gastronomicos/norma-tecnica-sectorial-colombiana-nts-usna-009-se/norma-tecnica-sectorial-colombiana-nts—usna-009.pdf.aspx

Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación. (2012a). NORMA TÉCNICA NTS-USNA SECTORIAL COLOMBIANA 006. Retrieved January 10, 2020, from <http://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/calidad-turistica/normas-tecnicas-sectoriales/nts-establecimientos-gastronomicos/orma-tecnica-sectorial-colombiana-nts-usna-006-i-a/norma-tecnica-sectorial-colombiana-nts—usna-006.pdf.aspx>

Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación. (2012b). NORMA TÉCNICA NTS-USNA SECTORIAL COLOMBIANA 011. Retrieved January 10, 2020, from <http://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/calidad-turistica/normas-tecnicas-sectoriales/nts-establecimientos-gastronomicos/norma-tecnica-sectorial-colombiana-nts-usna-011-bu/norma-tecnica-sectorial-colombiana-nts—usna-011.pdf.aspx>

Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación. (2015a). NORMA TÉCNICA NTS-USNA SECTORIAL COLOMBIANA 001. Retrieved January 10, 2020, from <http://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/calidad-turistica/normas-tecnicas-sectoriales/nts-establecimientos-gastronomicos/norma-tecnica-sectorial-colombiana-nts-usna-001-pr/norma-tecnica-sectorial-colombiana-nts-usna-001.pdf.aspx>

Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación. (2015b). NORMA TÉCNICA NTS-USNA SECTORIAL COLOMBIANA 002. Retrieved January 10, 2020, from <http://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/calidad-turistica/normas-tecnicas-sectoriales/nts-establecimientos-gastronomicos/norma-tecnica-sectorial-colombiana-nts-usna-002-pr/norma-tecnica-sectorial-colombiana-nts-usna-002.pdf.aspx>

sostenible/calidad-turistica/normas-tecnicas-sectoriales/nts-establecimientos-gastronomicos/norma-tecnica-sectorial-colombiana-nts-usna-002-se/norma-tecnica-sectorial-colombiana-nts-usna-002.pdf.aspx

Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación. (2016). NORMA TÉCNICA NTS-USNA SECTORIAL COLOMBIANA 004. Retrieved January 10, 2020, from <http://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/calidad-turistica/normas-tecnicas-sectoriales/nts-establecimientos-gastronomicos/norma-tecnica-sectorial-colombiana-nts-usna-004/norma-tecnica-sectorial-colombiana-nts—usna-004.pdf.aspx>

Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación. (2017). NORMA TÉCNICA NTS-USNA SECTORIAL COLOMBIANA 007. Retrieved January 10, 2020, from <http://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/calidad-turistica/normas-tecnicas-sectoriales/nts-establecimientos-gastronomicos/norma-tecnica-sectorial-colombiana-nts-usna-007-no/norma-tecnica-sectorial-colombiana-nts-usna-007.pdf.aspx>

Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación. (2018). NORMA TÉCNICA NTS-USNA SECTORIAL COLOMBIANA 008. Retrieved January 10, 2020, from www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=4219da00-adc5-469c-babc-9974bc17217e%0D