

RESTAURANTE BY KDY

AUTORES

CUADRO CURIEL YORNELIS JULIETH

HERNANDEZ PADILLA DANIELA PATRICIA

ROMERO OSPINO KEILIN PATRICIA

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA LOS LIBERTADORES
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA TECNOLOGÍA EN GESTIÓN TURÍSTICA
CARTAGENA DE INDIAS D.T Y C.

2020

RESTAURANTE BY KDY

AUTORES

CUADRO CURIEL YORNELIS JULIETH

HERNANDEZ PADILLA DANIELA PATRICIA

ROMERO OSPINO KEILIN PATRICIA

DIRECTOR DEL PROYECTO

SANDRA OSORIO GARRIDO

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA LOS LIBERTADORES

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

PROGRAMA TECNOLOGÍA EN GESTIÓN TURÍSTICA

CARTAGENA DE INDIAS D.T Y C.

2020

Contenido

1. COMPONENTE ORGANIZACIONAL.....	8
1.1 Nombre de la empresa	8
1.2 Descripción de la empresa.....	8
1.3 Identidad corporativa.....	9
1.1. Misión:.....	10
1.2. Visión:.....	11
1.3.1. Objetivo general	11
1.3.2. Objetivos específicos.....	11
1.4. Valores	11
1.5. Modelo de negocio.....	12
1.6. Estructura organizacional	14
1.7. Portafolio de Productos y servicios.....	15
2. Componente de estudio de mercados y comercial.....	16
2.1. Descripción macroeconómica de Colombia	16
2.2. Análisis del sector	17
2.3. Estudio de mercado.....	18
2.3.1. Análisis de la demanda	23
2.3.2. Análisis de la oferta	24
2.3.3. Determinación de la demanda actual y potencial	24
2.3.4. Análisis de la competencia.....	24
2.3.5. Perfil del consumidor	24
2.4. Estrategias Comerciales.....	25
2.4.1. Estrategias de distribución.....	25

2.4.2.	Estrategias de precio.....	26
2.4.3.	Estrategia de Promoción.....	26
3.	COMPONENTE PRODUCTIVO Y TÉCNICO.....	27
3.2.	Ficha técnica del producto.....	27
3.3.	Descripción del proceso productivo y sistema de producción.....	31
3.3.1.	Diagrama de flujo.....	32
3.4.	Equipo e infraestructura requerida (maquinaria y tecnología).....	33
3.6	Plan de compras.....	35
3.7	Plan de implementación.....	38
3.7	.1 Plan de producción.....	39
3.9	Logística y distribución.....	43
3.10	Procesos de control de calidad, selección de proveedores y cadena de producción.....	43
3.11	Entes y/u organismos que apoyen la gestión y desarrollo del proyecto.....	45
3.12	Aspectos ambientales y sociales del proyecto.....	54
4	COMPONENTE DE TALENTO HUMANO.....	56
5.	COMPONENTE JURÍDICO – TRIBUTARIO.....	71
5.1	Determinación de la forma jurídica.....	71
6	CONCLUSIONES.....	74
	ANEXOS.....	77

Lista de tablas

Tabla 1 Plan de Compras.....	35
Tabla 2 Plan de Implementación	38
Tabla 3 Plan de Producción.....	39
Tabla 4 Organismos que apoyan el proyecto.....	45
Tabla 5 Componente de talento Humano	56

Lista de ilustraciones

Ilustración 1 Consulta RUES Restaurante By KDY	8
Ilustración 2 Consulta Disponibilidad de Razón Social	8
Ilustración 3 Logo tipo Restaurante By KDY	10
Ilustración 4 Organigrama Restaurante By KDY.....	14
Ilustración 5 Diagrama de flujo	32
Ilustración 6 Diagrama de Proceso	32

Lista de gráficas

Gráfica 1. Encuesta pregunta #1.....	20
Gráfica 2 Encuesta pregunta #2.....	20
Gráfica 3 Encuesta pregunta #3.....	21
Gráfica 4 Encuesta pregunta #4.....	21
Gráfica 5 Encuesta pregunta #5.....	22
Gráfica 6 Encuesta Pregunta #6.....	22
Gráfica 7 Encuesta pregunta #7.....	23
Gráfica 8 Encuesta pregunta #8.....	23

1. Componente organizacional

1.1 Nombre de la empresa

RESTAURANTE BY KDY

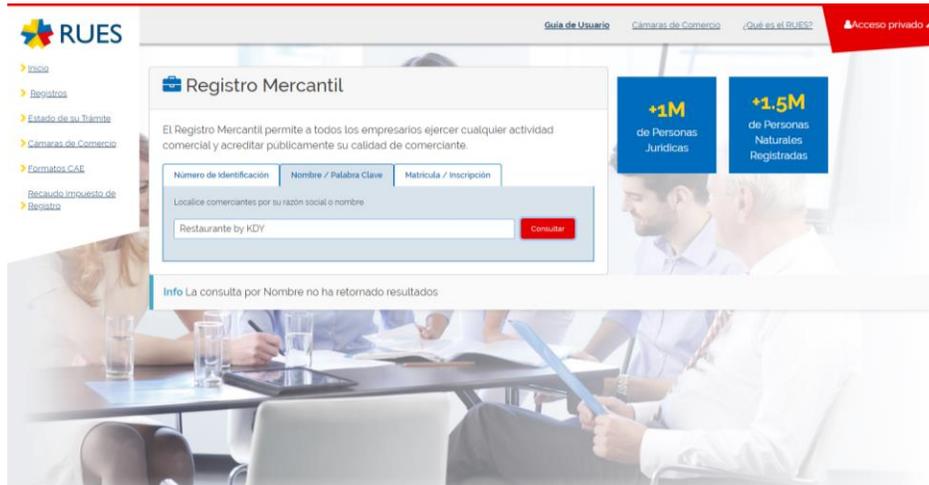


ILUSTRACIÓN 1 CONSULTA RUES RESTAURANTE BY KDY



Ilustración 2 Consulta Disponibilidad de Razón Social

1.2 Descripción de la empresa

El RESTAURANTE BY KDY, está pensado como un restaurante innovador, con un sentido solidario e incluyente, con diferentes ambientes de acuerdo con los gustos y preferencias de los clientes, en donde los veganos podrán encontrar un espacio ambientado con su estilo de vida, además de alimentos preparados con productos vegetal, un segundo ambiente de comida típica colombiana y finalmente un ambiente de World Food, cuyo

propósito es que las personas disfruten de una gastronomía muy variada y que a su vez se sientan cómodos para poder vivir así una experiencia totalmente diferente e increíble.

Teniendo en cuenta la evolución del mercado turístico, de los canales de distribución (internet) y del comportamiento de los viajeros, que hacen que los productos turísticos actuales estén asociados con la Experiencia e integralidad de los servicios, surge la idea de la creación del “RESTAURANTE BY KDY”, que busca flexibilizar y ampliar la oferta turística de la ciudad de Cartagena, incorporando alternativas para enfrentar escenarios diversos (cambios en los gustos, tamaño y composición del grupo de viaje, y estacionalidad, entre otros), que más tarde se traduzcan en beneficios esenciales para el desarrollo del turismo en el destino.

La oferta de servicios y productos del Restaurante BY KDY, pretende alcanzar la mayor satisfacción y memorabilidad en los visitantes, lo que se constituirá en la base de la fidelización del público inicial y servirá como una estrategia de marketing para atraer nuevos clientes.

El restaurante contará con tres ambientes distintos y bien diferenciados, con las mejores comodidades para que el cliente pueda sentirse completamente a gusto con la ambientación, los platos servidos y sobre todo con el servicio personalizado a cada uno de ellos y bajo todas las medidas de bioseguridad.

1.3 Identidad corporativa

Marca: Se creó con la idea de generar una identidad de marca memorable que se destaque en la mente de los clientes y los ayude a recordar nuestro negocio:

“Las mejores propuestas en platos las encontrará en su RESTAURANTE BY KDY”.

Su nombre se debe a las iniciales de las propietarias del restaurante.

Logotipo: El logotipo del restaurante tiene un diseño circular que simboliza unidad y perfección, estos representan el trabajo en equipo, calidad y exquisitez en todos nuestros platos, también una excelente atención al cliente, características netas de nuestra empresa. Las hojas verdes representan nuestro compromiso con el medio ambiente.



Ilustración 3 Logo tipo Restaurante By KDY

Tipografía y colores: para nuestro restaurante fue importante hacer uso de los colores que queremos que se destaquen en el lugar, como lo son el dorado, blanco, verde y naranja, para ofrecer un ambiente elegante, agradable y armonioso de tal manera que podamos brindar una excelente comodidad en todo el lugar.

1.1. Misión:

Ser una empresa constituida en el sector de restaurantes en la ciudad de Cartagena de Indias, generando conciencia en la cultura del buen comer y brindar a nuestros clientes nuevas alternativas y experiencias que motiven a las personas a cambiar y mejorar su estilo de vida alimenticio.

Y también encontrara platos representativos de nuestro país. En el restaurante encontrará experiencias en platos Veganos y comida típica colombiana serán dos ambientes en uno.

1.2. Visión:

Ser en el año 2025 el restaurante de comida vegana y platos típicos colombianos más reconocido en el mercado, siendo nosotros la mejor opción para nuestros clientes y posicionarnos en un futuro como franquicia, ofreciendo servicios de calidad y buen sabor en cada plato.

1.3. Objetivos organizacionales

1.3.1. Objetivo general

Ofrecer un servicio de restaurante con un variado menú Vegano y comida típica colombiana. Ofrecer una carta de platos a precios accesibles, de excelente calidad y un exquisito sabor.

1.3.2. Objetivos específicos

- Realizar un estudio de mercado para reconocer todos los gustos y preferencias de los turistas que frecuentan este tipo de restaurantes.
- Brindar a nuestros clientes una experiencia única e inolvidable en cada visita a nuestro restaurante.
- Ofrecer una variedad de platos creativos y saludables, inspirados por la abundancia de productos naturales que encontramos en nuestro país.

1.4. Valores

La empresa se fundamenta en los siguientes valores:

- Responsabilidad Social
- Amabilidad
- Trabajo en equipo
- Compromiso
- Disciplina
- Honestidad

1.5. Modelo de negocio

Para la elaboración del modelo de negocio, el Restaurante BY KYD se apoyó en el lienzo canvas de Alexander Osterwalder, ya que es una herramienta de gestión estratégica para el desarrollo de nuevos modelos de negocio.

Esta herramienta consta de 9 módulos o áreas, que facilita la comprensión desde un punto de vista integrado, que entiende a la empresa como un todo, estos son: segmento de clientes, propuesta de valor, canales de distribución y comunicación, relación con el cliente, flujos de ingresos, recursos claves, actividades claves, socios y alianzas estratégicas, estructura de costo.

La propuesta es crear un restaurante vegano, en la que su naturaleza será vender platos veganos, sopas vegetarianas, ensaladas vegetarianas, jugos totalmente naturales sin pasteurizar y postres vegetarianos, todo esto haciendo uso de insumos de temporada y libres de crueldad animal, está pensado como un restaurante innovador, con un sentido solidario e incluyente, con diferentes ambientes de acuerdo con los gustos y preferencias de los clientes, en donde los veganos podrán encontrar un espacio ambientado con su estilo de vida, además de alimentos preparados con productos vegetal, un segundo ambiente de comida típica colombiana y finalmente un ambiente de World Food, cuyo propósito es que las personas disfruten de una gastronomía muy variada y que a su vez se sientan cómodos para poder vivir así una experiencia totalmente diferente e increíble.

1. Segmento de clientes:

Los segmentos de clientes de mercado que se han determinado, de acuerdo a la encuesta ya antes hecha y de acuerdo a los servicios que vamos a ofrecer.

Nuestros productos y servicios van dirigido a un mercado que está en auge, ya que este segmento de clientes que hacen parte de este mercado son personas que quieren cambiar y que ya han cambiado su estilo de vida alimenticio, a un estilo de vida saludable, hábitos saludables con estilo ético, son consumidores dispuestos a pagar un poco más por productos totalmente amigables con el medio ambiente, donde el consumo naturista, vegetariano, orgánico y la defensa de los animales son importantes.

2. Propuesta de valor:

La propuesta de valor de BY KDY es poner a disposición de los clientes y consumidores diferentes ambientes con un menú de calidad con todos los productos vegetarianos y veganos, deliciosos y con una excelente relación entre precio y calidad. Ofrecemos diferentes tipos de comidas en diferentes ambientes, todo esto en un solo restaurante, donde tendremos el ambiente vegano donde podrán consumir productos totalmente naturales y amigables con el medio ambiente, un ambiente World Food donde podrán consumir comida de cualquier país del mundo y un ambiente de Comida Típica Colombiana donde podrán consumir la comida de cualquier parte del territorio colombiano, y un valor agregado a esto es la zona de recreación para niños.

3. Canales de distribución:

El principal canal y punto de contacto con los clientes y consumidores es a través el restaurante ubicado en el barrio Getsemaní, zona histórica y uno de los barrios más antiguos de la ciudad, desde el cual se realizará la venta de los distintos productos que se ofrecen y donde se dispondrán distintas promociones, dependiendo de la demanda y oferta instalada.

4. Relación con el cliente:

La proximidad con nuestros clientes y consumidores junto a su plena satisfacción, son sus principales atributos, buscamos que se cree una relación fuerte y robusta, por lo que debemos contar con un personal altamente capacitado en el servicio al cliente, que ofrezca un trato súper amable a nuestros clientes y consumidores, que entregue un buen servicio, que cada experiencia sea única e inolvidable, motivar a los clientes para que vuelvan y reciban un excelente servicio con respecto a los productos que consumen y una excelente atención de calidad.

5. Flujo de ingresos:

Ventas por productos, reservaciones de mesas, alquiler para eventos, clases de cocina, clases de preparación de comida típica colombiana y platos de otros países.

6. Recursos claves:

Local comercial, empleados (chef, auxiliar de cocina, administrador, Steward, personal de aseo), créditos bancarios, artículos de cocina, mesas, sillas, centros de mesa

7. Actividades claves:

Atención al cliente, marketing y publicidad, ventas, producción y compras

8. Socios y alianzas estratégicas:

Proveedores, inversionistas, ACODRES, FONTUR, ALCALDÍA DE CARTAGENA DE INDIAS, GOBERNACIÓN DE BOLÍVAR, ALIANZAS ESTRATÉGICAS con otros restaurantes.

9. Estructura de costo:

Costos fijos, costos variables, economía de escala

1.6. Estructura organizacional

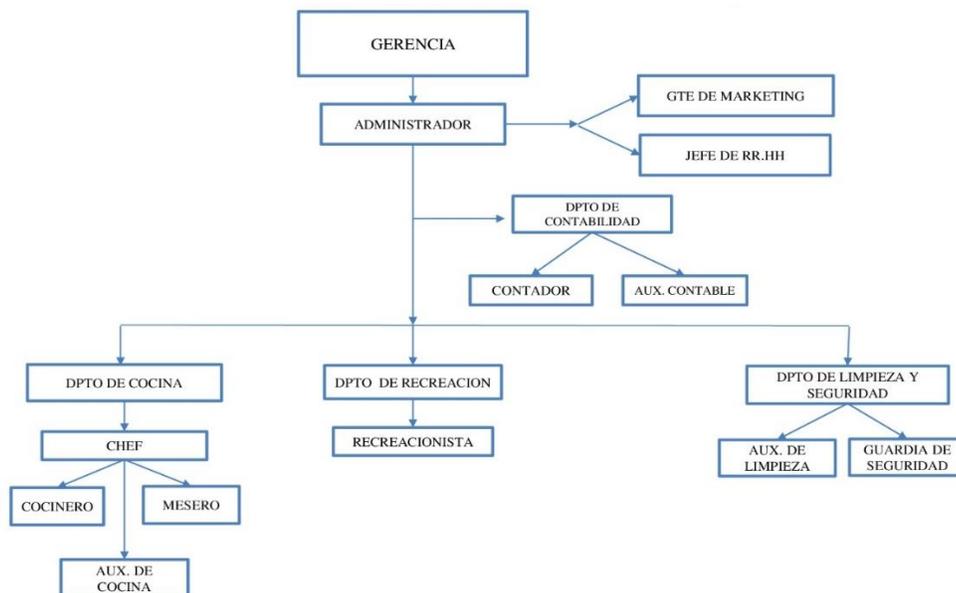


Ilustración 4 Organigrama Restaurante By KDY

Fuente: Autores

1.7. Portafolio de Productos y servicios

Este está enfocado en satisfacer las necesidades de nuestros clientes, disponiendo de un lugar cómodo, bien ambientado, bioseguro y con un personal especializado en servicio al cliente, en mesa y bar y en preparación de platos con las medidas de inocuidad que garanticen un excelente producto para nuestro segmento de mercado, basándonos en estándares de calidad en servicios de alimentos y turísticos.

Ofrecemos:

- Experiencias gastronómicas auténticas
- Variedad de platos en cada uno de sus ambientes
- Atención personalizada a través de personal
- Actividades alternativas de recreación y entretenimiento

Productos y Servicios

1. Espacio vegano: Este espacio contara con la decoración adecuada y sus muebles tales como sillas mesas y centros de mesas estarán hechos con materiales 100% reciclables al igual que su deliciosa gastronomía
2. Comidas típicas colombianas: Contaremos con un espacio decorado especialmente para aquellas personas que prefieren la gastronomía colombiana y sientan totalmente a gusto con este ambiente, se ofrecerá todo tipo de comida típica colombiana, cada detalle estará enfocado en lo que es Colombia
3. World Food: Este espacio será caracterizado por diferentes países, tendremos una gastronomía muy variada, muchas partes del mundo se verán reflejadas en un solo espacio.
4. Espacio para niños: En este espacio atendemos las inquietudes de los niños, mientras los padres disfrutan de una excelente gastronomía los niños pueden disfrutar de una gastronomía para niños en otro espacio si así lo requiere el adulto, contaremos con la elaboración y enseñanza de los alimentos que los niños deseen, también tendremos un espacio para juegos y diversiones para ellos.

2. Componente de estudio de mercados y comercial

2.1. Descripción macroeconómica de Colombia

En el país del ajiaco, la bandeja paisa, la lechona y el mondongo también se puede ser vegetariano. E incluso vegano. Y no es cuestión de alimentarse solo de lechuga y tomar leche de almendras: en los últimos años la oferta se ha diversificado y ha crecido en las principales ciudades del país. Lo que empezó como una moda de la mano de la vida fitness, las dietas light y libre de gluten, ahora se convierte en un estilo de vida más encaminado hacia la sostenibilidad ambiental y la buena salud.

La firma Euromonitor calcula que en 2016 el mercado mundial de productos veganos y vegetarianos tuvo un valor de US\$51.000 millones, mientras que en 2017 las ventas mundiales de alimentos saludables llegaron a US\$1 billón. En esta misma línea, la National Academy of Sciences valoró el beneficio económico de estas dietas entre US\$1.000 millones y US\$31.000 millones; es decir, el equivalente a entre 0,4% y 13% del PIB mundial para 2050.

En Colombia ya es posible cambiar un plato de carne a la llanera por hamburguesas de portobello, canelones rellenos de berenjenas y risotto de quinua con amaranto. Y es que, de acuerdo con un informe de Acodres, el gremio de los restaurantes, en el país hay unos 528 establecimientos con oferta vegana y vegetariana distribuidos en 25 departamentos. El crecimiento de este mercado ha sido paulatino. Según Guillermo Gómez París, presidente ejecutivo de Acodres, la oferta ha crecido más como consecuencia de la demanda de los turistas que por necesidad de la población local.

El departamento de Cundinamarca ya suma 189 establecimientos, le sigue Antioquia con 94 y Valle con 42. Pero no solo en Bogotá, Medellín y Cali se puede comer vegano y vegetariano. La onda ha llegado hasta municipios como Palomino, en la Guajira, y Pitalito, en Huila. Además de restaurantes, la oferta incluye servicio de catering, panaderías, mercados saludables y orgánicos, heladerías, delivery, organizaciones sociales y food trucks.

La Unión Vegetariana Internacional calcula que para 2017 había más de 600 millones de veganos en el mundo. Según el estudio *The Green Revolution* de la consultora Lantern, en Reino Unido 12% de los adultos, es decir, 7,7 millones de personas son vegetarianos o veganos. En Alemania, entre 2011 y 2015 hubo un incremento de productos veganos de 18% y de vegetarianos en 6,3%. En el mundo, Israel es el país con más población vegana: según una encuesta del diario Globes, 30% de israelíes no consume carne. En Latinoamérica, de acuerdo con una encuesta de Nielsen de 2016, México es el país con más vegetarianos de la región. (DINERO, 2019)

2.2. Análisis del sector

Para muchos, esta tendencia de consumo de alimentos no provenientes de animales es un aliado del medio ambiente y de la salud. Sin embargo, algunos estudios han revelado el impacto que en otros sectores tendría el vegetarianismo.

Un análisis publicado por National Academy of Sciences en abril de 2016, estimó que el beneficio económico de la mejora en las dietas, y por ende, la tendencia vegetariana, sería de 1 a 31 billones de dólares, es decir, el equivalente al 0,4% y al 13% del PIB mundial para el 2050.

Adicional a esto, la dieta vegana podría generar un ahorro en dinero tanto en costos médicos como en productividad de un billón de dólares anuales. “Las dietas vegetarianas podrían generar un ahorro en costos relacionados a la salud de 973.000 millones de dólares y las veganas cerca de un billón de dólares. En términos de porcentaje del PIB mundial esperado en 2050, estos ahorros ascienden a 2,3% para dietas saludables, 3% para dietas vegetarianas y 3,3% para dietas veganas”, señala el estudio.

En Colombia la tendencia está creciendo y esto se evidencia en los pequeños emprendimientos que están saliendo a la luz para suplir las necesidades de los vegetarianos colombianos, así como en la incursión de grandes empresas que ven en esta tendencia una oportunidad en el mercado. Sin embargo, no hay cifras que evidencien como tal el incremento de esta población en el país, ni el aumento de este tipo de establecimientos.

Un artículo de la Universidad de los Andes, explica que desde el 2000 surgieron restaurantes en el país con un enfoque saludable, ofreciendo productos orgánicos y sin

conservantes, y otros más tradicionales realizaron variaciones en sus menús para incluir a los vegetarianos en su mercado. “Para el 2008 ya se habían abierto 48 restaurantes vegetarianos en Bogotá, los cuales evidentemente encontraron un segmento en crecimiento que no estaba atendido”, señala el artículo publicado en septiembre de 2016.

De igual manera, Henrique Gómez, presidente ejecutivo nacional de la Asociación Colombiana de la Industria Gastronómica (Acodres) le aseguró a Portafolio.co que en el gremio no hay afiliados de cocina vegetariana. (PORTAFOLIO, 2018)

2.3. Estudio de mercado

La fórmula de aplicación para obtener la muestra para poblaciones finitas, dado que se conoce el tamaño de la población es:

La metodología usada en el proyecto para observar las edades, gustos, prioridades y precios, y que personas estarían dispuestas a llevar un estilo de vida saludable. Para ello se encontró el tamaño de la muestra en una población indefinida, y se decide trabajar con la siguiente ecuación.

$$n = \frac{Z^2 * p * q}{e^2}$$

En donde:

n= número de la muestra

Z= margen de confiabilidad, siendo este del 95%

p= probabilidad a favor, siendo esta el 50%

q= probabilidad en contra, siendo esta el 50%

e= diferencia máxima entre la media maestra y la media de la población que se está dispuesto a aceptar con el nivel de confianza definido 9.8%.

Tamaño de la muestra

Z = 1.96

p = 50%

q = 50%

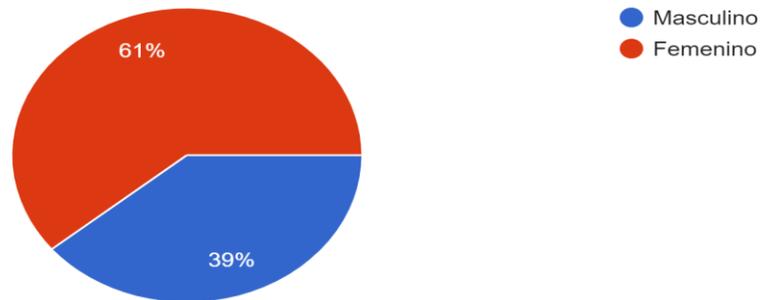
e = 9.8%

$$\frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5}{0,098^2} = \frac{0,9604}{0,009604} = 100$$

2.3 Resultado de la encuesta

Genero

100 respuestas

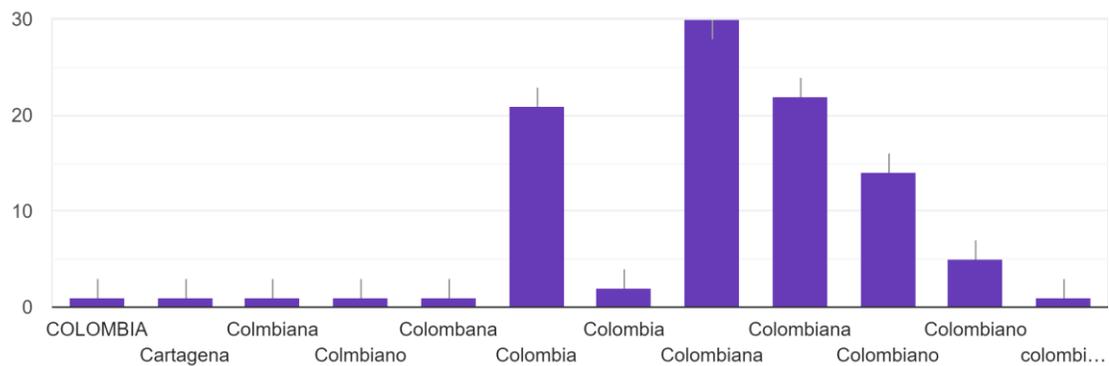


Grafica 1. Encuesta pregunta #1

El 61% de los encuestados son de sexo femenino y el otro 39 % son de sexo masculino.

Nacionalidad:

100 respuestas

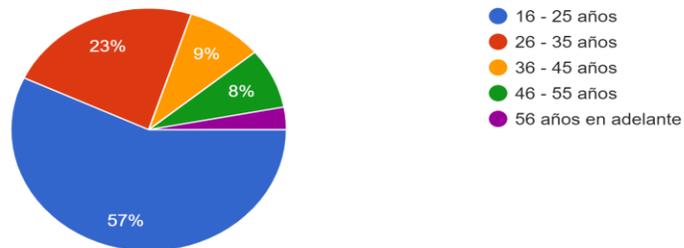


Grafica 2 Encuesta pregunta #2

El 100% de los encuestados son colombianos, hubo una ligera variación en las respuestas, pero todos manifestaron ser colombianos

Edad:

100 respuestas



Grafica 3 Encuesta pregunta #3

El 57% de los encuestados manifestaron tener edades entre los 16 y 25 años, un 23% edades entre los 26 y 35 años, el 9% de las encuestadas edades entre los 36 y 45 años, el otro 8% y 3% edades entre los 46 a 55 años y 56 años en adelante respectivamente.

¿Cada cuanto asiste a un restaurante vegano?

100 respuestas

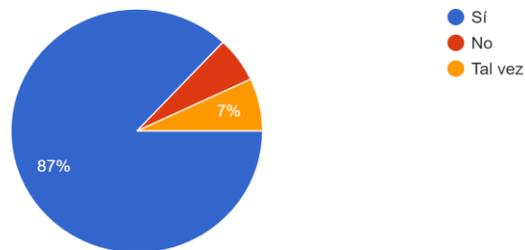


Grafica 4 Encuesta pregunta #4

El 58% de los encuestados manifestó asistir nunca a restaurantes veganos; el 25% va de 2 a 3 veces en el mes a un restaurante vegano; el 15% asiste de 4 a 5 veces en el mes asiste a un restaurante vegano y un 2% manifiesta ir más de 3 veces a la semana.

¿ Estaría usted de acuerdo con que en un restaurante haya espacios veganos, para niños, comida típica colombiana y comidas típicas de distintos países?

100 respuestas

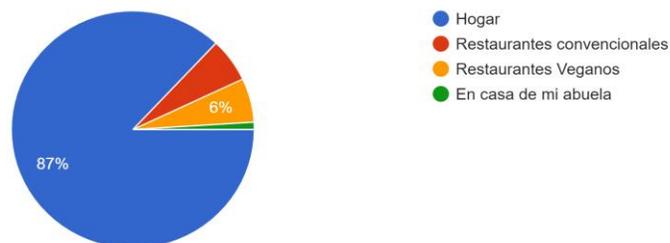


Grafica 5 Encuesta pregunta #5

El 87% de los encuestados manifiesta querer un restaurante con todos esos espacios y características, el 6% manifestó no querer un restaurante con tales características y un 7% quiere que tal vez haya un restaurante con esos espacios incluidos.

¿ En que lugar consume comida saludable?

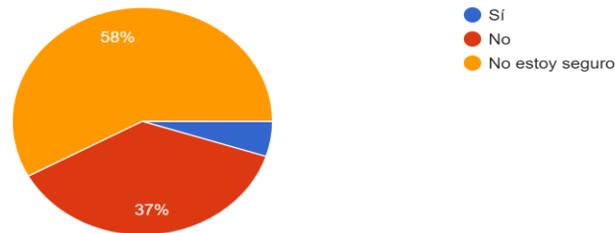
100 respuestas



Grafica 6 Encuesta Pregunta #6

El 87% de los encuestados consume comida saludable en su hogar; el 6% manifiesta consumir comida saludable en restaurantes convencionales, mientras que el otro 6% y 1% manifiesta consumir comidas saludables en restaurantes veganos y en casa de su abuela respectivamente.

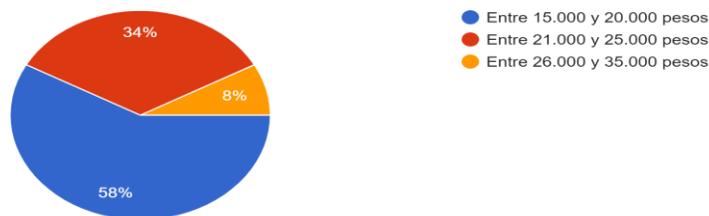
¿ Crees que existen suficientes restaurantes de comida vegana en la ciudad de Cartagena de Indias?
100 respuestas



Grafica 7 Encuesta pregunta #7

El 58% de los encuestados no está seguro de que haya suficientes restaurantes de comida vegana en la ciudad de Cartagena, el 37% cree que si hay los suficientes restaurantes veganos y el 5% cree que si existen los suficientes restaurantes veganos en Cartagena.

¿ Cuanto estarias dispuesto a pagar por un plato vegetariano?
100 respuestas



Grafica 8 Encuesta pregunta #8

El 58% de los encuestados manifiesta estar dispuestos a pagar entre 15.000 y 20.000 pesos, mientras que el 34% y el 8% de ellos, manifiestan pagar entre 21.000- 25.000 pesos y entre 26.000 y 35.000 pesos respectivamente.

2.3.1. Análisis de la demanda

Se entiende que es la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado.

2.3.2. Análisis de la oferta

Se debe tener en cuenta que es un restaurante a diferencia de otros servicios productos que se distribuyen, en este sector es muy importante el buen servicio al cliente y los buenos precios dependiendo del menú que desee el cliente basándonos en nuestro análisis de oferta se tendrá muy en cuenta el tiempo, precio y cantidades requeridas.

2.3.3. Determinación de la demanda actual y potencial

Para determinar la demanda actual y potencial tuvimos en cuenta los datos arrojados por la encuesta y las tendencias más representativas en materia de turismo hoy en día.

De acuerdo con lo anterior el restaurante By KDY dirigirá su portafolio de servicios para un segmento de clientes locales interesados en un ambiente sano de buena gastronomía para turistas nacionales e internacionales amantes de la cultura y costumbre de las regiones colombianas

2.3.4. Análisis de la competencia

Nuestra idea de negocio es un emprendimiento en el sector gastronómico que cuenta con mucha innovación y con características en particulares como lo son reunir varios tipos de gustos gastronómicos en un solo lugar y ambientar cada espacio de acuerdo a tipo de gastronomía.

Tenemos fortalezas y oportunidades de venta por el sitio en el que está ubicado, una zona turística que no tiene restaurantes con nuestras características.

2.3.5. Perfil del consumidor

Nuestros principales clientes o consumidores son los veganos, tenemos un espacio lleno de gastronomía colombiana y otro espacio que es el World Food en donde se encuentra la gastronomía de varias partes del mundo.

Los colombianos mujeres y hombres, en el mismo porcentaje, clase media y alta, entre 25 y 65 años como mínimo profesionales y con buen estatus laboral, hasta llegar a especialización. En un 70% con responsabilidades familiares, es decir casados y/o con hijos pequeños o adolescentes (dos en promedio) algunos ya con hijos adultos. Empleados y con ingreso adicional como una microempresa o actividad independiente para completar lo del presupuesto familiar. El nivel de ingresos oscila entre \$2.000.000 y \$5.000.000. Tienen

gustos por el consumo de alimentos saludables que les brinde nutrientes y mejoren su calidad de vida. El factor de decisión se ve influenciado por los medios de comunicación, los beneficios del producto, el presupuesto familiar. En general es un grupo que está motivado por la adquisición de productos que le retribuyan beneficios en la salud. (SÁNCHEZ, 2016).

2.4. Estrategias Comerciales

La estrategia comercial es el conjunto de acciones o planes que se realizan para alcanzar objetivos como dar a conocer un nuevo producto, aumentar las ventas o lograr una mayor participación en el mercado (Negocio, s ,f).

El restaurante By KYD hará uso de las redes sociales para promocionarnos y asistir a ferias gastronómicas veganas y se creará una página web para el restaurante y que esta sirva como ventana para dar a conocer nuestros productos y servicios.

- Inscribir el restaurante en los diferentes meta buscadores.
- Motivar a nuestros clientes para que puedan vivir una nueva experiencia.
- Brindar una atención personalizada a nuestros clientes y colaboradores.

2.4.1. Estrategias de distribución

Según Lamb, Hair y McDaniel, "desde el punto de vista formal, un canal de marketing (también llamado canal de distribución) es una estructura de negocios de organizaciones interdependientes que va desde el punto de origen del producto hasta el consumidor, con el propósito de llevar los productos a su destino final de consumo”.

Para Philip Kotler y Gary Armstrong, un canal de distribución "es un conjunto de organizaciones que dependen entre sí y que participan en el proceso de poner un producto o servicio a la disposición del consumidor o del usuario industrial”.

La American Marketing Association (A.M.A.), define lo que es un canal de distribución de la siguiente manera: "Una red organizada (sistema) de agencias e instituciones que, en combinación, realizan todas las funciones requeridas para enlazar a productores con los clientes finales para completar las tareas de marketing”.

Teniendo en cuenta lo anteriormente expuesto por los diferentes expertos en el tema de estrategias de distribución, nuestro restaurante hará uso exclusivo de las meta buscadores como tripadvisor, radio y televisión, portales sociales y redes.

2.4.2. Estrategias de precio

En la formulación de las estrategias se deben considerar los objetivos de la empresa, la flexibilidad de los precios pues deben adaptarse a los cambios del entorno y el comportamiento del mercado. Sin embargo, antes de pasar a las estrategias de precios, es necesario aclarar que las estrategias están compuestas por acciones planificadas, son como seguir un plan para cumplir con un objetivo. (Irene Sánchez G. Francisco Benítez L, 2015)

2.4.3. Estrategia de Promoción

Para dar a conocer los servicios de alimentación, y otros espacios del restaurante se hará uso de redes sociales, ya que a través de estas podemos transmitir información con un segmento potencial de clientes a nivel local y nacional, ya que así se puede ir descubriendo mercados que permitan que nuestro restaurante se vaya dando a conocer, pudiendo este ayudar como elemento útil para mantener contacto directo con nuestros clientes y consumidores. Adicional a esto realizaremos eventos promocionales donde nuestros potenciales clientes puedan probar las degustaciones que tendremos para ofrecer dentro y fuera de nuestro restaurante, habrá stands en diferentes puntos estratégicos del barrio Getsemaní y el centro histórico.

Como estrategia complementaria estaremos documentando todo esto y subiéndolos a todas nuestras redes sociales para que las personas puedan interactuar con nosotros por medio de estas y saber todo lo asociados a todos y cada uno de los productos y servicios que ofrecemos.

2.5 Proyecciones de ventas

Dependiendo del valor de los platos ofertados en la carta, y teniendo en cuenta que habrá temporadas de mayores ventas que otras ya que estaremos ubicados en el central histórico de Cartagena de indias, un lugar muy turístico, de tal manera es evidente tener temporadas altas y bajas.

3. Componente productivo y técnico

3.1. Descripción del diseño y estado de desarrollo del producto

El restaurante está diseñado para ofrecer experiencias en cada degustación de su menú, ofrecemos variedad gastronómica como es la comida vegana, comida típica colombiana y además de eso 5 menús de diferentes países para sorprenderlos, en un ambiente llamado World Food. Nuestro restaurante estará en constante actualización de platos para mantenerse en el mercado competitivo como uno de los mejores restaurantes gastronómicos y además de eso buscaremos cumplir con las metas propuestas a mediano plazo. Se establecerán herramientas para crear nuevos productos a nivel gastronómico. Nuestro chef innovara en diferentes platillos. Contamos con un personal altamente capacitado para presentar servicios de calidad y atención al cliente, contamos con tecnología y maquinarias que ayudaran a que el trabajo de nuestros colaboradores sea más ágil y eficaz, el servicio para nuestros clientes debe estar al alcance de su mano, ya que ellos pueden realizar sus reservas por nuestra plataforma web, desde la comodidad de su hogar o lugar de trabajo, etc. Ser para nuestros clientes la mejor opción en servicios gastronómicos.

3.2. Ficha técnica del producto

En la ficha técnica de un producto se detallan todas las características de un producto incluyendo su composición, características físicas, y técnicas.

	FICHA TECNICA DEL PRODUCTO VEGANO
NOMBRE DEL PRODUCTO	Crema de Espinacas
DESCRIPCION DEL PRODUCTO	Consiste en una mezcla de caldo de patata, especias y por supuesto espinacas, se puede acompañar con chips de vegetales o galletas saladas
LUGAR DE ELABORACION	Producto elaborado en el restaurante By KDY
COMPOSICION NUTRICIONAL	Proteina, carbohidrato, grasa natural, agua y minerales como el hierro
EMPAQUE Y PRESENTACION	Taza de 300 cc
CARACTERISTICAS	
REQUISITO MINIMIO DE NORMATIVIDAD	Norma basica de manipulacion de alimentos
TIPO DE CONSERVACION	No es recomendable la conservacion de este producto. Es mejor consumirlo en el menor tiempo posible para no perder el valor nutricional
FORMULACION	Materia prima espinaca, cebolla, ajo, agua, 100g de caldo de patata, aceite de oliva extra virgen, sal y pimienta al gusto

	FICHA TECNICA PRODUCTO TIPICO COLOMBIANO
NOMBRE DEL PRODUCTO	Sancocho de Costilla
DESCRIPCION DEL PRODUCTO	<p>Es un caldo espeso a base de tubérculos como la papa que tiene un alto índice de calorías y grasa los ingredientes mas destacados del sancocho son yuca, ñame, plátano, legumbres, carne o de pollo, costilla mondongo, gallina u otras carnes por esto se le otorga el nombre “sancocho</p>
LUGAR DE ELABORACION	Producto elaborado en el restaurante by KDY
COMPOSICION NUTRICIONAL	Proteína, carbohidrato, grasa, agua, minerales
EMPAQUE Y PRESENTACION	Taza de 300 cc
CARACTERISTICAS	
REQUISITO MINIMO DE NORMATIVIDAD	Norma básica de manipulación de alimentos
TIPO DE CONSERVACION	<p>No es recomendable conservar este producto, consumir en el menor tiempo posible para no perder las propiedades nutricionales</p>

	FICHA TECNICA DEL PRODUCTO WORLD FOOD
NOMBRE DEL PRODUCTO	Paella española
DESCRIPCION DEL PRODUCTO	<p>Es un plato originario de España su ingrediente principal es el arroz acompañado de mariscos, pollo, legumbres y otros alimentos</p>
LUGAR DE ELABORACION	Producto elaborado en el Restaurante By KDY
COMPOSICION NUTRICIONAL	proteína, carbohidrato, grasa, agua, minerales como yodo, calcio, fosforo.
EMPAQUE Y PRESENTACION	Plato de 250 cc
CARACTERISTICAS	
REQUISITO MINIMO DE NORMATIVIDAD	Norma basica de manipulacion de alimentos
TIPO DE CONSERVACION	<p>no es recomendable conservar este producto, consumir en el menor tiempo posible para no perder las propiedades nutricionales, pero si desea conservar este alimento es recomendable que se refrigere a 5°c</p>
FORMULACION	Arroz, agua, pimenton, tomate, cebolla, ajo, almeja, mejillones, gambas, sipia, calamare, azafran y sal.

3.2.1. Ciclo de vida del producto

Por ser un servicio de comida a la carta el ciclo de vida de nuestros productos se basa en la conservación de los alimentos o ingredientes que utilizamos para conformar nuestros platos.

La correcta conservación de nuestros alimentos es fundamental para la salud, por eso tenemos muy en cuenta algunas indicaciones para la duración del ciclo de vida de nuestros productos, que son:

1. Adecuada refrigeración y conservación de cada producto
2. Temperatura adecuada
3. Separación de alimentos distintos en para evitar mezclar olores
4. Solo se hace compra de alimentos frescos y se implementa la rotación de los mismos

3.3. Descripción del proceso productivo y sistema de producción

El restaurante KDY, contara con 2 tipos de procesos las cuales se basarían en etapas de producción y pre-producción, con el fin de mantener la satisfacción de la demanda de cada cliente. Cumpliendo con estándares de calidad e higiene manteniendo un control del cumplimiento de cada área del departamento de cocina, y verificando que, lo que se le ha entregado al comensal cumplan con los requisitos marcados y con la calidad con el que se ha elaborado el producto.

3.3.1. Diagrama de flujo

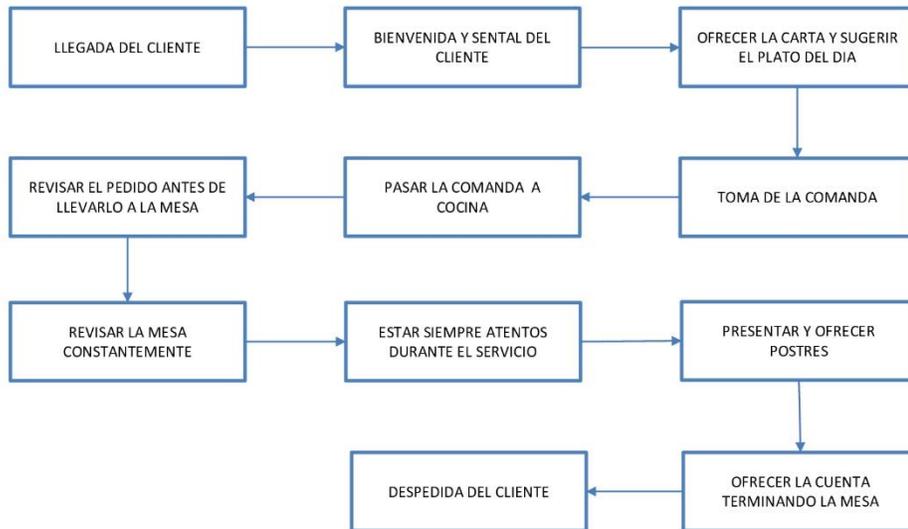


Ilustración 5 Diagrama de flujo

Fuente: Autores

3.3.2. Diagrama de proceso

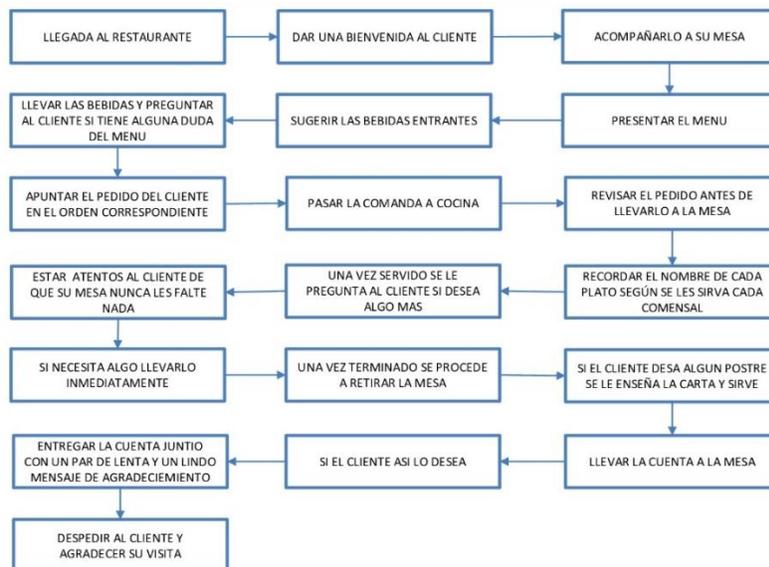


Ilustración 6 Diagrama de Proceso

Fuente: Autor

3.4. Equipo e infraestructura requerida (maquinaria y tecnología)

Todo el establecimiento de A y B del restaurante contara con un sistema de avances tecnológicos que faciliten el control de este y además posicionarnos en el mercado como una marca con un valor agregado en todo el ámbito tecnológico y en calidad del servicio, contar con los equipos y dispositivos avanzados que faciliten el servicio tanto para el personal como para los clientes. Aprovechar al máximo los flujos de ingresos alternos como son las plataformas digitales, el cual nos abre muchas puertas en servicio de catering en el mercado. Brindarle experiencias al cliente desde la visita de nuestros sitios web hasta la llegada al establecimiento. Que se sientan Atraídos no solo por su servicio, su gastronomía, sino también por su infraestructura y todo el lugar en sí. Los clientes podrán pedir los domicilios de nuestro menú, a través de todas nuestras plataformas digitales al igual que podrán calificarnos y brindarnos sus sugerencias, quejas y reclamos directamente con el restaurante para mejorar cada día en el servicio. El restaurante contara con entretenimiento musical en el fondo del mismo.

3.4.1 Requisitos de infraestructura externa

Nos basamos en cumplir con los requisitos de la NTS_USNA 006

3.4.2 contar con el concepto de uso expedido por la respectiva curaduría Urbana, con la licencia sanitaria y ambiental expedida por el ministerio de salud y deben comunicar sobre la apertura del establecimiento a la entidad que corresponda (alcaldías y plantación)

3.4.3 el restaurante dispondrá de instalaciones apropiadas para la recolección y almacenamiento de los residuos sólidos y líquidos, conforme a lo estipulado en las normas sanitarias vigentes.

3.5 Requisitos de infraestructura interna

3.5.1 Requisitos de espacios:

3.5.1.1 El restaurante deberá contar con espacios en el que se le ofrezca al cliente seguridad e higiene efectiva De sus actividades cumpliendo con la legislación vigente.

3.5.1.2 Los espacios deben dotarse de las condiciones de temperatura y humedad, para la ejecución higiénica de las operaciones de producción y conservación de los alimentos

3.5.2 Requisitos de climatización:

Los sistemas de ventilación directa o indirecta no deben contribuir a la contaminación de los alimentos o a la incomodidad del cliente interno.

Si disponen de ventilación inducida por aire acondicionado en las áreas de producción, el aire debe ser filtrado y mantener una presión positiva (de adentro hacia afuera), para asegurar el flujo de aire hacia el exterior.

3.5.3 Requisitos de iluminación:

El restaurante se verá beneficiado por la luz Natural en el transcurso del día y de la energía artificial, Por las noches debe ser de la calidad e intensidades requeridas para la ejecución higiénica, efectiva y segura, de todas las actividades del cliente interno.

3.5.4 Requisitos de muebles:

Los muebles que estén dentro del establecimiento deberán cumplir con los requisitos para suplir Las necesidades de cada cliente. Las mesas y las sillas deberán cumplir con la altura adecuada para que el cliente no sufra incomodidades o cansancios.

3.5.5 Requisitos de equipos de oficina:

Todo el equipo deberá estar siempre limpio y en buen estado. Todos los equipos de metal deben estar libre de óxido y la corrosión. Equipo de metal oxidado y/o corroído debe ser reemplazado o barnizado de una manera aprobada. Superficies de madera deben tener una superficie que se pueda limpiar. Todo el equipo fijo deberá instalarse de tal manera que permita una limpieza fácil por debajo y/o detrás del equipo

3.5.6 Requisitos de decoración y ambientación: La ambientación del establecimiento debe evitar la contaminación auditiva y visual.

Contar con espacios sin humedad, que cada mesa tenga espacios para que los comensales se puedan desplazar bien que la distancia entre mesas este acorde al lugar. Contaremos con una decoración que le transmita al cliente calidad, confort, y un ambiente de bienestar. Contamos con colores que representarán la marca de nuestro restaurante el verde, negro, rojo, y blanco con el fin de regalar experiencias en armonía Y elegancia la cristalería, los

cuadros, las lámparas, manteles, servilletas, cortinas, nuestro bar y fuera del restaurante tendremos un ambiente más cercano con la naturaleza, este espacio contara con plantas ornamentales y decoración de flores artificiales para que el cliente disfrute de una percepción diferentes. Este espacio se creó con el fin de que los clientes disfruten y además también está preparado para que en caso de que el restaurante este lleno en este espacio nuestros clientes esperen un poco. Serán espacios separados y nuestros paneles solares nos aportarán luz natural al restaurante. Dos experiencias en espacios únicos y diferentes.

3.6 Plan de compras

TABLA 1 PLAN DE COMPRAS

PLAN DE COMPRAS			
EQUIPOS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	INVERSION TOTAL
Telefono	3	\$ 79.900	\$ 239.700
Datafono	3	\$ 99.000	\$ 297.000
Computador	3	\$ 1.450.000	\$ 4.350.000
Ventilador de techo	4	\$ 153.300	\$ 613.200
Extractor de olores	3	\$ 45.000	\$ 135.000
Televisor 55'	3	\$ 1.700.000	\$ 5.100.000
Barra de sonido	3	\$ 174.900	\$ 524.700
cajas registradoras	3	\$ 650.000	\$ 1.950.000
Bombillos inteligentes	4	\$ 99.000	\$ 396.000
Sensor	2	\$ 42.000	\$ 84.000
subtotal			\$ 13.689.600

EQUIPO DE COCINA INDUSTRIAL			
Estufa industrial	3	\$ 3.880.000	\$ 11.640.000
Horno	3	\$ 2.699.900	\$ 8.099.700
Microondas	3	\$ 320.000	\$ 960.000
Lavalozas	3	\$ 1.800.000	\$ 5.400.000
Congeladores	3	\$ 3.199.900	\$ 9.599.700
Neveras	3	\$ 450.000	\$ 1.350.000
Asador	3	\$ 3.000.000	\$ 9.000.000
Licudadora	3	\$ 219.900	\$ 659.700
freidora	3	\$ 3.350.000	\$ 10.050.000
gratinadora	3	\$ 1.900.000	\$ 5.700.000
plancha	3	\$ 900.000	\$ 2.700.000
asador	3	\$ 790.000	\$ 2.370.000
vaporizador	3	\$ 139.000	\$ 417.000
mesas de trabajo	3	\$ 490.000	\$ 1.470.000
mesas refrigeradas	3	\$ 3.500.000	\$ 10.500.000
mesa caliente	3	\$ 350.000	\$ 1.050.000
batidora	3	\$ 2.060.000	\$ 6.180.000
moledoras	3	\$ 1.200.000	\$ 3.600.000
rebanadora	3	\$ 1.650.000	\$ 4.950.000
trituradora	3	\$ 800.000	\$ 2.400.000
laminadora	3	\$ 250.000	\$ 750.000
sierra	3	\$ 1.680.000	\$ 5.040.000
cafetera	3	\$ 315.000	\$ 945.000
cuarto frio	1	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000
tostadora	3	\$ 480.000	\$ 1.440.000
exprimidor de jugos	3	\$ 240.000	\$ 720.000
procesador de verduras	3	\$ 680.000	\$ 2.040.000
bascula	3	\$ 150.000	\$ 450.000
subtotal			\$ 114.481.100

MOBILIARIO			
Mesas (60x60)	30	\$ 150.000	\$ 4.500.000
sillas	120	\$ 65.000	\$ 7.800.000
Charola metalica	10	\$ 36.000	\$ 360.000
Escritorio	3	\$ 579.900	\$ 1.739.700
Silla tipo bar	4	\$ 179.900	\$ 719.600
Tableros	2	\$ 79.900	\$ 159.800
Trona infantil	5	\$ 60.000	\$ 300.000
Aparadores	4	\$ 1.399.990	\$ 5.599.960
Armarios	4	\$ 474.000	\$ 1.896.000
subtotal			\$ 23.075.060

UTENSILIOS DE COCINA				
tazones para mezclar	3	\$	89.000	\$ 267.000
cuberteria	15	\$	40.000	\$ 600.000
balanzas de alimentos	3	\$	36.000	\$ 108.000
espatulas	6	\$	20.000	\$ 120.000
cucharas mango largo	12	\$	35.000	\$ 420.000
juego de cuchillos	6	\$	90.000	\$ 540.000
ralladores	6	\$	30.000	\$ 180.000
peladores	6	\$	22.800	\$ 136.800
cacerola mediana	6	\$	190.000	\$ 1.140.000
cacerola pequeña	6	\$	53.900	\$ 323.400
olla alta	6	\$	169.000	\$ 1.014.000
sartenes antiaherentes (juegos)	3	\$	50.000	\$ 150.000
olla de presion mediana	6	\$	100.000	\$ 600.000
vaporera	6	\$	145.000	\$ 870.000

refractaria redonda mediana	6	\$	60.000	\$ 360.000
refractaria cuadrada mediana	6	\$	60.000	\$ 360.000
refractaria rectangular pequeña	6	\$	60.000	\$ 360.000
refractaria rectangular mediana	6	\$	60.000	\$ 360.000
molde de pastel	6	\$	20.000	\$ 120.000
flanera	6	\$	190.000	\$ 1.140.000
palitas de madera	6	\$	22.000	\$ 132.000
cucharon	6	\$	30.000	\$ 180.000
tablas para picar	6	\$	55.000	\$ 330.000
abrelatas	3	\$	21.300	\$ 63.900
rodillo	6	\$	12.900	\$ 77.400
cepillo	6	\$	20.500	\$ 123.000
tenazas	12	\$	22.900	\$ 274.800
trapos de cocina	12	\$	100.000	\$ 1.200.000

esponjas	12	\$	5.000	\$ 60.000
escurridor de platos	3	\$	65.000	\$ 195.000
guante protector	24	\$	20.000	\$ 480.000
papel aluminio	6	\$	28.600	\$ 171.600
plastico adherible	3	\$	10.500	\$ 31.500
tijeras de cocina	6	\$	31.900	\$ 191.400
taza medidora	6	\$	35.000	\$ 210.000
cucharas de medir	3	\$	29.000	\$ 87.000
tupper	3	\$	46.900	\$ 140.700
sacacorchos	6	\$	16.500	\$ 99.000
destapadores	6	\$	23.900	\$ 143.400
aplastador de ajos	6	\$	100.000	\$ 600.000
mazo para ablandar carnes	6	\$	106.000	\$ 636.000
subtotal				\$ 14.595.900

TOTAL PLAN DE COMPRAS	\$ 165.841.660
------------------------------	-----------------------

Fuente: Autores

3.7 Plan de implementación

Tabla 2 Plan de Implementación

PLAN DE IMPLEMENTACION				
ETAPA	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	TIEMPO DE IMPLEMENTACION	FECHA DE INICIO
Constitucion de la empresa	Verificar la disponibilidad del nombre en la camara de comercio	Yornelis Cuadro Curiel	15 días	22-jul-21
	Tipo de sociedad			
	Realizar tramites ante la camara de comercio			
	Realizar tramites ante la notaria publica de la constitucion de la sociedad			
	Abrir cuenta bancaria			
	Inscripcion en los libros de comercio			
PERMISOS	Matricula mercantil vigente	Daniela Hernandez		
	Certificado Sayco y Acimpro			
	Registro nacional del turismo RNT			
	Concepto sanitario			
	Uso del suelo			
	Registo de publicidad exterior visul			
	Concepto de seguridad humana y proteccion contra incendios			
	Inscripcion en el RUT			
	Inscripcion en RIT			
	Certificado de manipulacion de alimentos			
ARRIENDO	11.000.000	Keilin Romero		
ADECUACION				
RECLUTAMIENTO DEL PERSONAL				
ENTRENAMIENTO DEL PERSONAL	capacitaciones SENA y capacitaciones en la empresa			
APERTURA	15-ago-21			

Fuente: Autores

3.7 .1 Plan de producción

Tabla 3 Plan de Producción

PLAN DE PRODUCCION		
MENU GASTRONOMIA VEGANA		
PLATO	DESCRIPCION	PRECIO
Crema de lentejas coral 	Cebolla, Zanahoria, Lenteja coral, Pimienta, Cilantro molido, Sal, Aceite de oliva, caldo de verduras	14.000
Hamburguesa de quinoa 	Quinoa, agua, aceite de oliva, zanahorias, pimentón rojo, cebolla, ajo, champiñones, espinaca aceite cesamos, queso mozzarella vegano	15.000
Frijolada 	Frijoles, ensalada fresca, chorizo de soya, platanitos, arroz integral, hogao y aguacate	16.000
Arroz con albondigas 	Arroz integral, remolacha, platanitos, albóndigas de garbanzos pimiento	13.000
Pizza de coliflor 	masa de harina de trigo, Coliflor, sal, pimienta, aceite de oliva, cebolla ajo, tomates, tomillo albahaca, champiñones, aceitunas en rodajas, alcachofa	16.000

MENU GASTRONOMIA TIPICA COLOMBIANA		
PLATO	DESCRIPCION	PRECIO
<p>Sancocho Colombiano</p> 	<p>Es un caldo o sopa normalmente espeso a base de tubérculos como la papa, la yuca y el ñame. Los ingredientes que vamos a usar son la yuca, el plátano y la papa y a esta se le agrega un poco de carne, pollo, cerdo, res, costilla.</p>	12.000
<p>Caldo de Costilla</p> 	<p>Es una sopa a base de agua que contiene papas, cilantro y costillas de res o un corte diferente de res.</p>	14.000
<p>Pescado frito con patacones y arroz con coco</p> 	<p>Este delicioso plato viene acompañado con arroz con coco, patacones, ensalada de tomate, cebolla y lechuga (a veces también con pepino), sal y limón al gusto.</p>	18.000
<p>Bandeja Paisa</p> 	<p>Es un plato conformado por arroz, chorizo, carne, aguacate, huevo, arepa paisa, chicharrón y tajadas de plátano maduro</p>	22.000
<p>Arepa de Huevo</p> 	<p>arepa de huevo colombiana que se consume como una entrada o al desayuno. Las arepas de huevo requieren de técnica tanto de la elaboración de la masa como su cocción.</p>	3.000
<p>Empanada</p> 	<p>las empanadas colombianas son fritas y contienen una variedad de ingredientes que incluyen, carne, huevo,</p>	1.500

MENU WORLD FOOD		
PLATO	DESCRIPCION	PRECIO
Sushi Asian Crunch 	arroz chocante, Salmón fresco, Camarones chocantes En coco	22.000
Spaguetti carbonara 	Huevos, queso parmesano, aceite de oliva extra virgen, pimienta negra	17.000
Enchilada de pollo 	pechuga de pollo, sal, cebolla, Ajo, aceite, Chiles serranos, Tortilla de maíz	17.000
Chorizo criollo en salsa chimichurri 	Chorizo criollo, Perejil, ajo, Vinagre, orégano, ají molido, Aceite de oliva, sal	18.000
Paella Española 	Arroz, Pimentón, tomate, ajo, Aceite, perejil, Mejillones, calamares, Langostinos, Caldo De	35.000

Fuente: Autores

PLAN DE PRODUCCION										
UNIDADES DE PRODUCCION										
AÑOS	año 2021		año 2022		año 2023		año 2024		año 2025	
AMBIENTE VEGANO										
TIPOS DE PLATO	unidades producidas en el mes	unidades a producidas en el año	unidades producidas en el mes	unidades a producir	unidades producidas en el mes	unidades a producir	unidades producidas en el mes	unidades a producir	unidades producidas en el mes	unidades a producir
crema de lenteja coral	62	22.320	71	25.560	80	28.800	88	31.680	98	35.280
hamburguesas de quinoa	85	30.600	94	33.840	102	36.720	109	39.240	117	42.120
frijolada	42	15.120	51	18.360	60	21.600	68	24.480	75	27.000
arroz con albondigas	50	18.000	59	21.240	67	24.120	74	26.640	83	29.880
pizza de coliflor	43	15.480	50	18.000	58	20.880	77	27.720	75	27.000
Total		101.520		117.000		132.120		149.760		161.280

AÑOS	año 2021		año 2022		año 2023		año 2024		año 2025	
AMBIENTE COMIDA TIPICA COLOMBIANA										
TIPOS DE PLATO	unidades producidas en el mes	unidades a producidas en el año	unidades producidas en el mes	unidades a producir	unidades producidas en el mes	unidades a producir	unidades producidas en el mes	unidades a producir	unidades producidas en el mes	unidades a producir
sancocho colombiano	83	29.880	92	33.120	101	36.360	109	39.240	118	42.480
caldo de costilla	75	27.000	83	29.880	92	33.120	100	36.000	109	39.240
pescado frito, patacones y arroz con coco	115	41.400	123	44.280	131	47.160	140	50.400	147	52.920
bandeja paisa	94	33.840	102	36.720	111	39.960	118	42.480	126	45.360
arepa de huevo	220	79.200	228	82.080	237	85.320	244	87.840	252	90.720
empanadas de carne	253	91.080	261	93.960	268	96.480	277	99.720	285	102.600
Total		302.400		320.040		338.400		355.680		373.320

AÑOS	año 2021		año 2022		año 2023		año 2024		año 2025	
AMBIENTE WORLD FOOD										
TIPOS DE PLATO	unidades producidas en el mes	unidades a producidas en el año	unidades producidas en el mes	unidades a producir	unidades producidas en el mes	unidades a producir	unidades producidas en el mes	unidades a producir	unidades producidas en el mes	unidades a producir
sushi asian crunch	76	27.360	85	30.600	93	33.480	100	36.000	108	38.880
spaguetti carbonara	57	20.520	65	23.400	74	26.640	81	29.160	89	32.040
enchilada de pollo	44	15.840	52	18.720	61	21.960	70	25.200	78	28.080
chorizo criollo en salsa chimichurri	37	13.320	45	16.200	52	18.720	61	21.960	70	25.200
paella española	23	8.280	31	11.160	40	14.400	47	16.920	55	19.800
Total		85.320		100.080		115.200		129.240		144.000

Fuente: Autores

3.9 Logística y distribución

- El restaurante KDY, contara con espacios acorde a los diferentes tipos de clientes para que cada uno de ellos se sientan Atraídos no solo de nuestra gastronomía y el servicio sino también de nuestra infraestructura y cada espacio visible a los ojos de cada comensal.
- Cada personal de servicio del restaurante contara con previas capacitaciones para mejorar en el servicio cada día más y el restaurante sobre salga en el mercado competitivo
- Identificar que productos comprar a quien comprarlos y en qué cantidades. Y a este le sumamos como ofrecer y en qué tiempo dicho servicio.
- Establecer un seguimiento y mejorar el servicio al cliente, a la par de que le permita medir los niveles de satisfacción al cliente.
- El restaurante tendrá en cuenta cuales son los platos de presentación de sus clientes, cuales están operando a niveles de costo y ganancias.

3.10 Procesos de control de calidad, selección de proveedores y cadena de producción.

Garantizar la calidad y salubridad de los alimentos que un establecimiento ofrece a sus clientes, es una prioridad para ello es indispensable implantar un sistema de gestión de calidad alimentario que ayude a controlar el alimento desde su compra y almacenamiento.

Si algo se debe tener en cuenta es que como empresa formamos parte de la industria alimentaria por tal motivo se debe aplicar reglas básicas que garanticen la seguridad de sus clientes, para ellos es imprescindible que esté implicado con la norma ISO 22001 seguridad alimentaria.

Selección de proveedores:

Realizamos la selección de estos proveedores porque sus alimentos son garantizados y seguros, además cuentan con las siguientes características que son importantes a la hora de elegir alimentos confiables.

Etapas de cadena de producción de los alimentos.

- **Producción:** consiste en la producción de los alimentos como fruta, verduras, pescado y otros alimentos de mar.
- **Procesamiento:** para esta etapa es necesario que dichos alimentos sean almacenados en instalaciones óptimas para procesarlos
- **Venta:** para esta etapa es necesario que los alimentos se encuentren en un ambiente y lugar limpio, seco y libre de todo tipo de contaminación.
- **Consumo:** los alimentos deben estar previamente procesados, esto permitirá que sean consumidos en las mejores condiciones posibles

Los proveedores que se elijan deben tener las anteriores cualidades para asegurarnos que sean alimentos sanos y seguros para el consumo

Cadena de producción:

En el establecimiento se debe tener una persona encargada de velar por el estado y calidad del producto y de su correcta manipulación, para evitar cualquier tipo de enfermedades se debe tener en cuenta:

- Higiene personal
- Cocinar los alimentos adecuadamente
- Evitar la contaminación cruzada
- Mantener los alimentos a temperaturas seguras

- Rechazar alimentos de fuentes inseguras

3.11 Entes y/u organismos que apoyen la gestión y desarrollo del proyecto

Para el desarrollo de esta idea de negocio en Colombia las entidades y organismos estratégicos que apoyan la gestión y el desarrollo de este tipo de emprendimientos encontramos:

Tabla 4 Organismos que apoyan el proyecto

ENTIDAD /ORGANISMO	IMAGEN CORPORATIVA	DESCRIPCIÓN
CAMARA DE COMERCIO DE CARTAGENA		La Cámara de Comercio de Cartagena es una institución privada, de carácter gremial, sin ánimo de lucro, cuya finalidad primordial es servir de órgano de los intereses generales del comercio ante el gobierno y ante los comerciantes mismos, promoviendo el desarrollo regional.
FONDO EMPRENDER - SENA		El Fondo Emprender SENA es un Fondo creado por el Gobierno Nacional para financiar proyectos empresariales provenientes de Aprendices, Practicantes Universitarios (que se encuentren en el último año de carrera profesional) o Profesionales que no superen dos años de haber recibido su primer título profesional.

<p>BANCOLDEX</p>		<p>Somos el banco de desarrollo que promueve el crecimiento empresarial y el comercio exterior de Colombia. Contamos con diferentes soluciones, financieras y no financieras, para promover el desarrollo de las empresas.</p> <p>Nuestra gestión se enfoca en fomentar las exportaciones, apoyar la productividad y la competitividad con énfasis en las Mipymes, contribuir a la defensa del medio ambiente y a la mitigación del cambio climático y actuar como instrumento para el restablecimiento del tejido empresarial en zonas de desastre o de deterioro de las condiciones económicas.</p>
<p>ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE LA INDUSTRIA GASTRONÓMICA - ACODRES</p>		<p>La asociación está organizada como una federación en la cual cada capítulo propende por los intereses locales de sus afiliados y por el desarrollo sostenible de su región. A nivel nacional cuenta con una presidencia ejecutiva nacional encargada de ejecutar las políticas trazadas por la Asamblea General de Delegados y por la Junta Directiva</p>

		<p>Nacional, en beneficio de la totalidad de afiliados del país. Para el logro de estos propósitos, la Asociación cuenta con un equipo humano comprometido con los valores del trabajo en equipo y el logro de los resultados.</p>
<p>BANCO DE LA REPÚBLICA</p>		<p>El Banco de la República es un órgano del Estado de naturaleza única, con autonomía administrativa, patrimonial y técnica, que ejerce las funciones de banca central. Según la Constitución, el principal objetivo de la política monetaria es preservar la capacidad adquisitiva de la moneda, en coordinación con la política económica general, entendida como aquella que propende por estabilizar el producto y el empleo en sus niveles sostenibles de largo plazo. En ejercicio de esta función adopta las medidas de política que considere necesarias para regular la liquidez de la economía y facilitar el normal funcionamiento del sistema de pagos, velando por la estabilidad del valor de la moneda.</p>

**CORPORACIÓN
TURISMO
CARTAGENA DE
INDIAS**



Liderar la consolidación de Cartagena como una sociedad turística sostenible, a través de la planeación del desarrollo turístico de la ciudad, dentro de un marco de confianza y articulación con los diferentes grupos de interés; gestionando el direccionamiento, la promoción y la competitividad de la actividad turística de la ciudad. La Corporación Turismo Cartagena de Indias surge como proyecto en el año 2001, ante la necesidad de aunar esfuerzos para el fortalecimiento y desarrollo del sector turístico de la ciudad, particularmente en la coordinación de los esfuerzos privados e institucionales de los actores que animan la presentación de los servicios turísticos de Cartagena. Obteniendo así su fundación el 29 de junio del mismo año en Cartagena de indias y con personalidad jurídica como entidad sin ánimo de lucro, mixta de carácter civil.

**SERVICIO NACIONAL
DE APRENDIZAJE -
SENA**



El Servicio Nacional de Aprendizaje, SENA, es un establecimiento público del orden nacional con personería jurídica, patrimonio propio e independiente y autonomía administrativa. Adscrito al Ministerio del Trabajo de Colombia, ofrece formación gratuita a millones de colombianos que se benefician con programas técnicos, tecnológicos y complementarios, que enfocados al desarrollo económico, tecnológico y social del país, entran a engrosar las actividades productivas de las empresas y de la industria, para obtener mejor competitividad y producción con los mercados globalizados. La Institución está facultada por el Estado para la inversión en infraestructura necesaria para mejorar el desarrollo social y técnico de los trabajadores en las diferentes regiones, a través de formación profesional integral que logra incorporarse con las metas del Gobierno Nacional, mediante el cubrimiento de las necesidades específicas de recurso humano en las empresas, a través de la vinculación al mercado laboral bien sea como

		<p>empleado o subempleado, con grandes oportunidades para el desarrollo empresarial, comunitario y tecnológico.</p>
<p>DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADÍSTICA DANE</p>		<p>Proceso técnico, dinámico, permanente y concertado entre las diferentes entidades del Sistema Estadístico Nacional, para definir, organizar y priorizar las estadísticas que requiere el país para la toma de decisiones. La planificación estadística provee metodologías e instrumentos para la formulación de planes estadísticos en los siguientes</p>

		<p>ámbitos de aplicación: nacional, sectorial, territorial e institucional.</p>
<p>FONDO NACIONAL DE TURISMO - FONTUR</p>		<p>El Fondo Nacional de Turismo, es un Patrimonio Autónomo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, creada para el manejo de los recursos provenientes de la contribución parafiscal, la cual se debe destinar a la promoción y competitividad del turismo, el manejo de estos recursos, debe ceñirse a los lineamientos de la política turística definidos por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Los recursos provenientes del impuesto con destino al turismo se destinarán a su promoción y competitividad y su ejecución se hará a través de Procolombia para la promoción internacional, y con la entidad Administradora del Fondo Nacional de Turismo para la promoción interna y la competitividad. El acceso a estos</p>

		<p>recursos es a través de la presentación de proyectos por parte de los sectores aportantes de la contribución parafiscal, los gremios que agrupan a los aportantes de la contribución parafiscal, las entidades territoriales, las entidades mixtas de promoción turística, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Procolombia y la entidad administradora del Fondo Nacional de Turismo, lo anterior de acuerdo con los procedimientos establecidos en el Manual para la destinación de recursos y presentación de proyectos.</p>
<p>MARCA PAÍS</p>		<p>Nosotros, como Marca País Colombia, nos encargamos de gestionar esa imagen positiva que tenemos para mostrar. Nuestro objetivo es cerrar la brecha entre las percepciones negativas que tienen en el mundo acerca de Colombia y las realidades del país, los avances, el talento y el potencial.</p> <p>Nuestra Marca País es un esfuerzo conjunto entre el Gobierno Nacional y el Sector Privado por potenciar y comunicar las cualidades que tiene Colombia.</p>

<p>ALCALDIA DISTRITAL DE CARTAGENA DE INDIAS</p>		<p>Construida colectivamente con igualdad para todos y todas, incluidos niñas, niños, adolescentes y jóvenes. La Cartagena que se propone es una ciudad para soñar, que potencie su riqueza geográfica, ecológica, cultural, histórica, turística y portuaria, y la proyecte hacia el futuro con un desarrollo urbanístico incluyente, que privilegia infraestructuras urbanas para fortalecer la vocación natural de la ciudad, que faciliten la movilidad con base en transporte colectivo multimodal y medios ambientalmente sostenibles como las ciclorutas, las alamedas y las vías peatonales. Una ciudad con dotación de parques y espacios públicos reservados para el encuentro, el disfrute y la apropiación colectiva. Una ciudad en la que las ciudadanas y los ciudadanos conviven pacíficamente, están tranquilas y tranquilos, respetan las normas, protegen su medio ambiente, reconocen y respetan la diversidad, cumplen los acuerdos y autorregulan sus comportamientos para garantizar el pleno ejercicio de las libertades y los derechos de todas y todos.</p>
---	--	--

<p>GOBERNACION DE BOLIVAR</p>		<p>El gobierno del Departamento de Bolívar asume como su responsabilidad primigenia, la construcción de las condiciones para generar bienestar y desarrollo humano, a nivel regional y local en su territorio y comunidad, y ejercer con eficiencia, equidad y probidad la orientación del desarrollo del Departamento de Bolívar, la complementación de los esfuerzos de las administraciones locales, para la asignación de los recursos productivos entre los distintos grupos de la sociedad, involucrando a la totalidad de los actores públicos, privados y comunitarios.</p>
--------------------------------------	---	---

3.12 Aspectos ambientales y sociales del proyecto

KDY, Es un restaurante donde su especialidad es la comida saludable y la comida típica colombiana cuenta con un personal para el servicio de mesas y otro para el área de cocina y aseo para evitar contaminaciones y tener un mejor funcionamiento del establecimiento y estos son los aspectos a tener en cuenta de acuerdo a los aspectos ambientales y sociales del proyecto.

Aspectos ambientales:

- Gestión de residuos
- Emisiones a la atmósfera y ruido
- Aguas residuales no domesticas

Todos estos aspectos a tener en cuenta harán que el restaurante sea un lugar amigable con el medio ambiente

Aspectos sociales:

- Se deberá tener una gastronomía adecuada a el tipo de cliente que nos visite
- Contar con precios adecuados a nuestro menú
- Atender a solicitudes especiales y puntuales
- Ofrecer un trato personalizado a cada cliente
- Tener instalaciones adecuadas y en buen estado
- Tener horarios amplios
- Tener conocimiento del 2do idioma
- Sistema de reservas en plataformas digitales

4 Componente de talento humano

El componente de talento humano nuestra idea de negocio está enfocada en contar con el recurso humano capacitado para brindar un servicio de calidad para nuestros clientes. A continuación, se hace relación de cada uno de ellos, el perfil requerido según el cargo y las funciones a realizar para optimizar la labor dentro de la organización. Teniendo en cuenta nuestro organigrama se elabora la siguiente matriz.

Tabla 5 Componente de talento Humano

SALARIO: 1.800.000 TIPO DE CONTRATO: Directo con la empresa a término indefinido	CARGO: Administrador
REQUERIMIENTOS MINIMOS DEL PERSONAL	
PERFIL DEL PERSONAL: Profesional con proyección nacional e internacional con amplios conocimientos en el campo de la administración de las organizaciones en general, y en particular, las relacionadas con el sector turístico. Debe tener capacidad de liderazgo empresarial y compromiso ético. Sexo: indefinido	ESCOLARIDAD DESEADA: Preferiblemente profesional en Administración de Empresas, Ingeniería Industrial o Administración Hotelera. CONOCIMIENTOS BÁSICOS: Office a nivel avanzado, inglés intermedio. Gestión de personal: 15 personas a más, realizar Mallas de horarios. Conocimiento en costos, presupuestos y recetas.

<p>Edad: entre 20 – 35 años</p> <p>Estado civil:</p> <p>CUALIDADES/ HABILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pensamiento crítico y resolución de problemas. - Comunicación efectiva. - Colaboración y trabajo en equipo. - Creatividad e innovación. 	<p>EXPERIENCIA:</p> <p>Mínimo 2 años de experiencia en cargos similares</p>
<p>PRINCIPALES FUNCIONES</p>	
<ul style="list-style-type: none"> - Supervisar la venta de productos, la adecuada organización de las instalaciones y el cumplimiento de las obligaciones de sus colaboradores, garantizando un excelente Servicio al Cliente. - Manejar la relación con los proveedores asegurando la calidad y recibo oportuno de los productos. - Supervisar la correcta manipulación de la materia prima, controlar los procesos de producción y los procesos de almacenamiento de alimentos. - Verificar y Llevar a cabo el cierre de venta diaria, realizando inventarios, balances y reportes generales que den cuenta de la relación entre costos y proyecciones del negocio. 	

SALARIO: 1.500.000		CARGO:	
TIPO DE CONTRATO: obra labor		Contador	
REQUERIMIENTOS MINIMOS DEL PERSONAL			
<p>PERFIL DEL PERSONAL:</p> <p>Profesional responsable del estado financiero y de los libros contables de la empresa, en tal sentido, su misión consiste en velar que su clientela cumpla con la legislación aplicable y con los procedimientos establecidos, además de garantizar que haya registro de los ingresos y egresos de sus cuentas.</p> <p>Sexo: indefinido</p> <p>Edad:</p> <p>Estado civil</p> <p>CUALIDADES/ HABILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Creatividad - Visionario - Disciplinado - Liderazgo 		<p>ESCOLARIDAD DESEADA:</p> <p>Profesional en Contaduría pública</p> <p>CONOCIMIENTOS BÁSICOS:</p> <p>EXPERIENCIA:</p> <p>Mínima de 2 años</p>	

- Capacidad de Síntesis
- Razonamiento Lógico
- Habilidad numérica
- Trabajo en equipo
- Toma de decisiones
- Relaciones Publicas

PRINCIPALES FUNCIONES

- Documentar informes financieros para los clientes:
- Revisar los libros contables de los clientes.
- Analizar las ganancias y los gastos.
- Elaborar el balance de los libros financieros.
- Redactar informes sobre el estado financiero de sus clientes.
- Manejar registros, sistemas y presupuestos financieros.
- Hacer auditorías financieras para sus clientes.
- Asesorar a los clientes en materia financiera, tales como mejoras para su negocio, reducción de costos, insolvencias, entre otros:
- Documentar informes financieros para los clientes:
- Revisar los libros contables de los clientes.
- Analizar las ganancias y los gastos.
- Elaborar el balance de los libros financieros.
- Redactar informes sobre el estado financiero de sus clientes.
- Manejar registros, sistemas y presupuestos financieros.
- Hacer auditorías financieras para sus clientes.
- Asesorar a los clientes en materia financiera, tales como mejoras para su negocio, reducción de costos, insolvencias, entre otros:

SALARIO: 980.000		CARGO:	
TIPO DE CONTRATO: obra labor		Auxiliar contable	
REQUERIMIENTOS MINIMOS DEL PERSONAL			
<p>PERFIL DEL PERSONAL:</p> <p>Realizar actividades administrativas de archivo, control y elaboración de Correspondencia, digitar y registrar las transacciones contables de las operaciones de la compañía y Verificar su adecuada contabilización, elaborar nómina y liquidación de seguridad social.</p> <p>Sexo: indefinido</p> <p>Edad: entre 18 – 25 años</p> <p>Estado civil:</p> <p>CUALIDADES/ HABILIDADES:</p>		<p>ESCOLARIDAD DESEADA:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Estudiante de nivel técnico, tecnológico o en formación profesional de primeros semestres, certificados en el área de Contaduría Pública. <p>CONOCIMIENTOS BÁSICOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Manejo de los programas de Office (Word, Excel) - Conocimientos actualizados contabilidad y tributaria - Manejo de herramientas de oficina - Conocimiento como mínimo de un programa contable - Conocimiento de los procedimientos del sistema de 	

<ul style="list-style-type: none"> - Competencias comunicacionales, interpersonales intrapersonales y de gestión. - Trabajo en equipo - Iniciativa, creatividad, prudencia y proactividad. - Orientación al servicio 	<p>gestión integrado relacionados en la</p> <ul style="list-style-type: none"> - caracterización del proceso al cual pertenece <p>EXPERIENCIA:</p> <p>Mínimo 1 año de experiencia</p>
<p>PRINCIPALES FUNCIONES</p>	
<ul style="list-style-type: none"> - Atender de manera ágil, amable y eficaz las llamadas telefónicas del conmutador. - Recibir la correspondencia, radicarla y entregarla, tanto interna como externa - Atender todas aquellas personas que necesiten información. - Mantener actualizados los documentos legales de la compañía y entregar al personal que lo requiera - Elaborar la nómina y liquidación de seguridad social. - Revisión de la contabilización de los documentos - Clasificar adecuadamente de acuerdo a los centros de costos existentes los documentos contables - Participar en la identificación de los riesgos de su área de trabajo y en la generación de acciones de mejora para su prevención - Administrar la papelería y elementos de uso de la compañía llevando registros en las planillas indicadas. - Colaboración continua en otras labores asignadas por su jefe inmediato 	

SALARIO: 1.800.000		CARGO:	
TIPO DE CONTRATO: término indefinido		Chef	
REQUERIMIENTOS MINIMOS DEL PERSONAL			
<p>PERFIL DEL PERSONAL</p> <p>Edad: 25 a 35 años</p> <p>Sexo: indefinido</p> <p>Estado civil:</p>		<p>ESCOLARIDAD DESEADA:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Formación en Cocina Profesional Avanzada • Técnico en cocina y gastronomía • Técnico superior en dirección de cocina 	
<p>CUALIDADES/ HABILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Creatividad • Trabajo en equipo • Planeación y programación • Detallista • Apasionado • Limpieza • Rapidez 		<p>CONOCIMIENTOS BÁSICOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conocer la gastronomía local e internacional • Conocer y dominar las técnicas de panadería y repostería • Tener cultura general gastronómica 	
		<p>EXPERIENCIA:</p> <p>Mínimo 2 años de experiencia</p>	
PRINCIPALES FUNCIONES			

- planificación del menú y elaboración de los platos.
- gestionar el equipo y la distribución de tareas
- gestionar el tiempo de cocinado y preparación de los alimentos.
- realizar tareas administrativas
- actualizar los menús
- mantener y seguir las normas de seguridad e higiene

SALARIO: 961.000

CARGO:

TIPO DE CONTRATO: fijo

Cocinero

REQUERIMIENTOS MINIMOS DEL PERSONAL

PERFIL DEL PERSONAL:

Contribuir al logro de los objetivos del Servicio, realizando las preparaciones culinarias que le encomienden, de acuerdo a las técnicas establecidas y el tipo, calidad y cantidad de ingredientes señalados.

Sexo: indefinido

Edad: 22 a 35 años de edad

ESCOLARIDAD DESEADA:

- Diploma de escuela secundaria
- Certificación de estudios en cocina
- Formación técnica en cocina

CONOCIMIENTOS BÁSICOS:

- Fuerte conocimiento de los procedimientos adecuados de manipulación de alimentos

<p>Estado civil:</p> <p>CUALIDADES/ HABILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Trabajo en equipo • Sentido de la estética • Creatividad • Buen paladar • Cuidar cada detalle • Limpieza y orden 	<ul style="list-style-type: none"> • El cocinero perfecto crea platos y experiencias gastronómicas a partir de sus investigaciones • El cocinero perfecto se preocupa por conocer las tendencias en gastronomía globales y de su zona <p>EXPERIENCIA:</p> <p>Mínimo 2 años de experiencia</p>
<p>PRINCIPALES FUNCIONES</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Proponer a la encargada la compra de alimentos por deficiencias en la despensa. • Procurar que los alimentos se preparen en las condiciones higiénicas sanitarias adecuadas • Elaboración de los menús con alimentos frescos • Organización y planificación de la cocina • Preparar la dieta propuesta por la encargada. 	
<p>SALARIO: 916.000</p> <p>TIPO DE CONTRATO: obra a labor</p>	<p>CARGO:</p> <p>Mesero</p>
<p>REQUERIMIENTOS MINIMOS DEL PERSONAL</p>	

<p>PERFIL DEL PERSONAL:</p> <p>Procesar los pedidos de los clientes y velar porque el mismo sea preparado de manera adecuada y oportuna.</p> <p>Sexo: indefinido</p> <p>Edad: 18 a 35 años</p> <p>Estado civil:</p> <p>CUALIDADES/ HABILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Responsable • Cooperativo • Atento • Agradable • Trabajo en equipo • Ordenado • Hábil 	<p>ESCOLARIDAD DESEADA:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Curso de mesa y bar • Mínimo secundario <p>CONOCIMIENTOS BÁSICOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento de alimentos y bebidas • Protocolos de servicio a la mesa • Manejo básico de ingles • Servicio al cliente <p>EXPERIENCIA:</p> <p>No requerimos experiencia obligatoriamente</p>
<p>PRINCIPALES FUNCIONES</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Atención al cliente • Preparación de mesas • Procesar pedidos • Servir a en la mesa 	

- Procesar pagos y facturación, esto hace referencia a que debe velar por que el cliente pague justo lo que consumió

SALARIO: 795.000

CARGO:

TIPO DE CONTRATO: obra a labor

Recreacionista

REQUERIMIENTOS MINIMOS DEL PERSONAL

PERFIL DEL PERSONAL:

- Implementar la recreación como un buen desarrollo del ser humano
- Crear espacios propicios para el buen desempeño de las actividades

Sexo: indefinido

Edad: de 18 a 35 años

Estado civil:

CUALIDADES/ HABILIDADES

- Integro
- Seguro
- Creativo
- Actitud

ESCOLARIDAD DESEADA:

- Estudios de secundaria o profesionales
- Curso o seminarios en recreación y deportes

CONOCIMIENTOS BÁSICOS:

- Manejo ingles básico
- Conocimiento de la recreación o pedagogía lúdica

EXPERIENCIA:

- Programas de recreación durante 4 meses

PRINCIPALES FUNCIONES

<ul style="list-style-type: none"> • Organizar actividades que involucren al cliente con el entorno y con la comunidad • Proponer y organizar programas de recreación teniendo en cuenta los gustos • Coordinar con las demás áreas del establecimiento las necesidades de materiales para el buen éxito de la actividad 	
SALARIO: 2.500.000	CARGO:
TIPO DE CONTRATO: término indefinido	Gerente de marketing
REQUISITOS MINIMOS DE PERSONAL	
<p>PERFIL DEL PERSONAL: Generar y desarrollar estrategias que posicionen y mantengan la presencia de la empresa a nivel internacional.</p> <p>Sexo: indefinido</p> <p>Edad: 25 a 50 años</p> <p>Estado civil:</p> <p>CUALIDADES/ HABILIDADES</p>	<p>ESCOLARIDAD DESEADA:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Titulación universitaria Superior o media, preferentemente Administración de Empresas o similar - Estudios de especialización en Marketing/Venta <p>CONOCIMIENTOS BÁSICOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Los gerentes de marketing necesitan las habilidades clásicas de investigación del mercado, administración y desarrollo del producto, fijación de precios,

<ul style="list-style-type: none"> - Capacidad de análisis de información. - Liderazgo - Pensamiento estratégico - Negociación - Comunicación efectiva - Trabajo en equipo - Innovación/creatividad 	<p>negociación, comunicación, ventas y manejo de canales.</p> <ul style="list-style-type: none"> - buen conocimiento de la tecnología de la información, de dispositivos y de medios para que puedan utilizar la internet - Conocimientos de planificación de estrategias comerciales, canales de distribución, producto-mercado-competencia de su empresa. <p>EXPERIENCIA:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Desarrollo de estrategias de marketing y ventas - Conocimientos en paquete office (Excel, Word, power point)
PRINCIPALES FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> - Identificar a la competencia y a los mercados potenciales - Desarrollar e implementar estrategias y campañas de publicidad y marketing a corto y largo plazo con fines de impulsar el alcance de la marca - Gestionar y supervisar todos los aspectos de marketing ante una situación de conflicto - Cumplir con los estándares, políticas y procedimientos de la empresa 	
SALARIO:1.600.000	CARGO: Jefe de talento humano

TIPO DE CONTRATO: término indefinido	
REQUISITOS MINIMOS DEL PERSONAL	
<p>PERFIL DEL PERSONAL:</p> <p>Profesional enmarcado en las áreas de recursos humanos, psicología industrial o psicología organizacional.</p> <p>Sexo: indefinido</p> <p>Edad: 23 a 35 años</p> <p>Estado civil:</p> <p>CUALIDADES/ HABILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Liderazgo - Pensamiento estratégico - Comunicación afectiva - Compromiso y ética - Alto nivel de inteligencia emocional 	<p>ESCOLARIDAD DESEADA:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Psicología Industrial, Recursos Humanos, Ingeniería Comercial o afines. - Gestión por competencias <p>CONOCIMIENTOS BÁSICOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Control Interno - Fundamentos de Formulación y Evaluación de Proyectos - Sistema de gestión de calidad <p>EXPERIENCIA:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cinco años de experiencia en diversos puestos de RR.HH. - Amplios conocimientos en asuntos legales y administrativos - Excelentes relaciones interpersonales y capacidad de liderazgo
PRINCIPALES FUNCIONES	

- Diseñar, definir e implementar estrategias y políticas de recursos humanos de la compañía acordes con los valores corporativos y los objetivos de la empresa.
- Elaborar y supervisar el plan anual de contratación de la compañía.
- Elaborar y administrar el presupuesto anual de nómina
- Realizar y supervisar pago de nómina.
- Llevar a cabo y supervisar los procesos de selección, contratación y desvinculación de la compañía.
- Diseñar, definir e implementar normas, políticas y procedimientos a seguir por el personal.
- Monitorear y supervisar los registros de asistencia, permisos y vacaciones.

5. Componente jurídico – tributario

5.1 Determinación de la forma jurídica

Teniendo en cuenta que para la realización de nuestra idea de negocio hacemos parte de este proyecto tres integrantes, debemos determinar la forma jurídica según las disposiciones del gobierno colombiano para conformar una sociedad comercial, caracterizada por la asociación de varias personas para crear una empresa, dentro de esas opciones encontramos: Sociedad por acciones simplificada S.A.S, Sociedad limitada L.T.D.A, Sociedad anónima S.A, Sociedad colectiva, Sociedad en comandita & Cía., Sociedad cooperativa.

Luego de analizar cada una de las anteriores opciones el equipo de trabajo escogió la S.A.S. Se constituirá como una S.A.S, es decir, como una sociedad por acciones simplificadas, esta fue creada por la ley 1258 de 2008, además del decreto 2020 del 2009, basándose en la antigua ley de emprendimiento 1014 de 2006, con el fin de facilitar la apertura de compañía y empresas.

5.2 Obligaciones tributarias

Para dar cumplimiento a las obligaciones tributarias correspondientes para llevar a cabo nuestra actividad comercial identificamos las siguientes:

- Agentes de retención en la fuente a título de Renta, Iva, Ica, etc.
- Responsables del Iva en caso de realizar una actividad grada con este impuesto.
- Contribuyentes del impuesto a la renta del régimen ordinario.
- Obligados a expedir facturas.
- Reportar información exógena.
- Responsables del impuesto de industria y comercio.
- Pagar el impuesto predial.
- Llevar la contabilidad.

- Tener revisor fiscal según el monto de sus ingresos o activos.

5.3 Permisos, licencias y documentación oficial

Los permisos, licencias y documentación oficial para llevar a cabo la constitución de la empresa encontramos:

- Elaborar la minuta de la constitución de la empresa.
- Tramitar el Certificado de Homonimia en la cámara de Comercio.
- Tramitar el registro nacional de turismo (RNT)
- Elaboración de la Escritura Pública de Constitución en la Notaría Pública
- Expedición del NIT y el RUT
- Información acerca de Industria y Comercio, Avisos y Tableros, Uso de Suelo, en las respectivas dependencias de la Alcaldía.
- Tramitar la expedición del Certificado de Seguridad.
- Certificado de no usuario de Música en la Oficina de SAYCO y ACINPRO.
- Inscripción ante el Seguro Social y la EPS escogida.
- Afiliación a Caja de Compensación Familiar para cumplir con la obligación de los Aportes Parafiscales.
- Afiliación a la Administradora de Riesgos laborales. ARL.
- Crear cuenta corriente de la Empresa

5.4 Propiedad intelectual

Este proyecto debe inscribirse y registrarse para evitar inconvenientes en el transcurso del tiempo, también se debe estar pendiente del nombre y de la documentación necesaria para evitar acciones fraudulentas. Se debe proteger bien la idea hasta no realizarla

en fisco y afianzar de manera segura y bien las partes implicadas como los posibles socios e inversionistas y la financiación del proyecto.

6 Conclusiones

En este proyecto se puede concluir que es de suma importancia el conocimiento de la gastronomía estando en el sector turístico como lo requiere nuestra formación académica, todo este proceso nos enseñó la importancia de comer saludable y del bienestar que podemos generar a nuestro clientes a través de nuestra idea de negocio, podemos decir que es una gran idea, además podríamos generar inspiración para las demás personas a que conozcan más de comida saludable y se entusiasmen por la gastronomía en general, la cual tiene una extensa temática muy interesante.

Es para nosotras muy importante haber investigado y aportado conocimientos en este proyecto, porque crecimos a nivel profesional y en un futuro esto que decidimos idear se nos convertirá en grandes oportunidades en el gremio gastronómico y nuestro crecimiento como profesionales turísticas.

7. Bibliografía

DINERO, R. (21 de 02 de 2019). *DINERO*. Obtenido de DINERO:

<https://www.dinero.com/edicion-impresas/negocios/articulo/oferta-del-mercado-vegano-y-vegetariano-en-colombia/267318>

https://fontur.com.co/aym_document/aym_normatividad/2003/NTS_USNA006.pdf

<https://blog.acsendo.com/perfil-ideal-de-un-gerente-de-recursos-humanos/>

https://www.sabaneta.gov.co/files/doc_varios/10_FUN_JEFE_TALENTO_HUMANO.pdf

https://www.usac.edu.gt/empleos/archivos/216_PERFIL-Gerente-de-Marketing.pdf

<https://www.consultoresdetalento.com/x/administradorderestaurante.htm>

<https://contadormx.com/2016/08/25/10-habilidades-del-contador-publico-5-sectores-donde-puede-desempenarse/>

<https://bydelectrico.com/jefe-de-talento-humano/>

<https://www.oficinaempleo.com/blog/perfil-del-director-de-marketing/>

<https://www.tratocontrato.com/es-co/content/24-corporaciones-para-iniciar-idea-de-emprendimiento-colombia/>

<https://www.bancoldex.com/sobre-bancoldex/quienes-somos>

<https://www.cccartagena.org.co/quienes-somos/>

<https://encolombia.com/economia/economiacolombiana/emprendimiento/emprendersena/>

<http://www.citur.gov.co/directories#gsc.tab=0>

<https://www.banrep.gov.co/es/funciones>

<https://www.colombia.co/marca-colombia/quienes-somos/quienes-somos/>

<https://www.cartagena.gov.co/index.php/2016-06-28-17-13-23/quienes-somos>

https://www.bolivar.gov.co/index.php?option=com_content&view=article&id=89&Itemid=523

<https://abarrotero.com/abarroterocom/la-cadena-de-produccion-de-los-alimentos/>

<http://www.abnspain.com/noticias/el-ciclo-de-vida-de-los-alimentos>

<https://www.menuspararestaurantes.com/10-cualidades-que-debes-considerar-al-contratar-un-mesero/>

Negocio, D. (s, f de s, f de s ,f). *Destino Negocio*. Obtenido de Destino Negocio:

<https://destinonegocio.com/pe/economia-pe/consejos-para-aplicar-una-estrategia-comercial/>

Portafolio, R. (19 de septiembre de 2018). *PORTAFOLIO*. Obtenido de PORTAFOLIO:

<https://www.portafolio.co/tendencias/vegetarianismo-una-oportunidad-de-negocio-aun-no-se-explota-521227>

Sánchez, L. M. (S.F de septiembre de 2016). *Proyecto para la creación de un restaurante vegetariano en*. obtenido de proyecto para la creación de un restaurante vegetariano en: file:///C:/Users/cartagena/Pictures/Salinalina2016.pdf

8. Anexos

RESTAURANTE BY KDY-ENCUESTA

La siguiente encuesta se realiza con el objetivo de saber si las personas en Cartagena están dispuestas a alimentarse de manera saludable.

La información recogida será tratada con total confidencialidad, agradecemos de antemano su colaboración.

Dirección de correo electrónico *

Dirección de correo electrónico válida

Este formulario recopila direcciones de correo electrónico. [Cambiar la configuración](#)

Pregunta

Opción 1

Nombre: *

Texto de respuesta breve

Genero *

Masculino

Femenino

Otra...

Ocupación: *

Texto de respuesta breve

Nacionalidad: *



Texto de respuesta breve

Edad: *

- 16 - 25 años
- 26 - 35 años
- 36 - 45 años
- 46 - 55 años
- 56 años en adelante

¿Cada cuanto asiste a un restaurante vegano? *

- Mas de 3 veces a la semana
- 2 a 3 veces al mes
- 4 - 5 veces al año
- Nunca

¿ Estaría usted de acuerdo con que en un restaurante haya espacios veganos, para niños, comida típica colombiana y comidas típicas de distintos países? *

- Sí
- No
- Tal vez
- Otra...

¿ En que lugar consume comida saludable? *

- Hogar
- Restaurantes convencionales
- Restaurantes Veganos
- Otra...

¿ Crees que existen suficientes restaurantes de comida vegana en la ciudad de Cartagena de Indias? *

- Sí
- No
- No estoy seguro

¿ Cuanto estarías dispuesto a pagar por un plato vegetariano? *

- Entre 15.000 y 20.000 pesos
- Entre 21.000 y 25.000 pesos
- Entre 26.000 y 35.000 pesos