



HAMALE
salud para mi, salud para todos

RESTAURANTE HAMALE

Integrantes:

Jhon Alejandro Aguilar Reyes

María Fernanda Rodríguez Cruz

Harold Andrés Castro Santacruz

@HAMALE

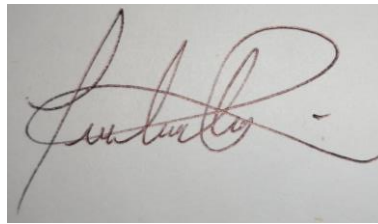


Compromisos de Autores

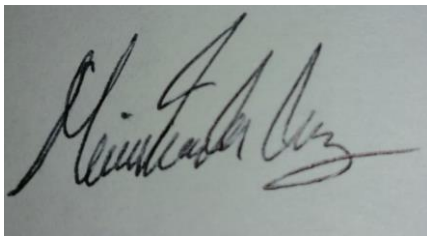
Nosotros, Jhon Alejandro Aguilar Reyes identificado con C.C 1023978648, Harold Andrés Castro Santacruz identificado con C.C 1015434550 y María Fernanda Rodríguez Cruz identificada con C.C 1000627419 estudiantes del programa Administración Turística y Hotelera declaramos que: El contenido del presente documento es un reflejo de nuestro trabajo personal y manifestamos que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, somos responsables directos legales, económicos y administrativos sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones han colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

HAROLD CASTRO S.

HAROL A. CASTRO S.



JHON A. AGUILAR R.



MARIA. F. RODRIGUEZ C.

Resumen ejecutivo

Se ha detectado que más del 52% de la población Colombiana sufre de sobrepeso por la mala alimentación, por la facilidad de consumir comidas rápidas que contienen grandes cantidades de grasa trans y saturada que son perjudiciales para la salud.

El proyecto consiste en construir y abrir un restaurante HAMALE, que sirva alimentos saludables y libres de grasa trans y saturada, con un nivel óptimo de ingesantes en cada plato. Así mismo dando a conocer la carta de nutrición de cada plato y los clientes puedan saber que van a consumir. Ubicado en Bogotá D.C más exactamente en la localidad de Fontibón.

Llevándolo a cabo estudiantes de la CUN, Alejandro Aguilar, Harold Castro y María Fernanda Rodríguez y sabemos que tendrá éxito por la dedicación y conocimiento obtenido en el presente informe.

Introducción

Una vida saludable depende mucho de la alimentación y se debe promover desde la infancia ya que aquí es donde la persona aprende los hábitos fundamentales para la nutrición de aquí se dan Los efectos positivos o negativos de la alimentación que tendrán repercusión, tarde o temprano, en la salud.

El Restaurante HAMALE es una idea de negocio que se preocupa no solo por brindar una calidad de servicio y un plato servido si no que buscar brindar salud y nutrición en Colombia mediante la alimentación de las personas, ya que hay una tasa alta del 52% de la población que sufre enfermedades como la obesidad, desnutrición, diabetes, bulimia. Anorexia y problemas cardiovasculares ocasionados por la mala alimentación y exceso de comidas chatarras que ofrece el mercado.

Además aprovechamos que las personas buscan actualmente comer saludable pero por motivos de tiempo, una vida acelerada, costos y que no hay oferta de comidas saludables, con esto el restaurante HAMALE busca satisfacer la necesidad del cliente implementado una carta donde los platos sean fuente nutricional para los comensales y con esto busca erradicar un gran porcentaje de las diferentes enfermedades ocasionada por la mala alimentación. Con esta idea queremos capacitar y dar a entender la importancia de la nutrición a la hora de alimentarse y al mismo tiempo erradicar el mito de que un plato saludable, orgánico y con bajas calorías no es agradable o de buen sabor para las personas, queremos impactar ofreciendo buen sabor y buena presentación del mismo, ya que “el sabor entra por los ojos”. Queremos un cambio en las personas de todas las edades ya que la mala alimentación se dan en todas la etapas de la vida, el restaurante HAMALE busca contribuir de manera saludable y eficaz con una dieta balanceada y muy rica en sabores.

Objetivo general

Implementar un modelo de gestión orientado a la optimización de los recursos en los procesos de producción y servicio de alimentos y bebidas que responda a estándares de calidad sectorial, institucional y de cliente. En la ciudad de Bogotá D.C localidad de Fontibón.

Objetivos específicos

1. Construir una empresa con bases fundamentales en el desarrollo sostenible y encaminado a nuestra carrera (Administración Turística y Hotelera.)
2. Llevar a cabo los conocimientos aprendidos en la materia de Creación de empresas, dando a conocer y construyendo HAMALE.
3. Diagnosticar las actividades de producción y servicio en establecimientos de alimentos y bebidas.
4. Determinar los flujos de procesos de producción y servicio de alimentos y bebidas conforme a pronósticos de ventas.
5. Evaluar la implementación de los procesos de producción de alimentos, las técnicas de atención y servicio al cliente.
6. Estandarizar los procesos de producción de alimentos, las técnicas de atención y servicio al cliente.
7. Aplicar los procedimientos de producción de alimentos, las técnicas de atención y servicio al cliente.

Palabras de Éxito:

1. Construir
2. Aprender
3. Perseverancia
4. Constancia
5. Éxito
6. Equipo
7. Unidad
8. Liderazgo
9. Actitud
10. Apoyo
11. Innovación

Análisis del entorno y contexto de la idea de negocio

Problemáticas:

- Según cifras de la última Encuesta Nacional de Salud, realizada en 2015, el 52% de los colombianos tiene sobrepeso u obesidad. Además, uno de cada cinco colombianos padece esta enfermedad.
- En Colombia, el 60% de la población adulta tiene malas costumbres a la hora de alimentarse.
- Ciudadanos colombianos con problemas vasculares, enfermedades coronarias y diabetes tipo II
- En la actualidad los problemas de mala alimentación y nutrición en Colombia puede afectar a toda la población a nivel nacional, con un incremento significativo en hombres y mujeres de 18 a 24 años en las regiones de Bogotá y la costa caribe, estandarizado en los estratos bajos.

Objetivos de desarrollo sostenible

1. Servir alimentos bajos en grasas trans y saturadas, con buena presentación y atención al cliente, con ingredientes frescos y una preparación a base de cocción y no freír.
2. Construir una carta alimentaria para los clientes donde se evidencie la información nutricional del plato y a su vez los ingredientes del cual está conformado el platillo. También su método de preparación para garantizar al cliente un producto saludable y libre de grasas.

3. Queremos construir y llevar a cabo un restaurante donde la comida sea saludable y deliciosa para que los comensales tengan la opción de disfrutar un buen plato y a su vez cuidarse nutricionalmente, para mitigar los problemas nutricionales que genera una mala dieta o alimentación.

Teorías del valor compartido

La creación de este negocio consta no solo de ofrecer un servicio de restaurante saludable mata mitigar el sobrepeso del país, también se quiere contribuir al entorno y sociedad de nuestros clientes y también personas de vulnerabilidad.

Se pretende crear una estrategia de pago por mí y por otro. La cual consta en que el cliente al pedir un plato específico al pagar tiene la opción de dar un abono mayor el cual se utilizara para dar platillos a gente de vulnerabilidad o en situación de calle.

Promover dietas y estilos de vida saludable mediante concursos anuales de actividad física y por medio de redes sociales evidenciar el cambio de alimentación de las personas. Educar a los niños que lleguen a nuestro establecimiento dando a conocer y practicando la buena nutrición, generando un estilo de vida saludable desde la niñez.

Todo encaminado a la sostenibilidad ambiental, con utensilios lavables si se come en el establecimiento y si es para llevar en cajas o empaque de cartón para no utilizar plástico.

Tecnologías disruptivas

El auge actual por una vida saludable es grande, pero no todas las personas tienen el tiempo, presupuesto o conocimiento como llevarlo a cabo, por eso HAMALE crea una línea de snacks saludables y bajos de grasas trans y azúcares, con buen sabor y a un precio económico, al lado de profesionales que lleven a cabo el proceso de cada persona ayudándole a tener una dieta que más le favorezca.

Análisis del sector económico

Tabla N° 1 Análisis PESTEL

P Político	E Económico	S Socio cultural	T Tecnológico	E Ecológico	L Legal
Según el CONPES Social 113 de 2008, la Seguridad Alimentaria Nacional se refiere a la disponibilidad suficiente y	La industria alimentaria en Colombia mueve importantes cifras en la economía del país; según Juan Gabriel	De acuerdo con información de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación, FAO, uno de cada nueve	Las empresas más avanzadas también procuran utilizar los últimos avances en las plantas que construyen. Yo	La economía verde que es como comúnmente se ha denominado al crecimiento que mejora y	LEY 1355 DE 2009 -LEY DE OBESIDAD: Define a la Comisión Intersectorial de Seguridad Alimentaria y Nutricional -

<p>estable de alimentos, el acceso y el consumo oportuno y permanente de los mismos en cantidad, calidad e inocuidad por parte de todas las personas, bajo condiciones que permitan su adecuada utilización biológica, para llevar una vida saludable y activa.</p>	<p>Pérez, director ejecutivo de Invest in Bogotá, “el sector de alimentos y bebidas alcanzó ventas por 13.200 millones de dólares en 2017 y tuvo más presentación en las industrias de molinería, panadería y repostería, con un 31%, seguido de los lácteos, harinas, confitería,</p>	<p>seres humanos en el planeta no está siendo bien alimentado o no recibe la suficiente cantidad de alimentos y de buena calidad que les permita desarrollarse a lo largo de su vida.</p>	<p>creo que en dulces, confitería, chocolatería, salsas y aderezos existes muchas novedades y buena incorporación de tecnología, pensando en las plantas y procesos productivos de los últimos años</p>	<p>optimiza procesos para asegurar la mejor utilización de los recursos finitos, en los cuales la disposición de éstos debe verse reflejado en el bienestar de las personas y en la existencia de oportunidades generalizadas para las</p>	<p>CISAN, como la máxima autoridad rectora de la Seguridad Alimentaria y Nutricional en Colombia, establece sus integrantes y funciones.</p> <p>DECRETO 2055 DE 2009: Crea la CISAN, se definen sus integrantes, funciones, funcionamiento o de la secretaría</p>
---	--	---	---	--	---

	snacks, frutas, legumbres, aceites, salsas, cárnicos, helados y postres”.			generaciones presentes y futuras.	técnica, actividades de la misma y periodicidad de reuniones, entre otros.
--	--	--	--	---	---

Problema

Los restaurantes no incorporan en su menú comida saludables, además que las personas no saben preparar estas comidas ni tampoco como llevar una dieta balanceada y en algunos casos las personas no saben la importancia de la nutrición y esto provoca muchas enfermedades en las personas como problemas vasculares, obesidad, hipertensión, diabetes, desnutrición y trastornos de alimentación.

Necesidad

La necesidad brindar a los clientes la forma de comer y cuidar la salud al mismo tiempo. Hoy en día las personas buscan la forma de comer saludable y hay preocupación por la nutrición de los alimentos que ingieren en diferentes sitios, ya que la mayoría por vivir una vida acelerada o para ahorrar tiempo, no tienen suficiente tiempo para cocinar. y el mercado no nos brindan alimentos bajos en grasa o alimentos saludables para el beneficio de los clientes, ya que lo que brinda el mercado son comidas rápidas y saturadas en grasas, lo que perjudica a los clientes y

esto lleva a ocasionar muchas enfermedades por la mala alimentación y en algunos casos las personas no tiene información suficiente sobre la importancia de la nutrición en la alimentación.

Oportunidad

Hay un nicho grande de mercado ya que el 52% de la población colombiana sufre de obesidad, desnutrición, diabetes, bulimia. Anorexia y problemas cardiovasculares ocasionados por la mala alimentación y exceso de comidas chatarras que ofrece el mercado, además En Colombia, según la última encuesta de situación nutricional (ENSIN 2010) 1 de cada 6 niños y adolescentes presenta obesidad y sobrepeso, y se calcula que tan solo el 5% de estos casos responden a factores hereditarios o genéticos, el resto obedece a hábitos de alimentación inadecuados, esto representa una buena oportunidad ya que Las personas van a necesitar comer siempre sin importar qué, y ahora como finalmente comenzaron a preocuparse un poco más por su salud, la mayoría está buscando un lugar donde puedan comer algo delicioso, que sea sano y que se adapte a su presupuesto. Nuestro restaurante HAMALE brindara un menú saludable donde nuestros clientes pueden escoger, además de ser saludable es 100% delicioso y tiene un impacto a las personas vulnerables ya que nuestros clientes por la compra de un plato específico se obsequiara un bono para hacer asequible un platillo para las personas con vulnerabilidad.

Tabla N° 2 Evaluación

criterio	problema 1	problema 2	problema 3
	necesidades	retos	Oportunidades
Conocimiento o experiencia	4	4	5
Asesoramiento de un experto (si se requiere, ¿lo tenemos?)	4	4	3
Alcance (técnico ¿tenemos las herramientas?, ¿podemos desplazarnos para evaluar el problema?, ¿tenemos acceso a la información/ datos/ cifras? ¿Puedo darle alguna solución?)	5	5	5
tiempo (posible solución)	4	3	3
Costos (posible solución)	5	5	5
Impacto ¿es trascendental? ¿Representa un desafío para ustedes?	1	1	4
¿Qué tanto les llamaría la atención el desarrollo del problema?	4	4	3

total	27	26	28
criterio	problema 1	problema 2	problema 3
	necesidades	retos	Oportunidades
Conocimiento o experiencia	4	4	5
Asesoramiento de un experto (si se requiere, ¿lo tenemos?)	4	4	3
Alcance (técnico ¿tenemos las herramientas?, ¿podemos desplazarnos para evaluar el problema?, ¿tenemos acceso a la información/ datos/ cifras? ¿Puedo darle alguna solución?)	5	5	5
tiempo (posible solución)	4	3	3
Costos (posible solución)	5	5	5
Impacto ¿es trascendental? ¿Representa un desafío para ustedes?	1	1	4
	4	4	3

¿Qué tanto les llamaría la atención el desarrollo del problema?			
total	27	26	28

Qué problema afecta a la comunidad, clientes y entorno

Más de la mitad de los adultos colombianos entre 18 y 64 años (56 por ciento) tiene sobrepeso u obesidad. La desnutrición crónica en la primera infancia (0 a 4 años) se ubicó en el 10 por ciento. Y más de la mitad de los hogares no tienen acceso suficiente, adecuado y de calidad a los alimentos necesarios para una vida saludable y activa en todos sus integrantes. Estas son algunas de las conclusiones de la Encuesta Nacional de Situación Nutricional), que dio a conocer este martes el ministro de Salud.

Causas de la mala nutrición

La mala nutrición es uno de los grandes problemas de la vida moderna, debido a las prisas y a los horarios complicados se ha generado que la comida chatarra gane terreno y su exceso en grasas saturadas, sal y calorías, puedan dañar nuestra salud.

Si no tenemos una dieta balanceada y equilibrada, que contemple todas nuestras necesidades de nutrientes, vitaminas y fibras, entonces estamos hablando de una mala alimentación, la cual puede disminuir la respuesta del sistema inmunológico, alterar el desarrollo físico y mental e incrementar la vulnerabilidad a las enfermedades.

Efectos

La mala nutrición es la causa de varias enfermedades como la diabetes, obesidad, enfermedades cardiovasculares son consecuencia de una mala nutrición. El restaurante HAMALE va ofrecer comida saludable y deliciosa para que los comensales tengan la opción de disfrutar un buen plato y a su vez cuidarse nutricionalmente, para mitigar los problemas nutricionales que genera una mala dieta o alimentación

Árbol de problemas y objetivos

Pregunta problema

¿Implementar platos saludables con el fin de mostrar la importancia del cuidado y nutrición a las personas de Colombia para evitar diferentes enfermedades que en algunos casos provocan la muerte?

Árbol de objetivos

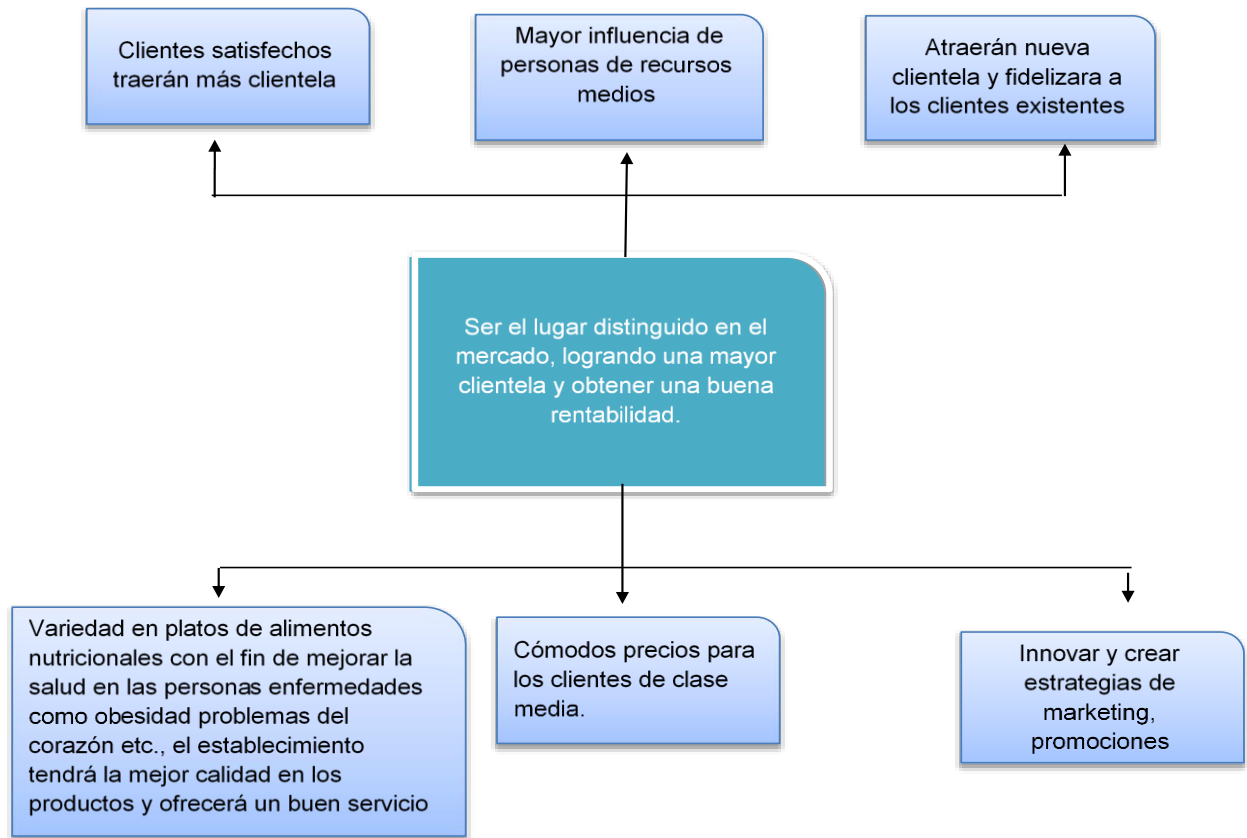
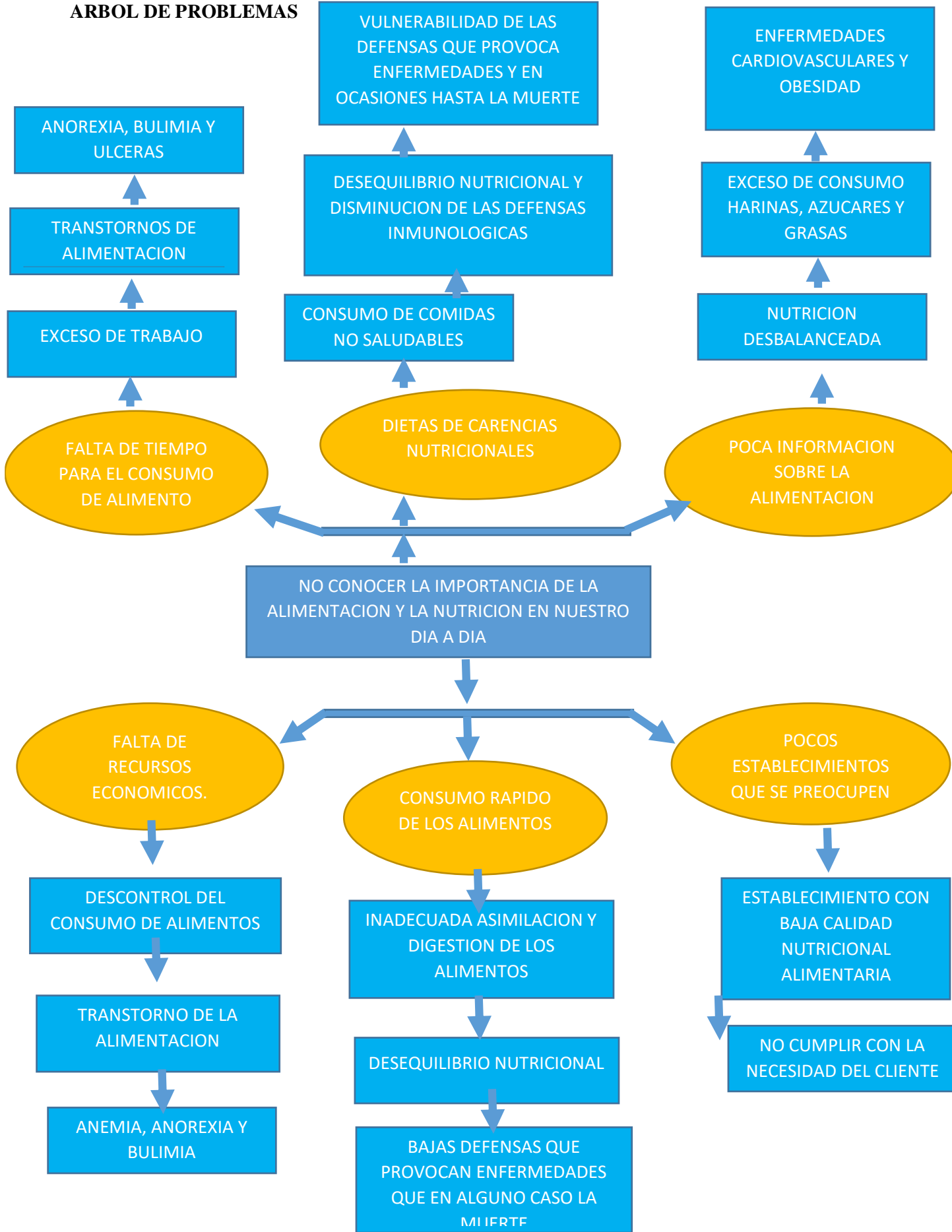


Gráfico N°1 Árbol de objetivos

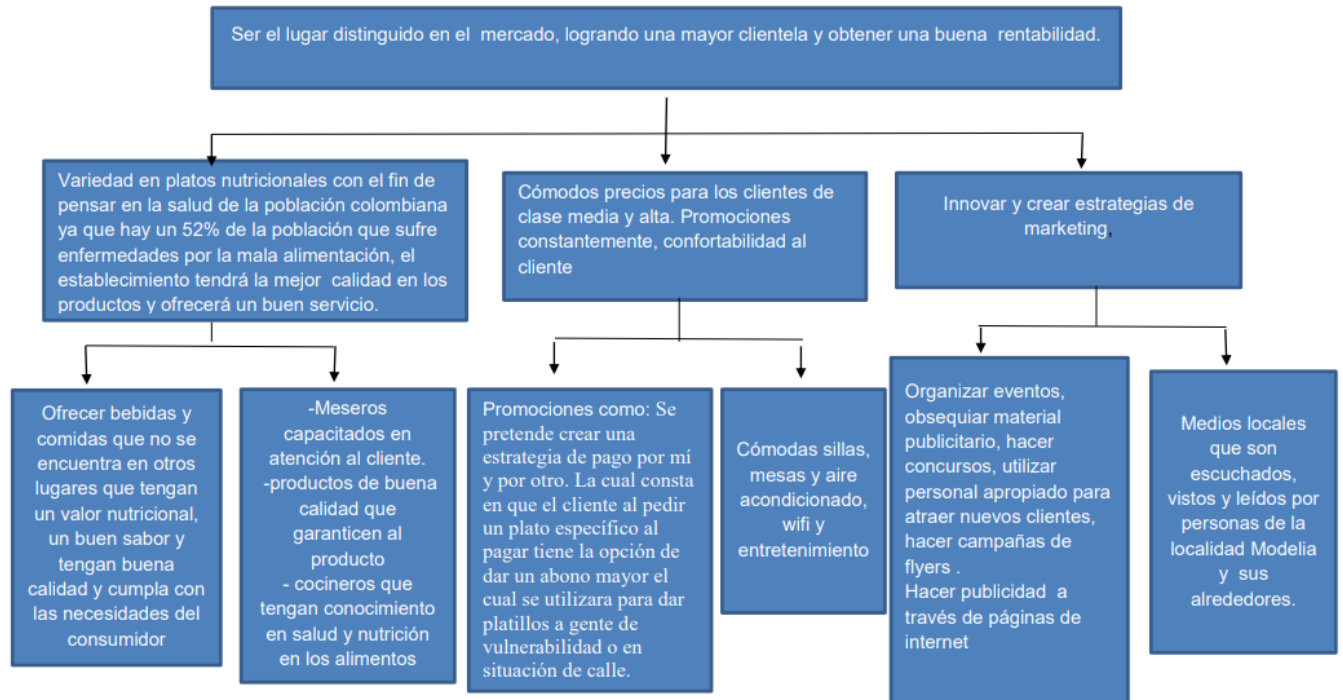
Gráfico N°2 árbol de problemas

ARBOL DE PROBLEMAS



Árbol de alternativas

Grafica N°3 Árbol de alternativas



Descripción de la idea de negocio

INTERES/DISPOSICIÓN AFIRMACIONES	ESCALA DE VALORACIÓN				
	(F)				(V)
<input type="checkbox"/> La idea de Negocio que tengo se ajusta a lo que yo siempre he querido hacer.	1	2	3	4	5
<input type="checkbox"/> No me incomodaría decir a otros que me dedico a esta actividad.	1	2	3	4	5

<input type="checkbox"/> Estoy dispuesto a dedicar el tiempo que sea necesario para desarrollar el negocio.	1	2	3	4	5
<input type="checkbox"/> Considero que en seis (6) meses puedo tener el negocio funcionando.	1	3	3	4	5
N° TOTAL DE AFIRMACIONES VALORADAS EN:	0	0	1	1	2

	A		B
Total de afirmaciones valoradas en 1:	0	X X X X X	1
Total de afirmaciones valoradas en 2:	0		2
Total de afirmaciones valoradas en 3:	1		3
Total de afirmaciones valoradas en 4:	1		4
Total de afirmaciones valoradas en 5:	2		5

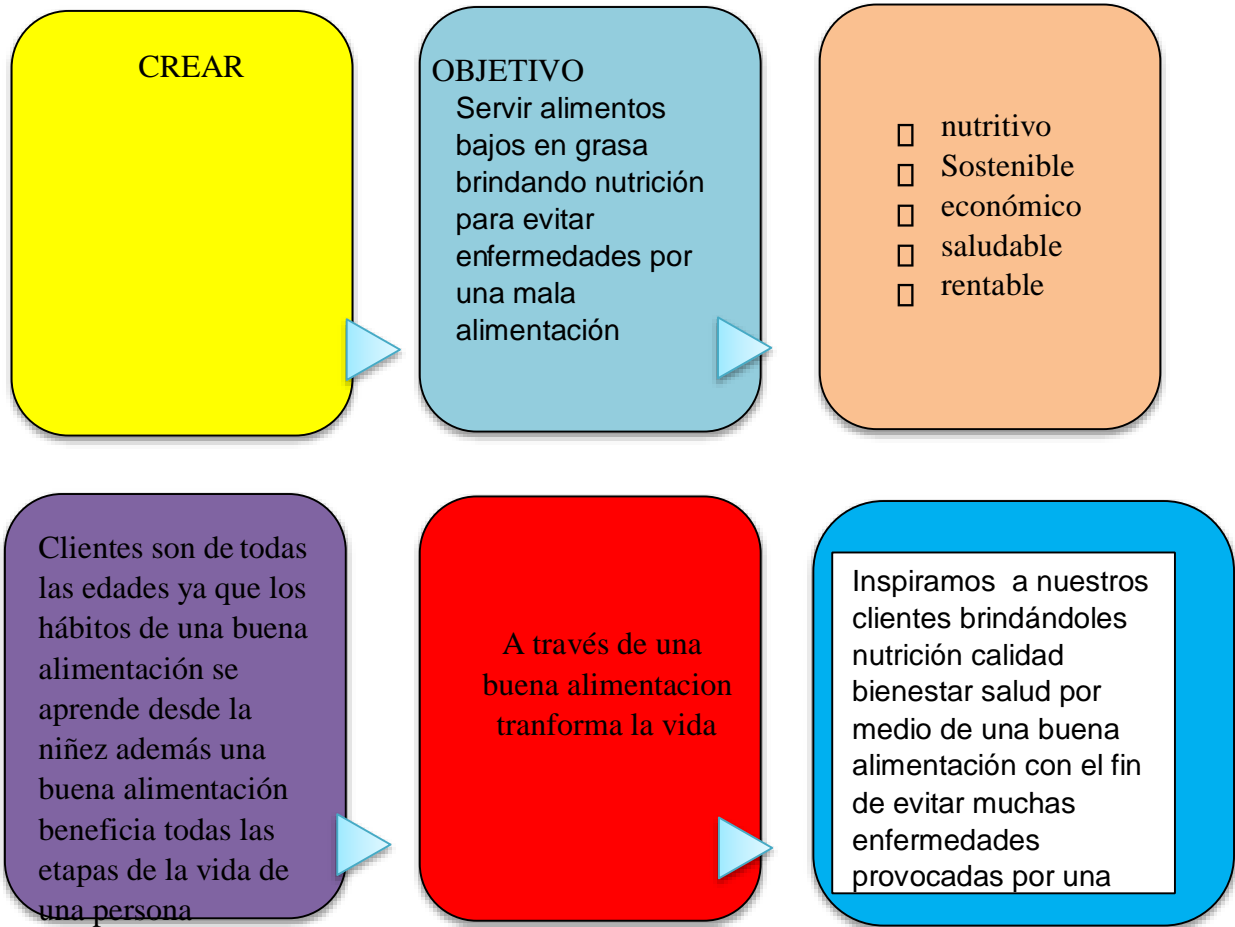


C
0
0
3
4
10

PUNTAJE TOTAL

17

¿Cuál es el producto o servicio?	Restaurante de comida sana y saludable
¿Quién es el cliente potencial?	Nuestros clientes potenciales son todas las personas que busquen nutrición, calidad y sabor a la hora de alimentarse para evitar cualquier enfermedad provocada por una mala alimentación.
¿Cuál es la necesidad?	Es brindar a los clientes la forma de comer y cuidar la salud al mismo tiempo.
¿Cómo funciona el producto o servicio?	Nuestro producto se enfoca en brindar nutrición a la hora de tomar los alimentos con el objetivo fundamental de prevenir enfermedades con el fin de influenciar positivamente en la calidad de la vida de las personas
¿Por qué lo preferirían?	Por qué nuestros productos brindan calidad, nutrición, bienestar y salud para satisfacer la necesidad de los clientes con el fin de ofrecer una buena alimentación para todos los colombianos



Conclusión grafica

Concluimos que nosotros como empresa brindamos alimentos que permitan tener la mayor salubridad para nuestros clientes ya que no todos los cuerpos son iguales ni el cliente es el mismo puede haber niños, adultos y personas adultas y por lo mismo brindamos la oportunidad de que cada uno de nuestros clientes cambie su alimentación y sea más saludable así mismo podemos cambiar la vida de muchas personas que no se asesora o no toma las decisiones correctas para su salud.

Innovación

Variable	Descripción de la innovación.
Servicio	El servicio innovador que va a ofrecer HAMALE, servicio a domicilio en la cobertura de Bogotá, con facilidad de pago online a través de la aplicación o página web de HAMALE, para garantizar que el pedido que se le entrega es el mismo que pidió, cada pedido tendrá un código QR, el cual lo podrá escanear y saldrá la información de su pedido y el valor. Al igual una tabla nutricional de que va a consumir y las respectivas porciones.
Mercadeo	Tendrá forma de comercializar directa, en el restaurante y por domicilio a través de la página web o aplicación.
Proceso	La parte innovadora es el código QR, que levara cada pedido para garantizarle al cliente una experiencia favorable y así mismo la información de su pedido (Nutricionalmente y Económicamente).

Fuerzas de la industria

Nombre de la empresa: RESTAURANTE HAMALE

Actividad económica: Tomando la descripción de idea de negocio, nos dimos cuenta que nuestro tipo de Mercado es indiferenciado, ya que nuestros productos van dirigidos a una gran variedad de clientes y no a un grupo específico. En otras palabras, no estaremos centrados únicamente en un segmento de la población si no, a todos los segmentos de la misma población,

en la cual pueden ser hombres, mujeres, jóvenes, adultos, casados, solteros, católicos, cristianos, universitarios, profesionales y niños ya que nuestra actividad económica se basa en poner en marcha HAMALE un restaurante de comida saludable con el fin de beneficiar al 52% de la población colombiana, sufre de obesidad, desnutrición, diabetes, bulimia. Anorexia y problemas cardiovasculares ocasionados por la mala alimentación y exceso de comidas chatarras que ofrece el mercado

Ubicación: es un factor importante que involucra en el proceso de compra del consumidor, ya que una buena ubicación del establecimiento hará que el índice de circulación sea más efectiva. Por tal motivo nuestro equipo de proyecto al realizar el estudio de campo en la localidad de Fontibón en la zona rosa de Modelia, pudimos observar que es una zona donde hay un alto tráfico de personas, con avenidas de fácil acceso, con facilidad de medio de transporte, un parqueadero amplio para la acogida de nuestros clientes, es una zona que existe mucho comercio.

Localización geográfica y demográfica

Localidad Fontibón – Bogotá



Localizacion

- País Colombia
- Ciudad Bogotá
- Se subdivide: 8 UPZ
- Localidad número nueve
- El establecimiento bar temático estará ubicado en Modelia- Localidad Fontibón
- Calle 24d carrera 80^a-22
- Estrato 4

Se encuentra ubicada al noroccidente de la ciudad. Su extensión es de 3.327,2 hectáreas, representando el 3.9% del Distrito. Limita al norte con la Avenida El Dorado, con la localidad de Engativá; al Sur con el Río Fucha, con la localidad de Kennedy; al oriente con la Avenida 68, con las localidades de Teusaquillo y Puente Aranda y al occidente con el Río Bogotá, con el municipio de Mosquera (Cundinamarca). Está dividida en 8 UPZ (Unidades de Planeación Zonal): (75) Fontibón Centro, (76) San Pablo, (77) Zona Franca, (110) Ciudad Salitre Occidental, (112) Granjas de Techo, (114) Modelia, (115) Capellanía y (117) Aeropuerto El Dorado. Además de los ríos Bogotá y Fucha, en Fontibón se encuentran los humedales, Capellanía y Meandro del Hay que contienen gran parte de la biodiversidad del Distrito Capital. Fontibón es un importante centro industrial y comercial, así como un importante centro de transportes. Se encuentran el Aeropuerto Internacional El Dorado y la Terminal de Transportes de Bogotá. Así mismo se encuentran importantes fábricas y bodegas, incluyendo la Zona Franca de Bogotá.

Características importantes en el análisis de la demanda

El crecimiento es necesario para generar más ingresos, pero también, sobre todo, para sobrevivir a los ataques de la competencia y del mercado. Este crecimiento se puede dar mediante distintas estrategias, las cuales nos van a generar una ventaja competitiva, en la cual nuestro producto y establecimiento será diferente.

- Crecimiento intensivo: Esta estrategia de crecimiento nos ayudará a mejorar los resultados a partir de nuevas oportunidades.
- Crecimiento integrado: Esta estrategia busca un mayor control o la propiedad de sus proveedores, distribuidores y competidores, que ayudaran a disminuir las amenazas de nuestro entorno.
- Crecimiento diversificado: Con este crecimiento encontraremos buenas oportunidades fuera de los productos actuales.

Teniendo en cuenta el análisis de mercado, que hemos estado realizando, nos encontramos en un mercado existente, con nuevos productos y de esta manera, adaptaremos el desarrollo de producto, acompañado de diversificación concéntrica, ya que no solo ofreceremos un producto existente, si no que brindaremos nutrición, salud y sabor en nuestros productos.

Diagnóstico de mercado

Este análisis nos ayudará a determinar las características de nuestro mercado objetivo, en la cual nos permitirá conocer la situación actual de todos los aspectos que involucran en un análisis de mercado, tales como: demanda, oferta, gustos, tendencias, precios, competencia y entre otros. De esta manera incorporaremos la investigación y el estudio como elementos de mercado, que

nos ayudara a identificar la viabilidad, teniendo en cuenta nuestras variables internas y externas en la cual podremos incursionar en nuestro proyecto.

Estudio de mercado

Es una actividad fundamental que tiene como fin, medir la viabilidad o la rentabilidad de nuestra idea de negocio, recolectando y analizando datos e información de los posibles clientes, competidores y el mercado general, en la cual nos ayudara a formular un buen plan de negocio antes de salir al mercado y por ende no entrar a “ciegas” al mercado competitivo, y así elaborar un listado de objetivos en cual plantearemos que tipos de estrategias serán las adecuadas para poner en marcha nuestro establecimiento.

Análisis de demanda:

Uno de los principales aspectos que tuvimos en cuenta para incursionar nuestra idea de negocio, es la gran demanda que existe en el campo de alimentos y bebidas, ya que una buena bebida y una buena comida siempre será una necesidad primordial por parte del consumidor que ha llevado a este sector al éxito en crecimiento comercial, en la cual existe una gran competitividad en este mercado. El gusto y los deseos han sido los factores punto fuerte para el análisis de la demanda, ya que la diversión, el esparcimiento, el compartir y el de conocer nuevas experiencias han sido punto clave para determinación en la creación de HAMALE un restaurante de comida saludable diferente en la localidad de Fontibón en la zona rosa de Modelia que beneficia a las personas que llevan un mal habito alimenticio o que sufre enfermedades ocasionadas por una mala alimentación como obesidad, problemas cardiacos, anorexia, hipertensión etc. O personas que simplemente quieren llevar una vida saludable y por aceleración

en el vivir diario no pueden cocinar y el mercado no les ofrece ni cumple con la necesidad del cliente.

Análisis de oferta:

La iniciativa de la puesta en marcha del restaurante HAMALE, se generó con el fin de brindar diferentes alternativas en cuanto a productos y servicios en un mismo lugar, debido a que en el sector de Modelia – Fontibón, no existe un establecimiento que reúna todas estas características para satisfacer las necesidades del cliente. Permitiendo atraer por medio de reconocimiento y publicidad a colombianos y extranjeros que quieren ver el lado positivo del país. La creación del restaurante HAMALE con identidad latina, tiene un impacto social y ambiental positivo para el sector, puesto que se pretende alcanzar un alto porcentaje de participación en los restaurantes de la ciudad y por ende Modelia aumenta su actual reconocimiento. Ofreceremos nuestra línea de productos en la cual busca satisfacer las necesidades, gustos, nutrición, salud y deseos de nuestros clientes y a su vez incrementar las ventas propuestas para nuestra proyección de mercado.

Análisis de precio:

De la interacción de oferta y demanda, conduce a la formación de los precios, en la cual en nuestro mercado la demanda está satisfecha por la gran competitividad que existe hoy en día en el sector de alimentos y bebidas, por lo cual los consumidores tienen la facilidad de encontrar un sitio que buscan satisfacer su tipo de necesidad como también el gusto y el deseo.

El precio es uno de los factores primordiales a la hora de buscar que nuestra oferta cumpla con la demanda exigida, aparte de ofrecer productos innovadores y un servicio eficiente, el

precio no puede ser un obstáculo para que los futuros clientes no decidan ingresar al establecimiento y por ende no consumir nuestros productos. Por tal motivo, la viabilidad eficaz para alcanzar uno de nuestros objetivos que es tener una participación constante en el mercado, es que nuestros precios no serán elevados, para generar mayor rentabilidad en la cual puedan responder a la estructura de los costos de la empresa, más la expectativa de margen de beneficio para nuestro establecimiento.

Perfil de clientes externos:

- El barrio Modelia ubicado en la localidad de Fontibón en la ciudad de Bogotá D.C. cuenta con una población de 30000 habitantes. Al tratarse de un barrio tan extenso, el tipo de vivienda es variado. Predominan, sin embargo, la unifamiliar, la bifamiliar y la propiedad horizontal tanto de casas como apartamentos.
- En cuanto en la actividad económica, Se estima que cerca del 40% de los habitantes son pensionados de diversas entidades, de hecho, el barrio tiene una presencia fuerte de adultos mayores. El nivel de escolaridad que predomina es el bachiller. El desempleo es bajo. En general, el nivel de vida es alto y gran parte de la población económicamente activa es independiente. El comercio ha ido extendiéndose cada vez más, especialmente sobre la carrera 75 y la Avenida Luis Carlos Galán. Los negocios más comunes son supermercados y mini mercados, restaurantes, comidas rápidas, misceláneas, panaderías, almacenes de ropa y bares.
- El tamaño del mercado para el proyecto HAMALE es de 90.900 personas de estratos 3 y 4, donde se proyectó un flujo de personas mensuales es de 20.880 que visitan restaurante y establecimientos de comidas rápidas de esta zona.

- De acuerdo a esta información se espera que los clientes que transcurrirán el restaurante sean niños, hombres y mujeres entre un rango de edad de los 8 a 50 años, estudiantes y empresarios.
- Que su intención sea disfrutar de nuestros productos, acompañados de una buena música y, ¿porque no?, tener conocimientos o ampliarlos acerca de este campo laboral.

Perfil clientes internos:

- Serán personas que estén dispuestas a capacitarse constantemente para mejorar la calidad de servicio.
- El administrador estará en un rango de edad entre los 26 y 45 años, con conocimiento en administración, finanzas, idiomas, servicio al cliente y conocimientos básicos en cocina.
- El cajero será una persona entre la edad de los 25 a 35 años, capacitada en contaduría, finanzas y dispuesto a aprender lo que requiere el establecimiento en servicio.
- El contador será una persona entre los 35 y 50 años con estudios contabilidad y finanzas, conocimientos en sistemas y con experiencia laboral de 1 año.
- Los meseros serán hombres y mujeres entre los 20 y 40 años, con capacidad de trabajo en equipo, servicio al cliente, conocimientos en el área del bar y la cocina.
- También daremos prioridad a los pasantes del Sena para reforzar sus conocimientos y generar empleo.
- Los cocineros (as), será una persona entre los 25 y 40 años de edad con una experiencia mínima de 1 año, capaz de trabajar en equipo. }

Análisis de la oferta

Competidor	Producto	Precio	Servicio (Ventaja competitiva)	Ubicación
restaurante avocado	Comida saludable	Varía entre \$10000 y \$22000 pesos	Buen sabor variedad de platos, aunque no tiene un excelente servicio	Cll.23g # 74ª-32
Parrilla como en casa	Comida parrilla poco saludable	Varia entre los \$15000 y \$50000 pesos	Buena atención, gran variedad de plato y precios, aunque falla en algunos platos el sabor	Cll. 25g #73ª-29 Modelia
restaurante bistecca e vino	Comida saludable de alta calidad	Precios varían entre \$16000 a \$60000 pesos	Buena atención al cliente productos de calidad variedad de platos cuenta con domicilio en todo Bogotá	Modelia

Propuesta de valor

La idea es ofrecer comida rica pero saludable. A las personas le gusta mucho comer hot dog, hamburguesas y todo tipo de comida chatarra ¡ya que es deliciosa! La idea de HAMALE es que no se tenga que escoger sino comer rico y sano. Con el fin de brindar nutrición y sabor a las personas que necesitan un cambio en hábito de los alimentos que consumen con este fin de evitar las diferentes enfermedades que ocasionan una mala alimentación.

Proveedores

La selección de proveedores permite establecer relaciones sustentables de mediano y largo plazo que impulse al crecimiento de nuestro establecimiento, al decidir los posibles proveedores, estudiaremos varios factores en la cual nos darán la seguridad de adquirir productos y materias primas a mejor precio sin que afecte la calidad:

- Mantenga un sistema de gestión de calidad de acuerdo con la norma ISO 9001:2000 estas normas deben funcionar en conjunto para asegurar la calidad de los bienes y servicios que produce nuestros proveedores.
- Facilidad de adquirir la mayoría de materias primas que necesitamos para la elaboración de nuestros productos y de esta manera la marca será de nuestra prioridad.
- Deben tener catálogos organizados en la cual nosotros podremos detallar y estudiar su línea de productos, precios, características, entre otros.
- Que nuestros proveedores cumplan con las fechas de entrega de los productos, nos den garantía de los productos, para cambio a devolución por fallas.
- Para nuestros proveedores de bebidas solicitaríamos, capacitaciones para el personal de trabajo de la marca que nos están suministrando.

- Que traigan la mercancía completa, con su etiqueta correspondiente, su envase sellado, fecha de vencimiento, que este estipulada a largo plazo, así mismo nos ayuden a promocionar por medio de publicidad.
- Nos deben brindar una buena información del producto que, por compras altas, de esta manera nos den promociones y nos ayuden hacer eventos para patrocinar la marca.

Que cumplan con la NTS-USNA 007 Al observar los productos cumplan con las características de color, olor, textura, temperatura de llegada, empaque y etiquetado. Además de verificar esas características, se debe medir y registrar su temperatura a aquellos productos que vienen refrigerados o congelados, los cuales deben venir máximo a 4 °C y a menos 18 °C respectivamente.

Línea de productos– Proveedores

Alimentos

Proveedor	Tipo de alimento	Producto
Jai-Mar Ltda. (Corabastos)	Frutas	Uvas pasas
Agrosierra (corabastos)		Cerezas en tarro
Green & fresh (corabastos)		Limón
		Naranja
		Piña
		Lulo
		Uvas
	Mora	

		Fresa Maracuyá coco Aguacate
Manitoba	Frutos secos	Maní Maní molido Nuez moscada
Agrosierra (corabastos) Jai-Mar Ltda.(corabastos)	Condimentos (hierbas)	Hierbabuena Cilantro Romero Tomillo Laurel Perejil Sal Azúcar Canela molida Pimienta Ají pepinillos
Agrosierra (corabastos)	Tubérculos	Papa criolla
Farmfrites	Empacados	Yuca Plátano Papa a la francesa

Agrosierra (corabastos) Jai-Mar Ltda.(corabastos)	Verduras	Pimentón tomate Cebolla cabezona Cebolla larga Lechuga Batavia
Colanta	Lácteos	Leche entera Leche deslactosada Crema de leche Queso parmesano Queso doble crema mantequilla
Nestlé	Lácteos	Leche condensada Crema de chocolate
Fruco Grumman	Salsas	Salsa de tomate Mayonesa Mostaza
Agrosierra (corabastos) Jai-Mar Ltda.(corabastos)	Productos canasta	Aceite de oliva Fritica (galón) Vinagre Huevos Harina de trigo Huevos de codorniz
Taconacho	empacados	Paquete de nachos

Carnes frías Berna	Carnes	Carne de res
Carnes sauces		Costillas de cerdo chorizos
Megachorizoscarnesfrías	Carnes	
Mac pollo y	Pollo	Pechuga
Carnes Finas - Ganadero		Alas

Productos desechables

Proveedor	Categoría	Producto
Megamarcas y Darnel	Vasos	Vasos plásticos transparentes Tapas para vasos transparentes
	Icopor	Bandejas de icopor Portacomida C1 Portacomida P1
	Manipulación alimentos	Cubiertos desechables Gorros Guantes Tapa boca
	Herramientas de uso	Pitillos y mezcladores Palillos
	Empaques	Papel aluminio

Vinipel 100m Bolsas de papel

Productos de aseo:

Proveedor	Categoría	Producto
Químicos	Desinfectantes	Berbac - Desinfectante frutas y
Biodegradables		verduras - W-50 y W-36
	Desengrasantes	Multiusos
		Desincrustante (descarbonate) W-50
Distribuidora La Campana	Jabón	Jabón líquido para manos
		Jabón en polvo
		Jabón para loza – cristalería (w36-50)
		Jabón de barra
	Limpieza	Limpiavidrios
		Ambientador
		Gel antibacterial
		Benner
		Pastillas para el tanque del inodoro
		Alcohol antiséptico
		Alcohol industrial

Guantes elásticos

Atomizador de plástico

Bolsas para basura

Canecas con tapa

Cepillo de mano

Cepillo para el tanque de inodoro

Escoba de cerda dura

Escoba de cerda suave

Trapero

Recogedor de basura

Esponjas

Esponjilla de brillo

Esponjilla

Chupas para baño

Servilletas

Papel higiénico

Toallas absorbentes

Toallas para manos

Dispensador de jabón líquido

Dispensador para toallas de manos

Dispensador de papel higiénico

Dispensador para gel antibacterial


Equipos:

Proveedor	Area	Producto
Joserrago	Cocina	Lava platos Horno microondas Cocina industrial (2 puestos grandes, 2 puestos medianos, 1 plancha, 1 parrilla) Freidora a gas Flameador Mesa de trabajo con repisa M-703 Congelador vertical Refrigerador vertical Maquina hielera Termómetro infrarrojo Gramera digital
Joserrago	Bar	Licuada comercial
Metal Diseños GMC LTDA	Bodega	Estantes de plastico
Medincor	Bodega	Balanza digital 30 kg
Soler&Palau y Proaceros SAS	General	Extractor de olores Extractor campana

Segmenta el mercado

- Bondades del producto u/o Servicio que se proporciona:
- Fortalece tu cerebro
- Previene la obesidad
- Disminuye el riesgo cardio vascular
- Cuida tu dentadura
- Detiene los cálculos venales
- Fortalece contra el cáncer
- Lealtad a nuestros consumidores
- Clientes nuevos

- Menores gastos en actividades de Marketing
- Menos quejas y reclamos
- Participación en el mercado
- Ventas más frecuentes
- Alta Calidad
- Mejor imagen de la empresa
- Alta productividad

<div data-bbox="170 787 571 882" style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> <p>JIMENA AVILA</p> </div> 	<p>No tener el suficiente reconocimiento laboral.</p> <p>Quedarse estancada profesionalmente. No poder pasar el suficiente tiempo con su familia.</p> <p>Atravesar problemas económicos</p>	<p>Quiere perder un par de kilos antes de la llegada del verano para poder disfrutar a gusto su bikini por lo cual está buscando un tratamiento que le ayude a cumplir su objetivo en pocos meses.</p> <p>El principal reto de Jimena es sacar tiempo para poder compaginar su vida profesional y social y cumplir sus objetivos.</p>
--	---	---

<ul style="list-style-type: none"> • Mujer. 25 años • Clase media • Colombiana • Vivo en Bogotá • Diseñadora gráfica de una empresa de publicidad • Ingresos mensuales de 1.400.000 pesos 	<p>Ella está tratando de ser una persona más saludable y es importante para ella porque quiere compartir con sus amigos en el verano y para ello necesita sentirse segura</p>	<p>Ella alcanza sus metas con esfuerzo, dedicación y pasión por que sabe que no solo lo hace por verse bien si no también verse saludable. La única barrera que tiene en su camino es que pasa los fines de semana compartiendo con sus familiares y a veces amigos y no maneja su forma de comer por que se antoja de todo</p>
<p>Mis mejores experiencias son cuando me encuentro en un ámbito agradable para poder tomar mi descanso y poder alimentarme tranquilamente y más si sé que es algo rico y saludable para así poder compartirlo con todos mis demás amigos, compañeros y familiares</p>	<p>La familia de Jimena no le gusta mucho la comida saludable por que odian todo lo que tenga que ver con ensaladas prefieren mil veces comer fritos.</p>	

Nuestros clientes ideales los podríamos encontrar en empresas digitales u otras empresas, también los podríamos encontrar por nuestras redes sociales ya que la mayoría de los clientes que buscan una vida saludable visitan páginas web o Apps que se acomoden a sus necesidades.

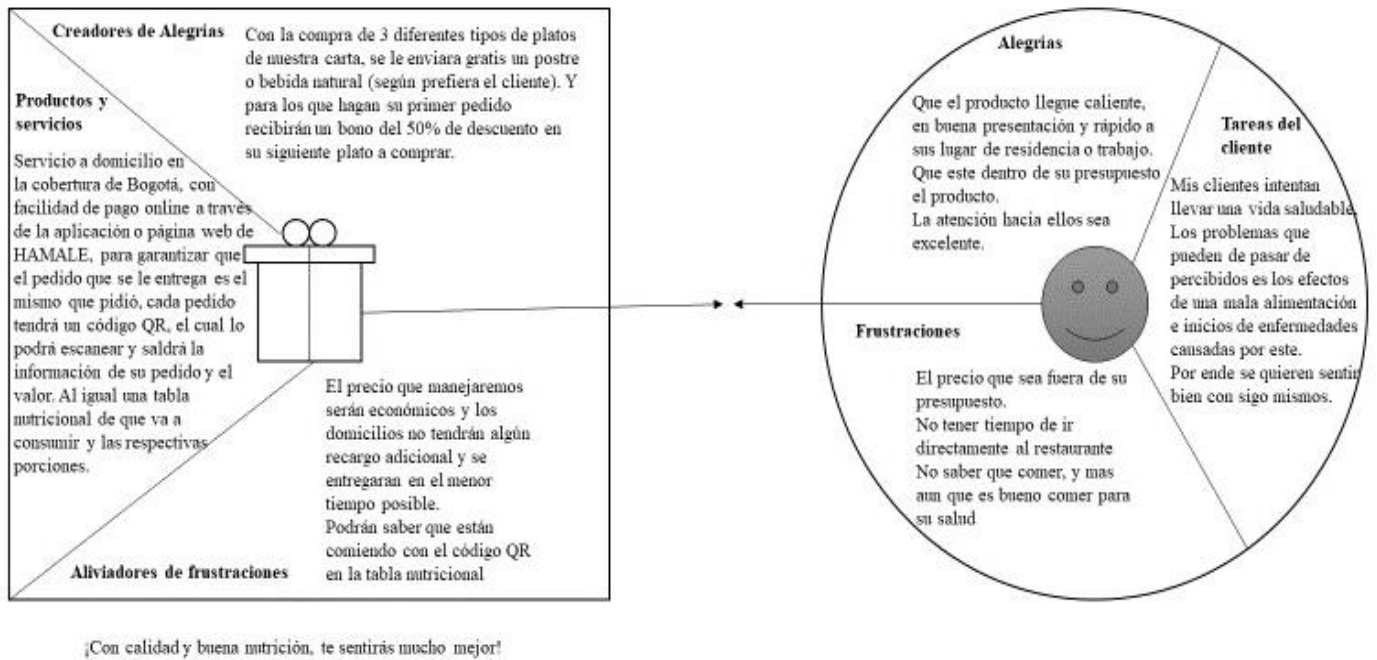
- Disciplina
- Responsabilidad
- Fidelidad
- Perseverancia
- Gratitude

Nuestro cliente se relaciona con compañeros en su ámbito laboral, con sus familiares y amigos.

Nuestro cliente ideal presenta necesidad frente a que quiere bajar de peso, nuestro restaurante se vincula más a resolver las necesidades de nuestros clientes que presentan problemas de obesidad o que simplemente quieren llevar una vida más sana y saludable.

Nuestras bondades y virtudes de nuestro cliente ideal se ajustan perfectamente a nuestra cliente Jimena Ávila ya que ella quiere tener una vida sana y saludable, pero quiere bajar unos kilos de más para tener la seguridad que la mayoría de personas quiere y necesita es por eso que nuestras bondades incrementan en su salud y no solo eso le brindaremos un restaurante de calidad y comodidad tanto a sus prioridades como a las de cualquiera de nuestros clientes. En especial ella quiere un tratamiento para poder bajar en pocos meses y nuestro servicio le brindara comida baja en carbohidratos que le permita mantener sus comidas diarias, pero más que este conforme y feliz.

Propuesta de valor



Diseño del producto - Planeación estratégica

Requisitos para poner en funcionamiento un establecimiento de comercio que en términos generales se exigen para tener en funcionamiento un establecimiento de Comercio en cualquier parte de Colombia sería:

1. Cumplir con todas las normas referentes al uso del suelo, intensidad auditiva, horario, ubicación y destinación expedidos por la entidad competente del respectivo municipio. La ubicación de los tipos de establecimientos será determinada dentro del POT, expedido por los respectivos concejos municipales, teniendo en cuenta que en ningún caso podrán desarrollarse actividades cuyo objeto sea ilícito de conformidad con las leyes
2. Cumplir con las condiciones sanitarias y ambientales según el caso descritas por la ley 9 de 1979 y demás normas vigentes sobre la materia.

3. Cumplir con las normas vigentes en materia de seguridad.
4. Cancelar los derechos de autor previstos en la Ley 23 de 1982 y demás normas complementarias, si en el establecimiento se ejecutaran obras musicales causantes de dichos pagos. Al respecto, téngase en cuenta que el artículo 84 de la Ley 962 de julio de 2005 modificó el artículo 164 de la Ley 23 de 1982, y desde esa fecha no se considera ejecución pública, para los efectos de dicha ley, la que se realice con fines estrictamente educativos, dentro del recinto e instalaciones de los institutos de educación, siempre que no se cobre suma alguna, por el derecho de entrada y la que realicen con fines estrictamente personales los comerciantes detallistas que no obtengan ningún beneficio económico por dicha ejecución, los cuales serán categorizados por el Ministerio del Interior.
5. Obtener y mantener vigente la matrícula mercantil, tratándose de establecimientos de comercio.
6. Comunicar en las respectivas oficinas de planeación o quien haga sus veces de la entidad territorial correspondiente, la apertura del establecimiento. Esto se debe hacer dentro de los 15 días siguientes a la apertura del mismo. Esta notificación se puede hacer por medios virtuales (ver artículo 4 del Decreto 1879 de 2008)
7. Cancelar los impuestos de carácter distrito y municipal.
8. Exhibir la prueba de su inscripción en el “Registro Nacional de Turismo”. Este registro se exige en el Artículo 13 de la Ley 1101 de noviembre de 2006 para todas aquellas empresas alistadas en el artículo 12 de esa misma ley entre las cuales figuran hoteles, centros vacacionales, campamentos, viviendas turísticas y otros tipos de hospedaje no permanente (véase también

nuestro anterior editorial de julio de 2009: “Gobierno reglamenta los arrendamientos de inmuebles por días a los turistas”)

Sistemas de Gestión de Inocuidad Alimentaria

- ISO 22000 es una norma que define y especifica los requisitos para desarrollar e implantar un Sistema de Gestión de Inocuidad Alimentaria. La intención final de este estándar es lograr la armonización internacional de la gran variedad de normas que existen en esta materia y ser un medio que permita alcanzar la mejora continua de la Seguridad Alimentaria.
- ISO 22000:2005 es aplicable a cualquier organización que esté involucrada con la Seguridad Alimentaria, independientemente de su papel en la misma o tamaño.
- Nueva versión de la norma ISO/TS 22003 Sistemas de Gestión de la Inocuidad de los Alimentos. En esta norma se recogen los requisitos para los Organismos que Realizan Auditorías y Certificación de Sistemas de Gestión de la Inocuidad de los Alimentos.
- Sistemas de Gestión de Calidad
- La ISO 9001 es una norma ISO internacional elaborada por la Organización Internacional para la Estandarización (ISO) que se aplica a los Sistemas de Gestión de Calidad de organizaciones públicas y privadas, independientemente de su tamaño o actividad empresarial. Se trata de un método de trabajo excelente para la mejora de la calidad de los productos y servicios, así como de la satisfacción del cliente.

Legislación sanitaria

Decreto 3075 de 1997

Por el cual se reglamenta parcialmente la Ley 9 de 1979 y se dictan otras disposiciones. La salud es un bien de interés público. En consecuencia, las disposiciones contenidas en el presente Decreto son de orden público, regulan todas las actividades que puedan generar factores de riesgo por el consumo de alimentos, y se aplicaran:

- a. A todas las fábricas y establecimientos donde se procesan los alimentos; los equipos y utensilios y el personal manipulador de alimentos.
- b. A todas las actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos en el territorio nacional.
- c. A los alimentos y materias primas para alimentos que se fabriquen, envasen, expendan, exporten o importen, para el consumo humano.
- d. A las actividades de vigilancia y control que ejerzan las autoridades sanitarias sobre la fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución, importación, exportación y comercialización de alimentos, sobre los alimentos y materias primas para alimentos.

Personal manipulador de alimentos

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

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

Educación y capacitación.

a) Todas las personas que han de realizar actividades de manipulación de alimentos deben tener formación en materia de educación sanitaria, especialmente en cuanto a prácticas higiénicas en la manipulación de alimentos. Igualmente deben estar capacitados para llevar a cabo las tareas que se les asignen, con el fin de que sepan adoptar las precauciones necesarias para evitar la contaminación de los alimentos.

- b) Las empresas deberán tener un plan de capacitación continuo y permanente para el personal manipulador de alimentos desde el momento de su contratación y luego ser reforzado mediante charlas, cursos u otros medios efectivos de actualización. Esta capacitación estará bajo la responsabilidad de la empresa y podrá ser efectuada por esta, por personas naturales o jurídicas contratadas y por las autoridades sanitarias. Cuando el plan de capacitación se realice a través de personas naturales o jurídicas diferentes a la empresa, estas deben contar con la autorización de la autoridad sanitaria competente. Para este efecto se tendrán en cuenta el contenido de la capacitación, materiales y ayudas utilizadas, así como la idoneidad del personal docente.
- c) La autoridad sanitaria en cumplimiento de sus actividades de vigilancia y control, verificara el cumplimiento del plan de capacitación para los manipuladores de alimentos que realiza la empresa.
- d) Para reforzar el cumplimiento de las prácticas higiénicas, se han de colocar en sitios estratégicos avisos alusivos a la obligatoriedad y necesidad de su observancia durante la manipulación de alimentos.
- e) El manipulador de alimentos debe ser entrenado para comprender y manejar el control de los puntos críticos que están bajo su responsabilidad y la importancia de su vigilancia o monitoreo; además, debe conocer los límites críticos y las acciones correctivas a tomar cuando existan desviaciones en dichos límites.

Requisitos sanitarios para los manipuladores de alimentos

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

- Todo manipulador de alimentos se debe practicar exámenes médicos especiales: Frotis de garganta con cultivo, KOH de uñas (para detectar hongos), coprocultivo y examen de piel antes de su ingreso al establecimiento de la industria gastronómica y de acuerdo con las normas legales vigentes.

Ley 9 de 1979

Código Sanitario Nacional por cuanto dicta medidas sobre las condiciones sanitarias básicas para la protección en el medio ambiente, suministro de agua, saneamiento de edificaciones, alimentos, droga, medicamentos, cosméticos, vigilancia y control epidemiológico, prevención y control de desastres, derechos de los habitantes respecto a la salud.

Resolución 5109 de 2005

Reglamento Técnico sobre los requisitos de rotulado o etiquetado para alimentos envasados y materias primas de alimentos para consumo humano, expedido por el Ministerio de Protección Social y publicado en el Diario Oficial 46150 de enero 13 de 2006.

Decreto 1575 de 2007

El objeto del presente decreto es establecer el sistema para la protección y control de la calidad del agua, con el fin de monitorear, prevenir y controlar los riesgos para la salud humana causados por su consumo, exceptuando el agua envasada.

Aplica a todas las personas prestadoras que suministren o distribuyan agua para consumo humano, ya sea cruda o tratada, en todo el territorio nacional, independientemente del uso que de ella se haga para otras actividades económicas, a las direcciones territoriales de salud, autoridades ambientales y sanitarias y a los usuarios.

Resolución 765 de 2010: Deroga a Res.1090 de 1998 y 127 del 2001.

Objeto.

La presente resolución tiene por objeto regular el proceso de capacitación para manipulación de alimentos dirigida a:

1. Las personas Naturales y Jurídicas – establecimientos destinados al almacenamiento, distribución, preparación y/o expendio de alimentos y de transporte de éstos, en los que se deberá ofrecer al personal manipulador el curso de manejo higiénico de alimentos con intensidad mínima de seis (6) horas, desde el momento de su contratación.

Parágrafo: Las fábricas de Alimentos deberán regirse a lo estipulado en la Ley 1122 de 2007 en la que se establecen las competencias del INVIMA.

2. Las personas Naturales y Jurídicas – establecimientos donde se, almacenen, distribuyen, transporten, expendan y manipulen alimentos que no estén considerados en el numeral anterior y

que deberán obtener constancia de asistencia al curso de educación sanitaria en manejo adecuado de alimentos, mínimo una vez al año, el cual no podrá ser inferior a seis (6) horas.

Normas técnicas sectoriales de Colombia

Norma técnica sectorial colombiana – TS 004

Establecimientos gastronómicos y bares. Requisitos de sostenibilidad.

Norma técnica sectorial colombiana NTS-USNA 001. Preparación de alimentos de acuerdo con el orden de producción.

Norma técnica sectorial colombiana NTS-USNA 002. Servicio de alimentos y bebidas de acuerdo con estándares técnicos.

Norma técnica sectorial colombiana NTS-USNA 003. Control en el manejo de materia prima e insumos en el área de producción de alimentos conforme a requisitos de calidad.

Norma técnica sectorial colombiana NTS-USNA 004. Manejo de recursos cumpliendo con el presupuesto y el plan de trabajo definido por establecimiento gastronómico.

Norma técnica sectorial colombiana NTS-USNA 005. Coordinación de la producción de acuerdo con los procedimientos y estándares establecidos.

Norma técnica sectorial colombiana NTS-USNA 007. Norma sanitaria de manipulación de alimentos.



REQUISITOS PARA ABRIR UN ESTABLECIMIENTO GASTRONÓMICO



Matrícula mercantil vigente

El establecimiento debe matricularse a más tardar dentro del mes siguiente a la fecha en la que inició actividades.

La solicitud de la matrícula se debe hacer en la cámara de comercio que corresponda según la ubicación del establecimiento, diligenciando el formulario Registro Único Empresarial- RUES para la matrícula de los establecimientos de comercio, sucursales o agencias, el cual se puede adquirir en las sedes de Cámara de Comercio, CADE o Supercade o a través de la página web de la Cámara correspondiente

Certificado Sayco & Acinpro

Si en el establecimiento hace uso de música o de alguna obra protegida por derechos de autor, se deben pagar los derechos correspondientes a la Organización Sayco & Acinpro (OSA). De no usar dicho derecho no se genera responsabilidad con la OSA.



Registro 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 dentro de los primeros 3 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. Muestra de dicha garantía se logra a través de la obtención del Concepto sanitario, el cual es emitido por la autoridad sanitaria pertinente una vez radicada la solicitud y realizada la auditoría de inspección, vigilancia y control del establecimiento.

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 el uso del suelo y el Registro de publicidad exterior visual o una Certificación de intensidad auditiva

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, deben indicar su RUT en un lugar visible del establecimiento. Una vez se tenga la certificación de apertura de la cuenta y el Certificado de Existencia y Representación Legal, el usuario debe dirigirse a la DIAN y solicitar el RUT definitivo.

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

Este 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.

Depósito de la enseña comercial (Trámite voluntario)



Es un signo como palabras, imágenes, colores, logotipos, entre otros, que permite identificar un establecimiento de comercio. Al momento de abrir las puertas de un establecimiento al público, las empresas deben garantizar la protección de la enseña comercial del mismo. Dicha protección se garantiza realizando el depósito de la enseña comercial, que es una inscripción que hace el empresario en el registro público de la propiedad industrial, administrado por la Superintendencia de Industria y Comercio. El depósito otorga un derecho de exclusividad de propiedad industrial desde la fecha en la que se presenta la solicitud y termina cuando la enseña comercial se deje de usar o cuando cesan las actividades del establecimiento que la usa.



Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá



Diseño de concepto -Portafolio de productos y servicios

Línea de Productos

La decisión que se tomó en relación al producto y servicio es teniendo en cuenta primero que todo la calidad del producto que se brindara al cliente en la satisfacción de su necesidad, como también el precio, que sea adquirible sin que afecte su calidad para generar una mejor rentabilidad en el negocio y así mismo cumplir la demanda que exige en el mercado; de esta manera el establecimiento ofrecerá productos de consumo seguro saludable, nutricional y variados, pensando siempre en la satisfacción, comodidad y gusto de nuestros clientes. Por tal motivo se implementará una línea de productos que nos ayudará en incrementar las ventas como también en la transformación de nuevos productos, tales como; platos variados de comida saludable y ricos en sabor.

El servicio que prestara el restaurante HAMALE será teniendo como prioridad la buena atención hacia el cliente, un servicio a la mesa que brindara seguridad, comodidad y confianza logrando obtener la fidelidad del establecimiento.

Lista de productos

Licores para el proceso de diferentes platos:

- Amaretto
- Crema de coco
- Licor de coco

- Licor de durazno
- Licor de fresa
- Licor de manzana verde
- Licor de maracuyá
- Licor de menta
- Triple sec

Tradicional

Blue

- Vermouth:

Rojo dulce

Extra seco

- Granadina
- Jarabe de goma
- Sirope
- Angostura
- Crema de leche
- Leche condensada

Acompañamientos

Salsas:

- Salsa de tomate
- Salsa de zanahoria
- Guacamole

- Salsa griega de yogurt
- Mayonesa de clara de huevo
- Salsa romesco
- Bechamel de quinua
- pesto de albahaca
- salsa cremosa de coliflor

Maní

Uvas pasas

Línea de Productos elaborados

Bebidas alcohólicas- cocteles Latinos:

- Mojito
- Whisky sour
- Caipiriña
- Pisco sour
- Piña colada
- Cuba libre
- Margarita:

Tradicional

Blue

- Lulada

- Daiquiri

Bebidas no Alcohólicas

Limonadas

- Cerezada
- Hierba Buena
- Coco

Jugos Naturales

- Mora
- Maracuyá
- Fresa
- Mango
- Guanábana
- Piña
- Papaya
- Melón
- Sandía

Snacks

- Empadas de pollo, carnes y vegetariana

- Patacones con queso, pollo, carne desmechada, mixta o con hogao
- Mix de picada
- Costillas BBQ

Acompañamientos:

Aderezos

- Chimichurri
- Salsa baby
- Salsa de queso
- Guacamole
- Ají
- Tradicional
- Ají de Maní

Aperitivos

Nos gustan dedicar el fin de semana todavía al aperitivo, aunque los días parezcan clones de sí mismos, para salir un poco de la rutina. Y el picoteo del resto de jornadas puede estar dirigido a bocados que no sean solo calorías vacías, que sean saciantes, ayuden a calmar la ansiedad y nos den la energía necesaria para continuar con el teletrabajo o motivarnos para hacer deporte en casa o cuidar de los niños.

- Galletas saladas o crackers de harina de garbanzos
- Pan de ajo keto

- Pipas de calabaza tostada
- Palomitas con cúrcuma, azafrán y sésamo

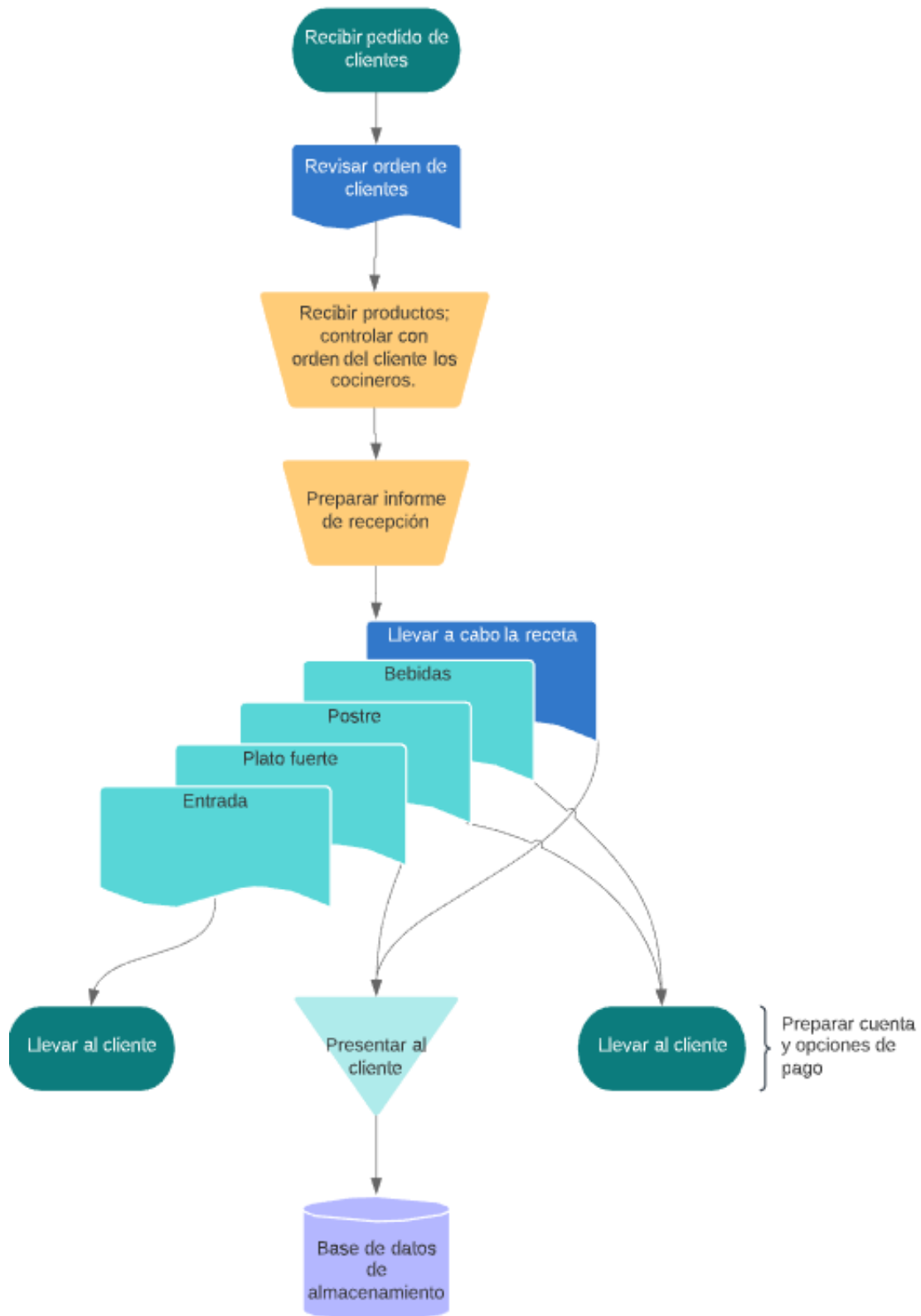
Platos fuertes, ensaladas y postres

- Ensalada de quinoa, pollo y verduras
- Tomate Cherry con salsa de yogurt
- Carpaccio de Salmon ala finas hierbas
- Tacos de merluza en jardinera de pisto
- Pollo al estilo mediterráneo con aceitunas y alcaparras
- Solomillo de cerdo con hortalizas
- Estofado de pavo con pure de patatas gratinados
- Pavo con naranja y gengibre
- Flan de queso ligero
- Galletas de zanahoria y avena
- Trufas de aguacate
- Garbanzos con chocolate negro

Ficha técnica

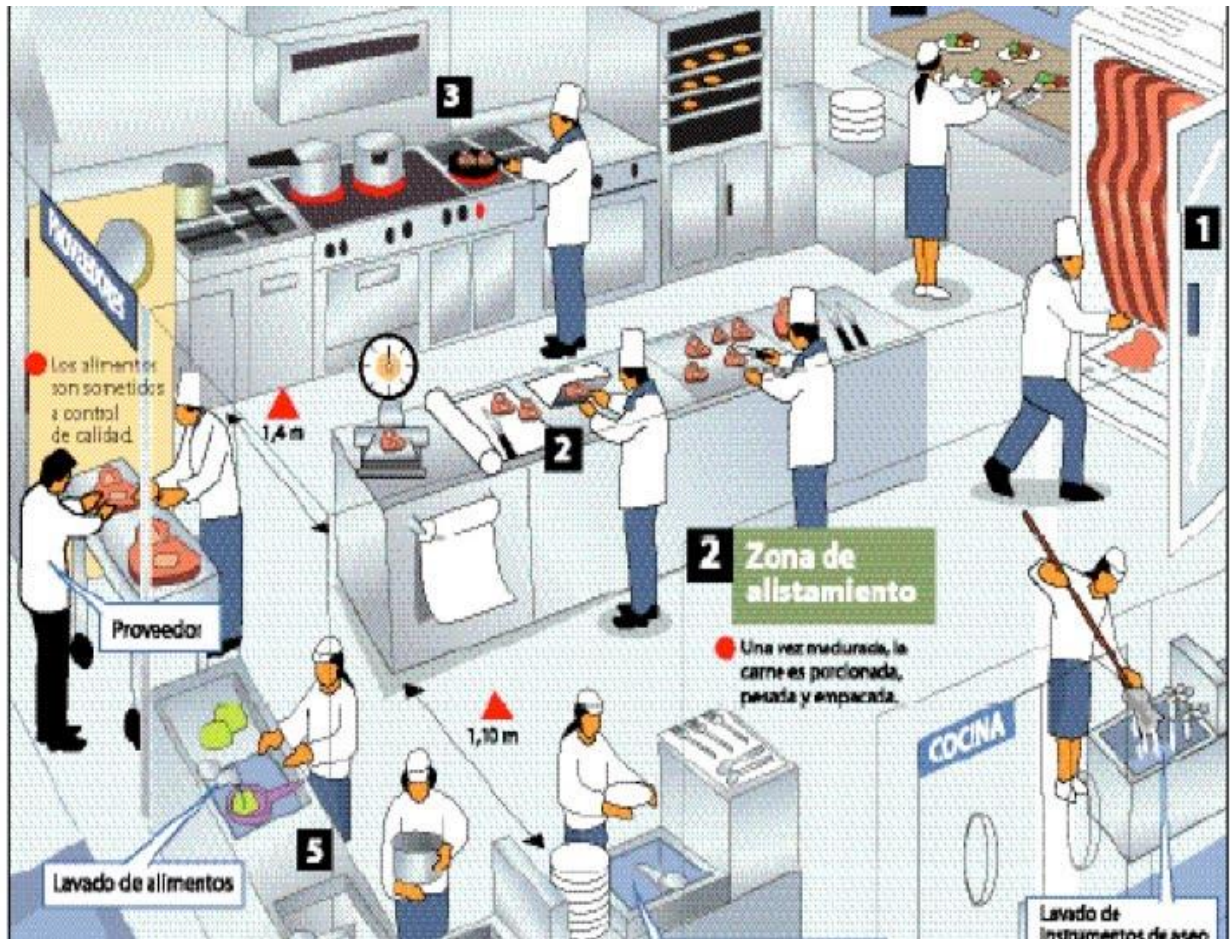
FICHA TÉCNICA		
Ingredientes:	No. pax	Imagen presentación final del plato.
Cantidad	Unidad	
	kg.	
	g.	
	l.	
	ml.	
Método de elaboración:		
Explicación paso a paso. <ul style="list-style-type: none">Indicar tipo de corte, sistema de cocción a utilizar y la temperatura del cocinado. En caso de componerse de diferentes elaboraciones se detalla cada una por separado.		
Montaje del plato:		
Explicación detallada del orden en que se colocan los diferentes elementos que componen el plato.		
Comentarios nutricionales:		
Advertir alérgenos, incluir opciones de productos de intercambio en la elaboración.		
Criterios de control sanitario:		
Alertar de temperaturas de cocinado, congelación, regeneración, tiempo de conservación, etiquetado, muestras para control sanitario, etc. Advertir de posibles riesgos en la manipulación, para garantizar la calidad de la elaboración y satisfacción del cliente.		

Diagrama de bloques



Prototipo

Áreas de la cocina



1. Zona fría: lugar de almacenamiento de alimentos perecederos que tienen que estar en una temperatura de 4°C para abajo. Como carnes, lácteos, o fondos.

2. Zona de alistamiento: lugar donde se realizara el mise and place y se lleva a cabo los cortes, materiales, y preparación de mezclas para la preparación del plato.

3. Zona caliente: lugar donde se realizara la preparación de alimentos en métodos calientes, como la cocción, freír, hervir entre otras.

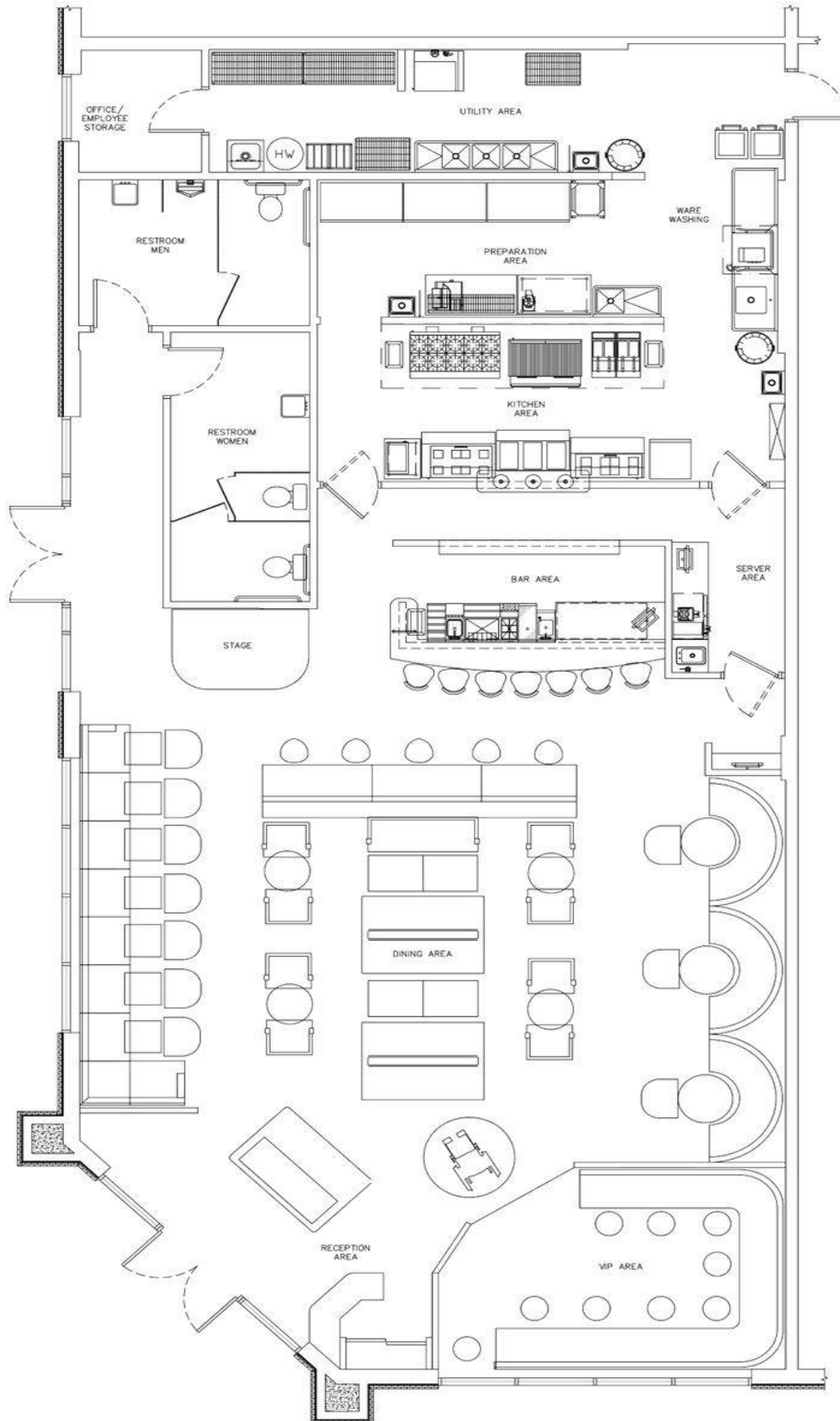
4. Zona final: lugar donde se emplata y se realiza la presentación del plato, también se juntan los diferentes alimentos que lleva el plato.

5. Zona de lavado: se divide en dos, uno donde se lava los alimentos que se necesitan preparar y por otro lado está el lavado de platos y utensilios de la cocina.

Áreas Administrativas

- Caja
- Salón
- Bar
- Bodega de mercancías
- Almacén
- Cava
- Recepción
- Baños
- Parqueadero
- Vistieres
- Basuras

Planos de restaurante





<https://sandsarquitecturablog.wordpress.com/2013/10/09/restaurante-green-and-tasty/>

Modelo Running Lean

Problema	Solución	Propuesta de Valor única	Ventaja injusta	Segmento de clientes
<p>Se ha detectado que más del 52% de la población Colombiana sufre de sobrepeso por la mala alimentación, por la facilidad de consumir comidas rápidas que contienen grandes cantidades de grasa trans y saturada que son perjudiciales para la salud.</p>	<p>Diagnosticar las actividades de producción y servicio en establecimientos de alimentos y bebidas. Crear un menu con características e indicaciones del alimento o bebida a consumer. Tener variedad de productos para los diferentes tipos de clientes.</p>	<p>Servir alimentos bajos en grasas trans y saturadas, con buena presentación y atención al cliente, con ingredientes frescos y una preparación a base de cocción y no freír. Queremos construir y llevar a cabo un</p>	<p>Nuestra promociones. Domicilios incluidos zona de 10 km al rededor del restaurante. Buenos precios. Carta con tabla nutricional para el conocimiento de los clientes. Alimentos frescos y con muy buena presentación.</p>	<p>Cientes con disposición a una buena nutrición, la segmentación de clientes es general, ya que cualquier persona puede obtener nuestro producto y servicio.</p>

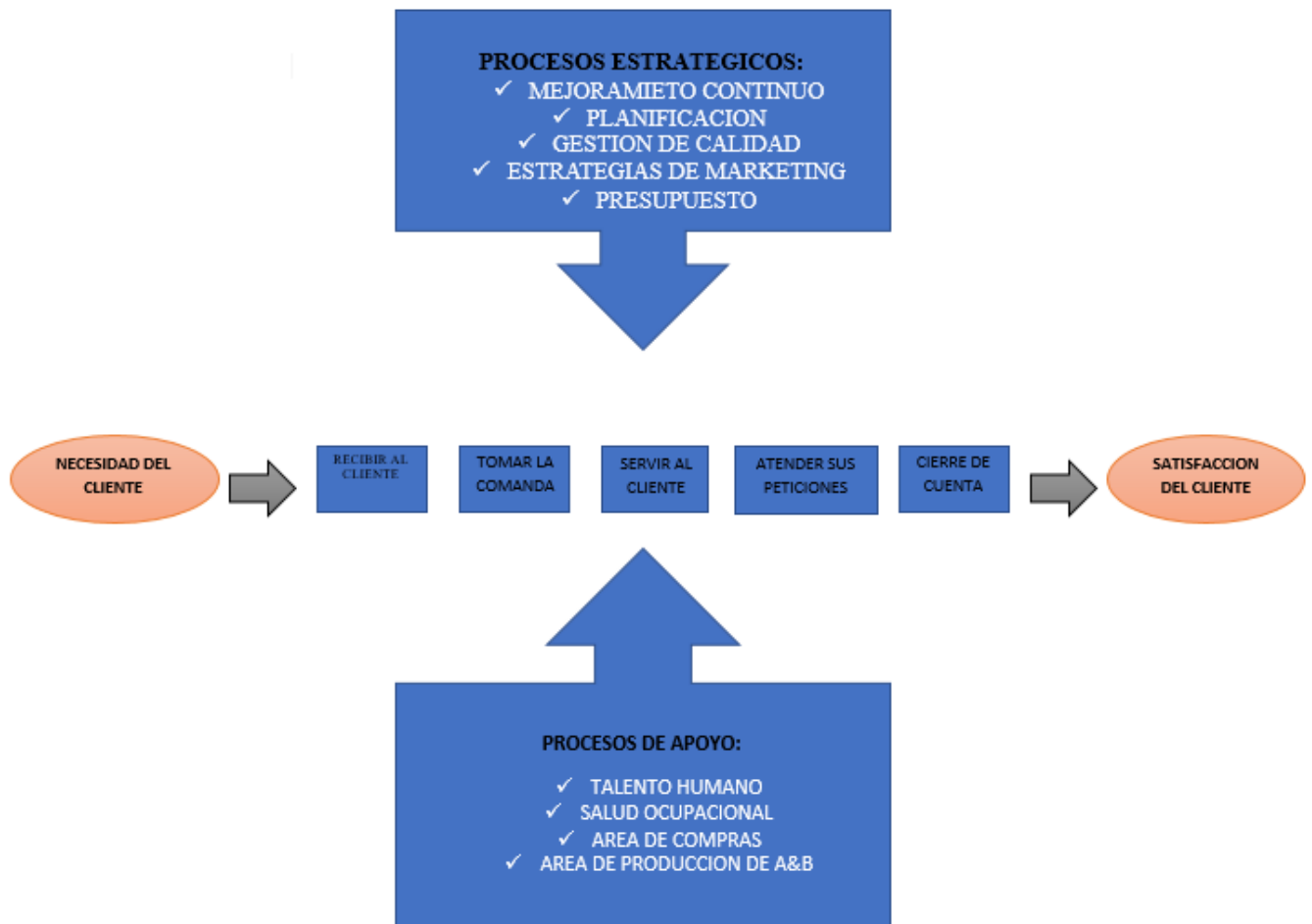
<p>Implementar un modelo de gestión orientado a la optimización de los recursos en los procesos de producción y servicio de alimentos y bebidas que responda a estándares de calidad sectorial, institucional y de cliente. En la ciudad de Bogotá D.C localidad de Fontibón.</p>	<p>Métricas Clave Serviremos desde desayunos, lunch, almuerzos y cenas, los clientes son esenciales para realizar una medida, se realizara una compra de materia del 75% de la capacidad del restaurante y así poder mitigar gastos innecesarios por si llega a sobrar alimentos.</p>	<p>restaurante donde la comida sea saludable y deliciosa para que los comensales tengan la opción de disfrutar un buen plato y a su vez cuidarse nutricionalmente, para mitigar los problemas nutricionales que genera una mala dieta o alimentación.</p>	<p>Canales Restaurante físico ubicado en la ciudad de Bogota en la localidad de fontibon. Redes sociales para conocer el producto y ver la calidad y proceso de este.</p>	
<p>Estructura de costos</p>		<p>Fuentes de ingresos Ingresos de ventas</p>		


Los costos fijos son los insumos, materia prima e instrumentos para la elaboración del producto.

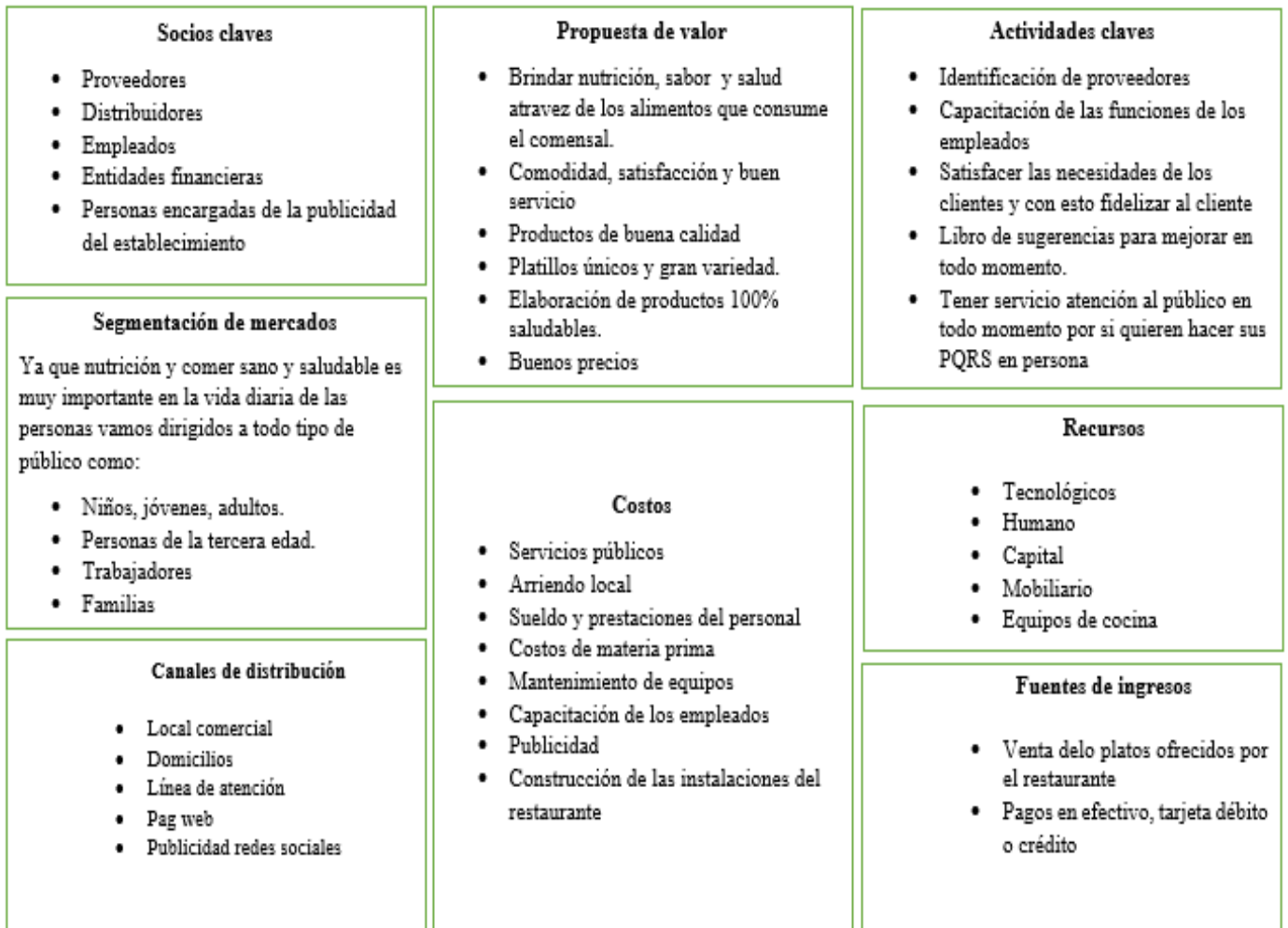
ESTRUCTURA DE COSTOS

Gastos de personal	20%
Gastos de la operación	13%
Otros gastos fijos	15%
Beneficio neto	17%
Margen de beneficio	65%
% de costo de materia prima	35%
Venta	100%

Idea de negocio



Modelo leancanva HAMALE 



Encuesta y tabulación

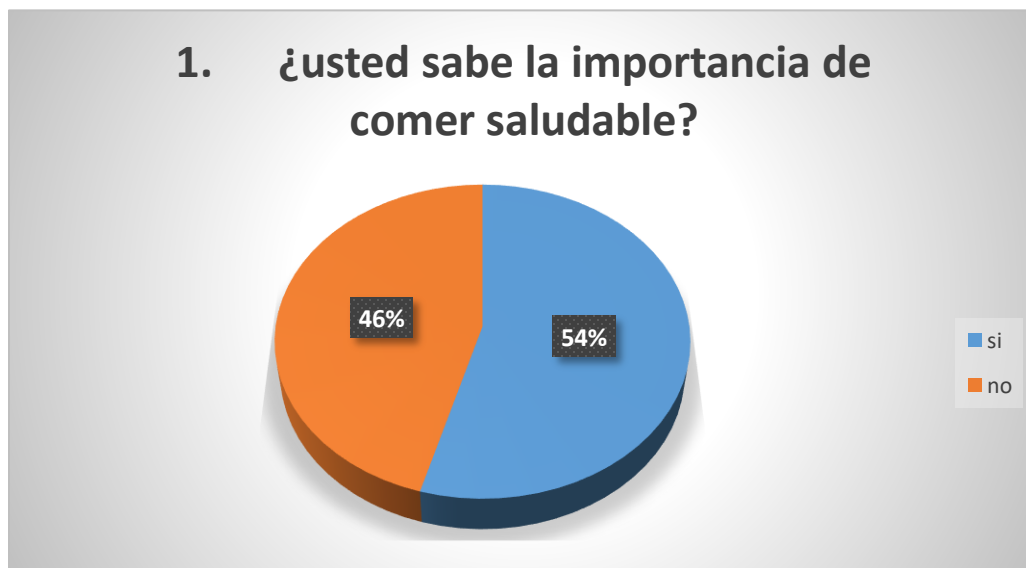
El objetivo de esta encuesta, es conocer sus preferencias al momento de Ingresar a un restaurante, en cuanto a productos, servicios, ambientación y competencia en el sector.

Agradecemos que sus respuestas sean lo más sinceras posibles, para lograr el éxito de la investigación.

Se hizo una encuesta a 100 personas a través de un muestreo aleatorio simple que arrojó este número. El perfil del encuestado son personas universitarias o ejecutivos, parejas y trabajadores que transcurren la localidad Modelia, que frecuenten bares, discotecas y restaurantes en su vida diaria que les guste la buena comida, bebida y el buen servicio que se les ofrece. La segmentación del mercado es una segmentación psicográfica, ya que se basa en dividir el mercado en grupos basados en la clase social, estilo de vida o características de la personalidad, y estas características definen el tipo de cliente para el restaurante de comida saludable 'HAMALE' porque se trata de atender a personas de estratos sociales altos, medianos y bajos con gustos y necesidades parecidas debido a su estilo de vida. A continuación, las preguntas formuladas, y resultados arrojados por las 100 personas encuestadas:

1. ¿usted sabe la importancia de comer saludable?

Sí____ No____



2. Con qué frecuencia al mes visita usted un establecimiento que ofrezca alimentos y bebidas?

(Señale con una X)

- a. Una
- b. Dos
- c. Más de Tres
- d. Ninguna

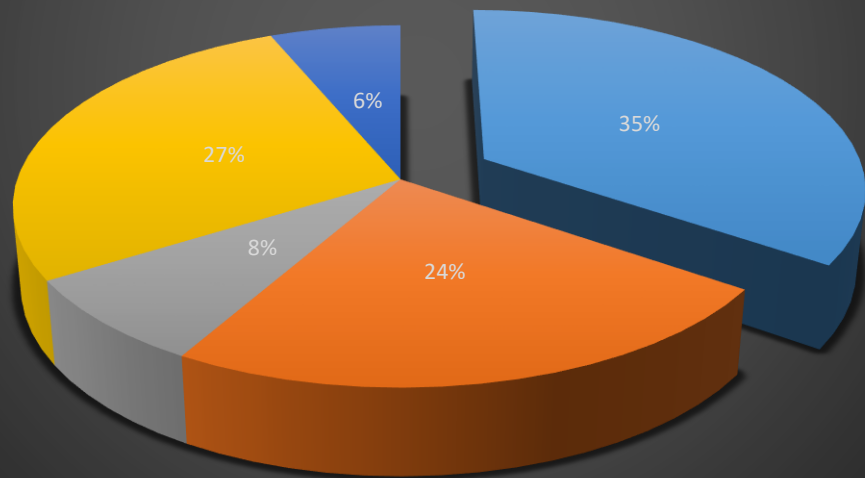


3. cuál son los restaurantes que visita con más frecuencia: (Señale con una X)

- a. Comidas rápidas
- b. Comida casual
- c. Tipo buffet
- d. Comida gourmet saludable
- e. Restaurantes que ofrecen el estilo propio del chef

3. cuál son los restaurantes que visita con más frecuencia:

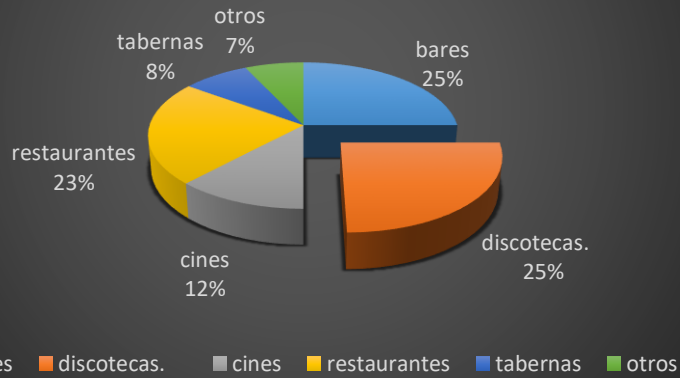
- a. Comidas rápidas
- b. Comida casual
- c. Tipo buffet
- d. Comida gourmet saludable



4. Cuál es el tipo de establecimiento que usted frecuenta en su vida diaria:

- a. Bares
- b. Discotecas
- c. Cines
- d. Restaurantes
- e. Tabernas

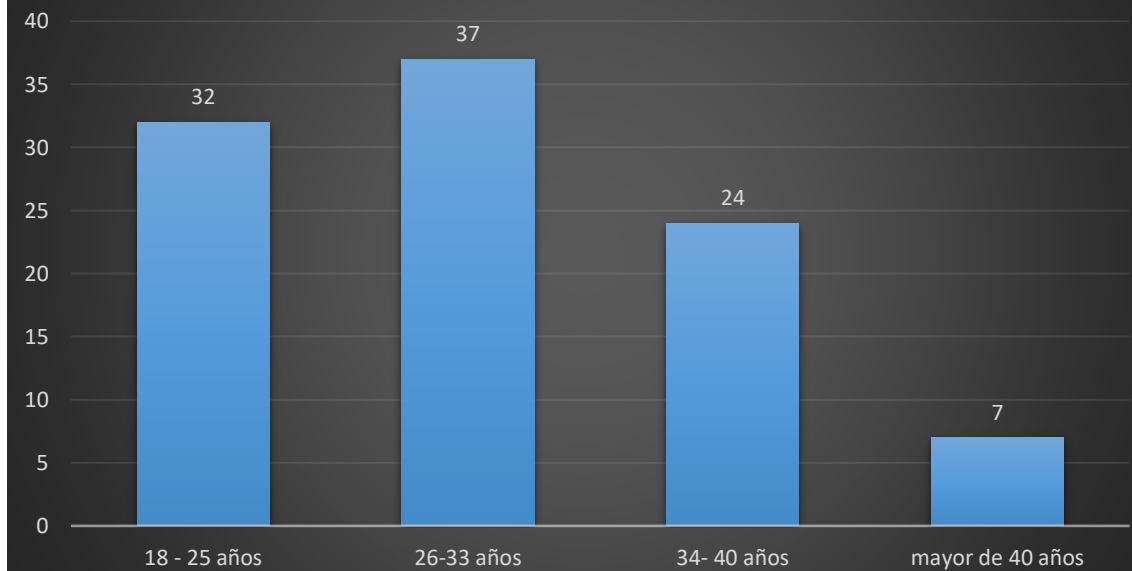
Cuál es el tipo de establecimiento que usted frecuenta en su vida diaria



5. Su rango de edad está entre: (Señale con una X)

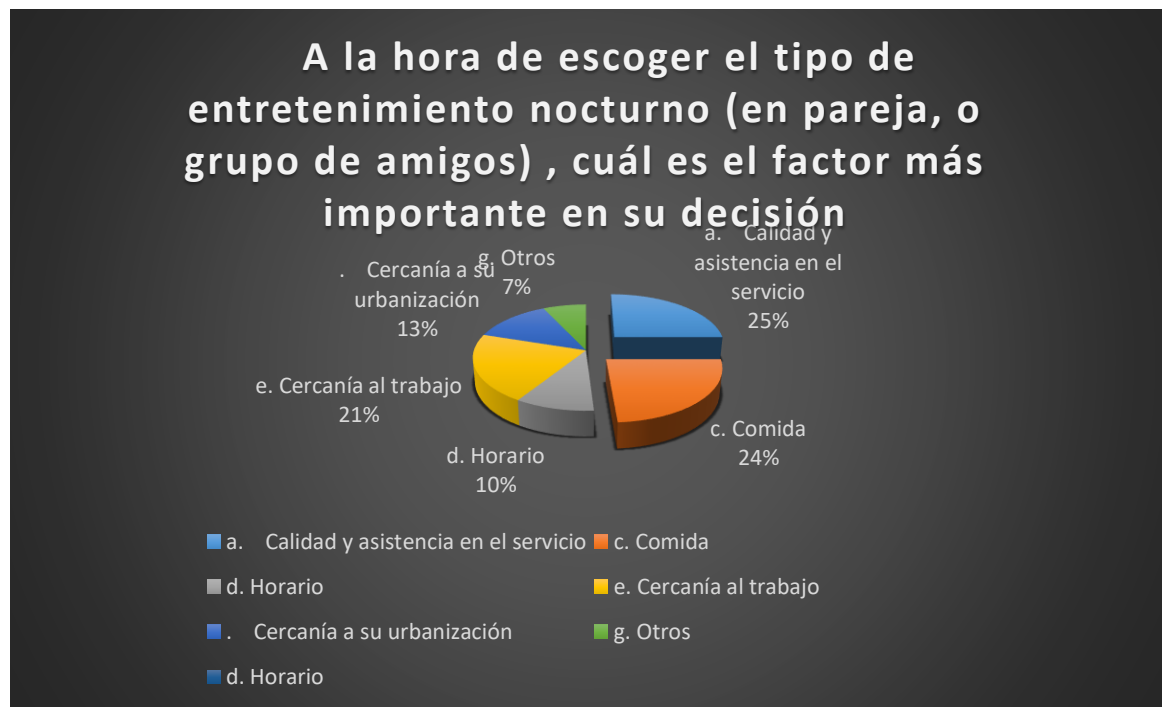
- A. 18 - 25 años
- B. 26 - 33 años
- C. 34 - 40 años
- D. Mayor de 40 años

Su rango de edad está entre



6. A la hora de escoger el tipo de entretenimiento en vida cotidiana (en pareja, o grupo de amigos) , cuál es el factor más importante en su decisión

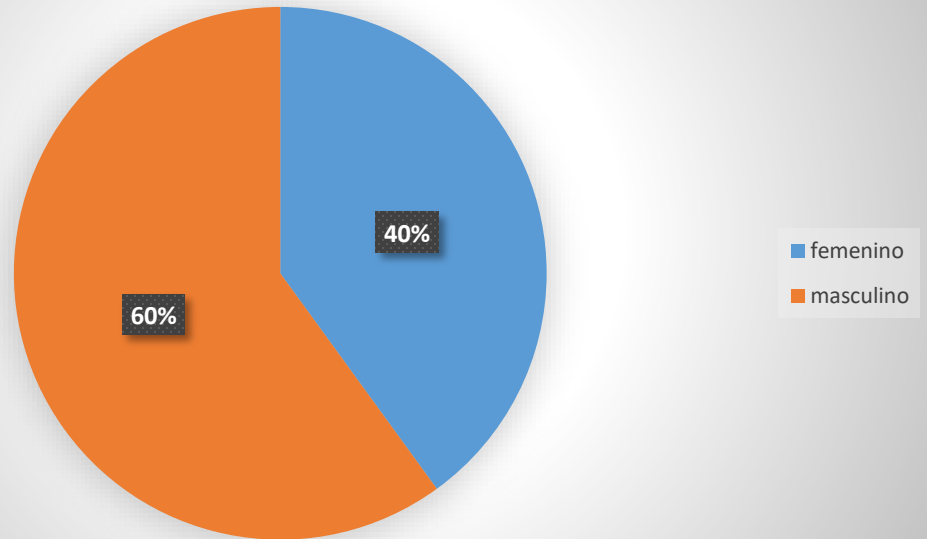
- A. Calidad y asistencia en el servicio
- B. Comida
- C. Horario
- D. Cercanía al trabajo
- E. Cercanía a su urbanización
- F. Otros



7. Su sexo es: (Señale con una X)

- A. Femenino
- B. Masculino

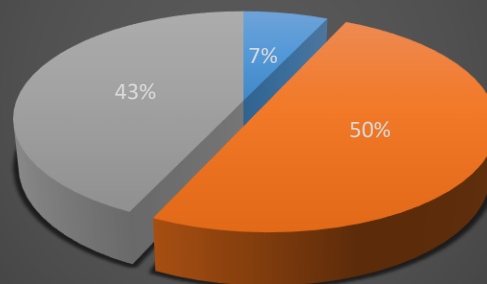
7. Su sexo es



8. En que horario usted visita establecimientos de alimentos y bebidas

- A. Entre 6:00 AM. A 10:00 AM
- B. Entre 10 AM A 2:30 PM
- C. 2:30 PM en adelante

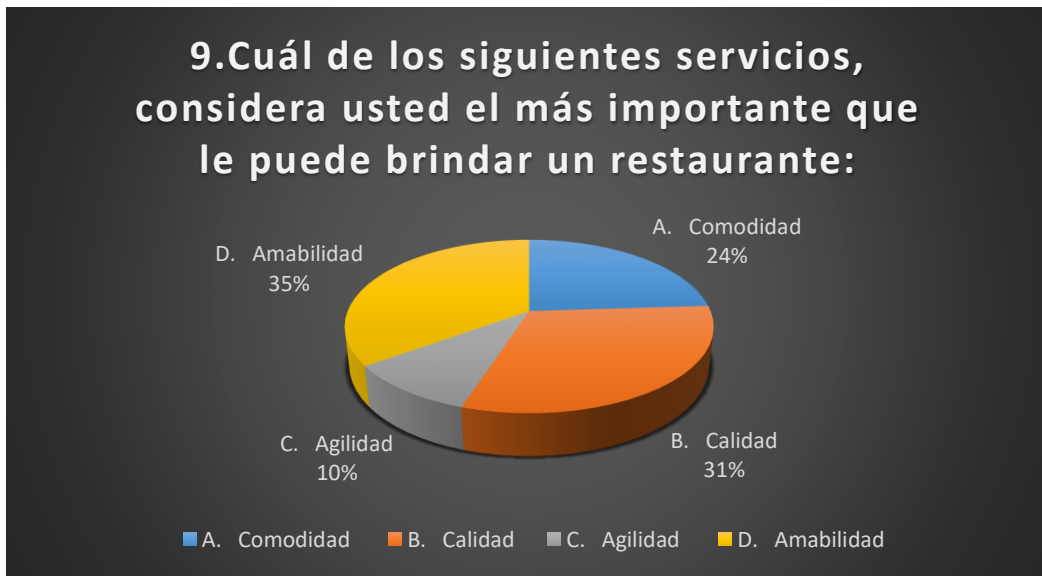
8. En que horario usted visita establecimientos de alimentos y bebidas



■ A. Entre 6:00 AM. A 10:00 AM ■ B. Entre 10 AM A 2:30 PM ■ C. 2:30 PM en adelante

9. Cuál de los siguientes servicios, considera usted el más importante que le puede brindar un restaurante: (Señale con una x)

- A. Comodidad
- B. Calidad
- C. Agilidad
- D. Amabilidad



10. Cuál es el rango monetario que usted generalmente invierte con las personas que lo acompañan, en este tipo de diversión y esparcimiento: (Señale con una X)

- A. \$20.000 - \$50.000
- B. \$60.000 - \$90.000

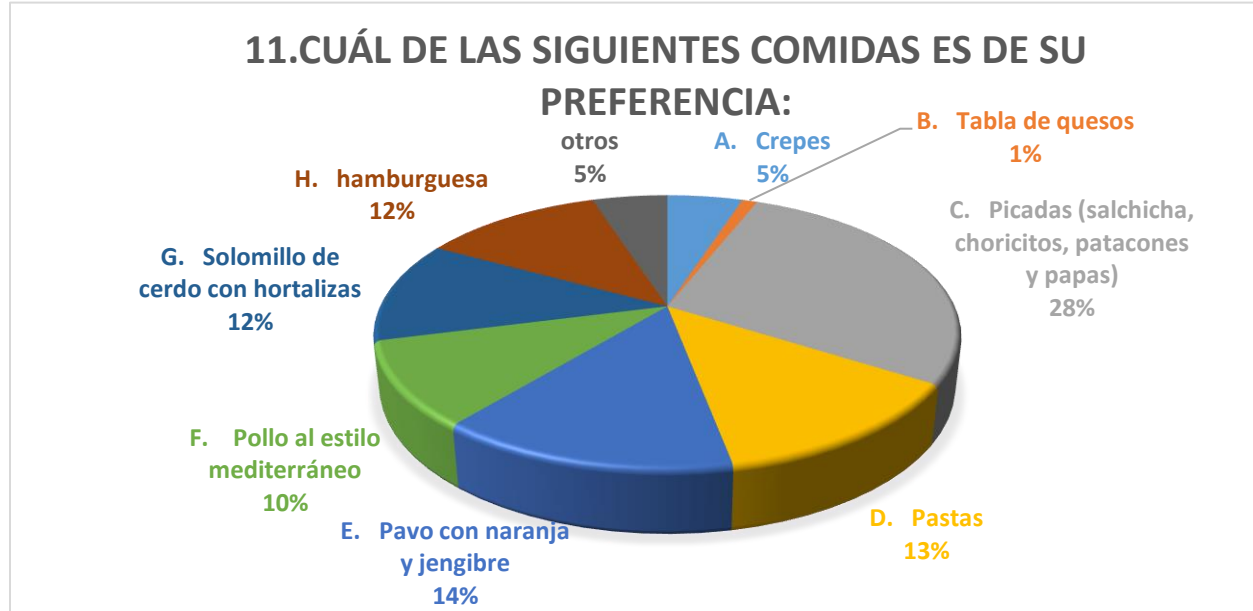
C. Más de \$90.000



11. Cuál de las siguientes comidas es de su preferencia: (Señale con una X)

- A. Crepes
- B. Tabla de quesos
- C. Picadas (salchicha, choricitos, patacones y papas)
- D. Pastas
- E. Pavo con naranja y jengibre
- F. Pollo al estilo mediterráneo
- G. Solomillo de cerdo con hortalizas
- H. hamburguesa

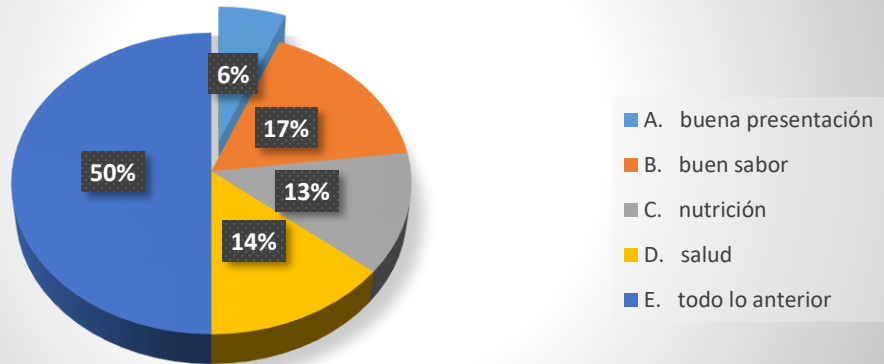
I. otros



12. que le llamaría la atención de los platos saludables: (Señale con una X)

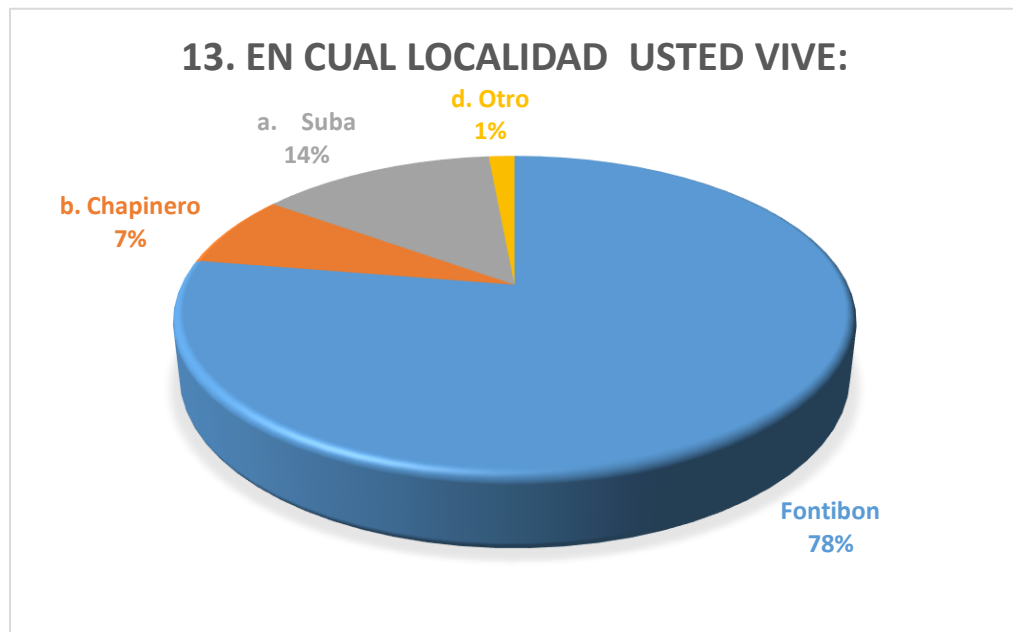
- A. buena presentación
- B. buen sabor
- C. nutrición
- D. salud
- E. todo lo anterior

12. que le llamaría la atención de los platos saludables:



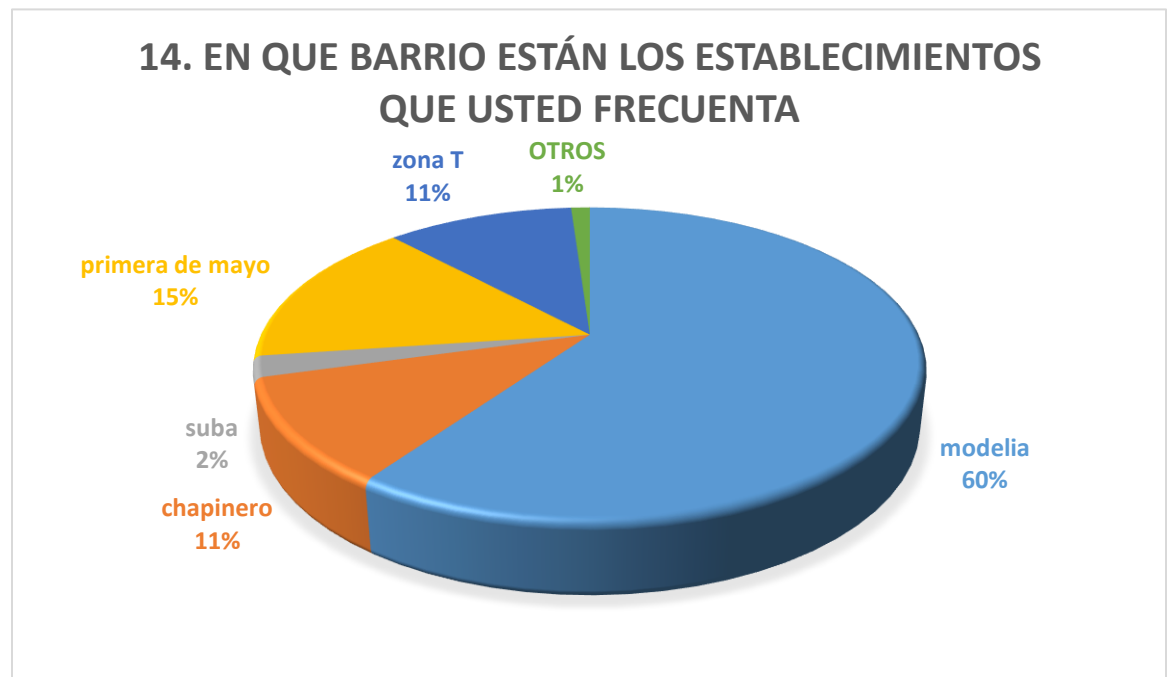
13. En qué localidad vive usted?:

- A. Fontibón
- B. Chapinero
- C. Suba
- D. Otro



14. En qué barrio están los establecimientos que usted frecuenta:

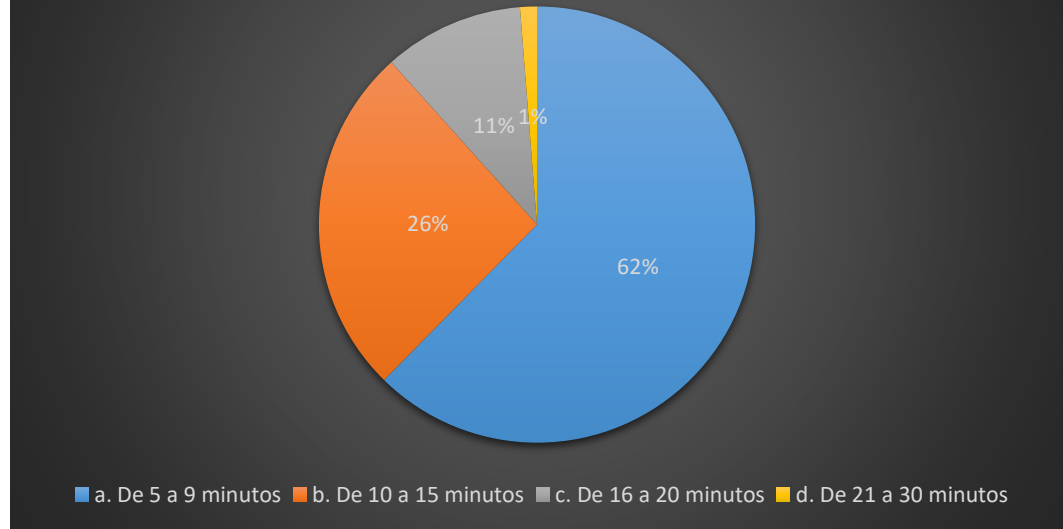
- A. Modelia
- B. Chapinero
- C. Suba
- D. Primera de mayo
- E. Zona T
- F. Otros



15. ¿Qué tiempo estaría dispuesto a esperar nuestro servicio?

- A. De 5 a 9 minutos
- B. De 10 a 15 minutos
- C. De 16 a 20 minutos
- D. De 21 a 30 minutos

Qué tiempo estaría dispuesto a esperar nuestro servicio?



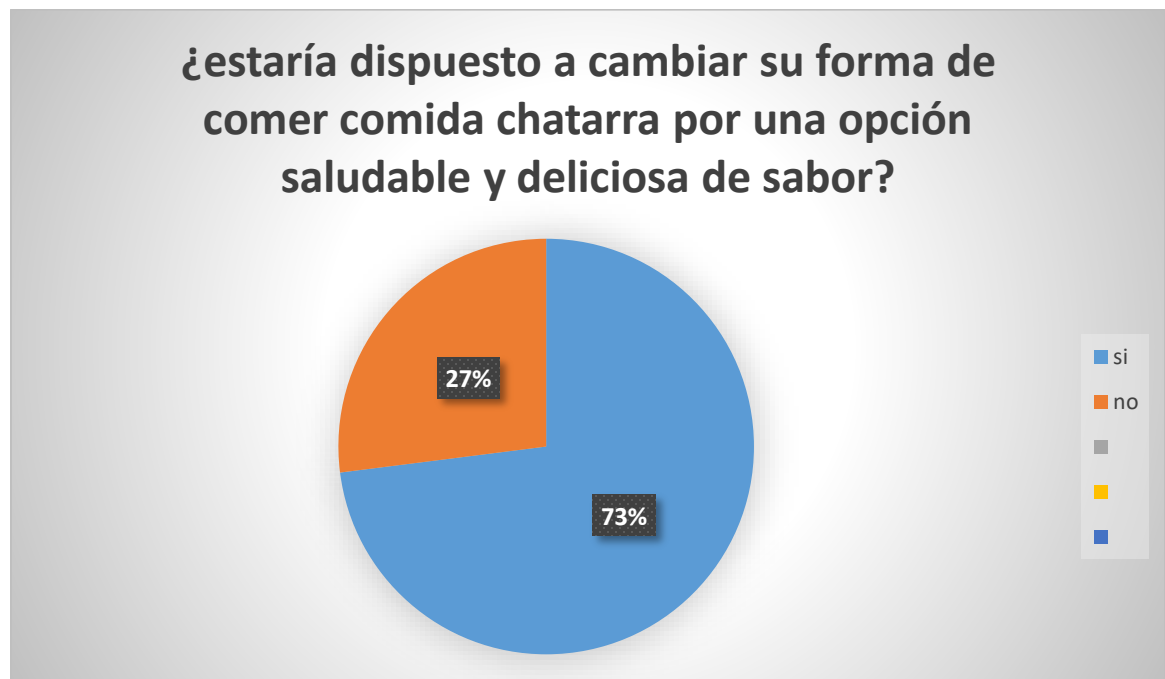
16. Cuando sale a un restaurante ¿Tiene alguno de su preferencia?

- A. Si
- B. No



17. ¿estaría dispuesto a cambiar su forma de comer comida chatarra por una opción saludable y deliciosa de sabor?

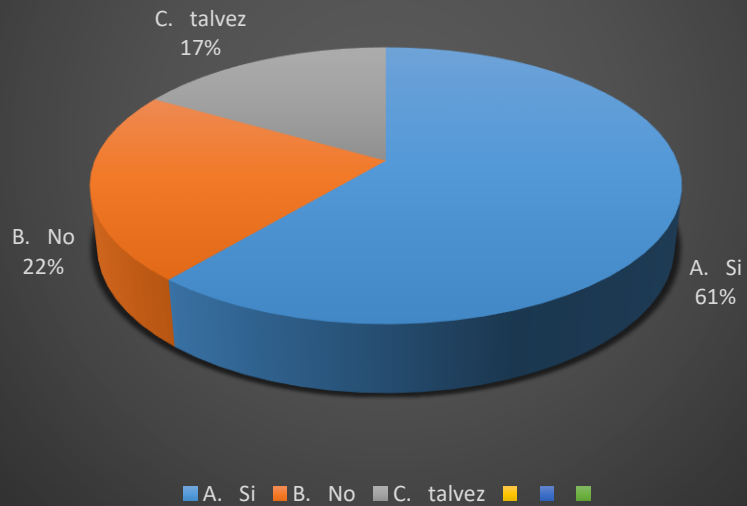
- A. Si
- B. No



18. ¿si el mercado le brindara más opciones de establecimientos de comidas saludables lo tomaría como alternativa de esparcimiento con sus amigos y familiares?

- A. Si
- B. No
- C. talvez

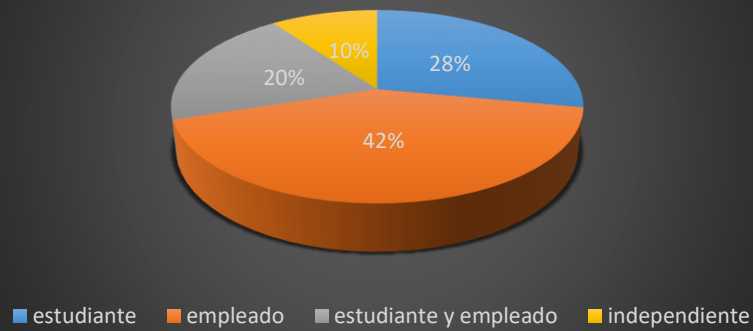
¿si el mercado le brindara más opciones de establecimientos de comidas saludables lo tomaría como alternativa de esparcimiento con sus amigos y familiares?



19. su ocupación actual es

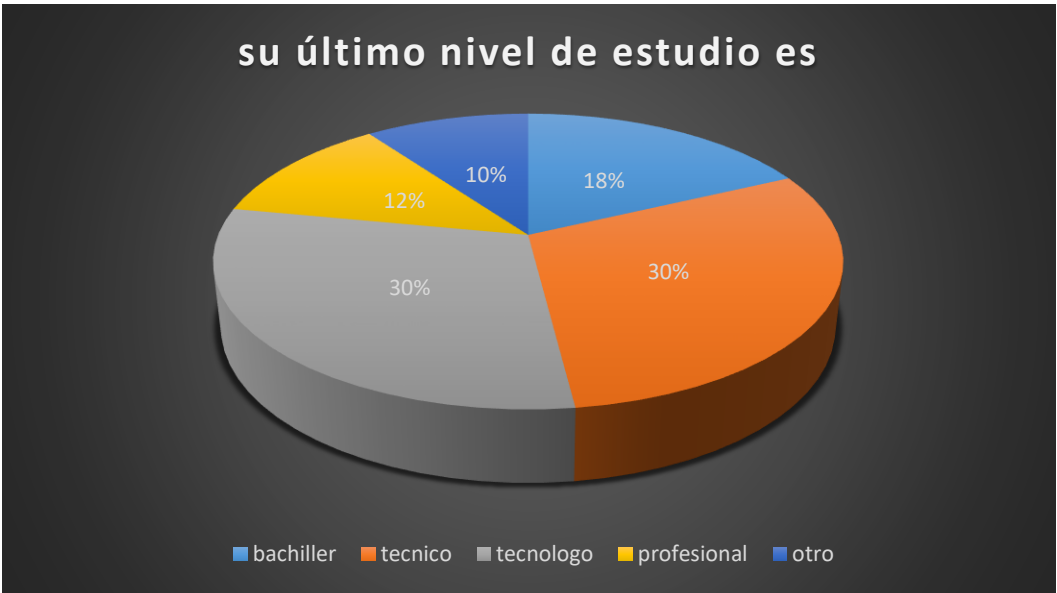
- a. estudiante
- b. empleado
- c. las dos anteriores
- d. independiente

su ocupacion actual es



20 ¿su último nivel de estudio es?

- A. Bachiller
- B. Técnico
- C. tecnólogo
- D. profesional
- E. otro



Bibliografías

- Hauser, John, and Don Clausing, "The House of Quality," Harvard Business Review, Vol. 66, No. 3, May-June 1988, pp. 63-73.
- <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4946416>
- <https://www.elpais.com.co/california/el-52-de-la-poblacion-colombiana-es-obesa-segunencuesta-de-situacion-nutricional.html#:~:text=User%20Admin,El%2052%25%20de%20la%20poblaci%C3%B3n%20colombiana%20es%20obesa,s eg%C3%BAAn%20Encuesta%20de%20Situaci%C3%B3n%20Nutricional&text=200%25%20ha%20aumentado%20en%20los,sobrepeso%20en%20hombres%20y%20mujeres.>
- <https://www.lapatria.com/salud/52-de-los-colombianos-son-obesos-55635>
- https://caracol.com.co/radio/2020/03/02/salud/1583176742_385355.html
- <https://actualicese.com/requisitos-que-se-exigen-para-abrir-establecimientos-decomercio.com>
- <http://www.marketing-xxi.com/concepto-de-investigacion-de-mercados-23.htm>
- <https://www.gestiopolis.com/cuales-son-las-fases-del-desarrollo-de-nuevos-productos/>
- <https://www.directopaladar.com/recetario/63-recetas-platos-saludables-para-no-subir-pesocarentena>
- <https://sandsarquitecturablog.wordpress.com/2013/10/09/restaurante-green-and-tasty/>