

CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR

CUN

GERALDINE FONSECA

OSCAR AHUMADA

LEIDY MENDOZA N

PROYECTO:

PICNIC, PARRILLA Y MÁS

OPCIÓN DE GRADO CICLO TECNICO

BOGOTÁ

2018

## Contenido

INTRODUCCIÓN .....	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	2
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .....	3
JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA .....	3
OBJETIVOS .....	3
Objetivo general .....	3
Objetivos específicos .....	4
MARCO TEORICO .....	4
MARCO CONCEPTUAL.....	8
Conceptos Importantes .....	8
MARCO TEMPORAL.....	9
MARCO LEGAL .....	10
MARCO ESPACIAL .....	12
ANÁLISIS DEL SECTOR .....	14
TIPOS DE ESTUDIO .....	21
Clasificación de la empresa.....	22
ANEXOS.....	22
Bibliografía .....	23

## INTRODUCCIÓN

Desde hace muchos años las familias, grupos de amigos, compañeros de trabajo entre otros buscan realizar actividades que los lleven fuera de la monotonía y les permitan distraerse y fortalecer sus vínculos mediante la realización de actividades fuera de los ámbitos en los que siempre se encuentran, para ello optan por buscar actividades que satisfagan esta necesidad; Por ello se considera necesario encontrar un lugar donde se obtengan diversos servicios sin necesidad de trasladarse de un sitio a otro.

“En la actualidad podemos ver un formato de entretenimiento que no era muy visible hace algunos años como es la práctica del Paintball, esto ha llevado a que las personas se interesen, pues es un juego novedoso que ayuda al movimiento y estimulación física además del trabajo en equipo y hasta puede tomarse como terapia anti-estrés. No es nada raro que luego de hacer cualquier práctica deportiva el cuerpo pida comida pues la adición de nuevos desafíos a la rutina actual requiere que la ingesta de calorías aumente, con el fin de mantener las reservas de energía completas.”<sup>1</sup>. (<https://powerexplosive.com/por-que-siento-hambre-despues-de-entrenar-y-que-puedo-hacer/>)

A la hora de elegir un lugar para salir a comer a veces es difícil escoger entre opciones que parecen bastante similares<sup>2</sup> (<https://blog.restorando.com/10-restaurantes-tematicos-bogota/>); por eso hallar un lugar con la posibilidad de cubrir todas las demandas que el usuario pueda presentar, teniendo en cuenta si sus acompañantes son niños pequeños, adultos mayores o incluso mascotas que en estos tiempos son parte fundamental de la familia que siente el deseo de llevarlos consigo todo el tiempo, aunque a veces esto sea más difícil de lo que parece puesto que la mayoría de locales o lugares comerciales tiene restricciones a la hora de ingresar; sin embargo

---

en algunos otros países este problema ya se encuentra resuelto y se han adecuado espacios donde se puede compartir cualquier actividad en compañía de su mascota. Esta tendencia existe desde hace varios años en Europa e inició cuando los franceses comenzaron a asistir a eventos y a hospedarse en hoteles junto con sus amigos de cuatro patas. Las empresas de turismo vieron en aquél momento una oportunidad de negocio y hoy es uno de los mercados que más crece en todo el mundo.<sup>3</sup> (<http://www.eluniversal.com.co/cartagena/hoteles-pet-friendly-una-tendencia-mundial-que-llego-cartagena-288566>)

## **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

La tendencia mundial hoy en día está enfocada hacia el cambio, la innovación, los nuevos retos, es por esto que las personas cada día se vuelven más críticas y más exigentes a la hora de escoger un sitio de esparcimiento, diversión, distracción. Ya no sólo buscan mejores precios sino un mayor valor agregado que les brinde más beneficios y satisfacciones. Hoy en día ya no solo los hombres son quienes trabajan, también lo hacen las mujeres por lo cual no hay tiempo para preparar la comida y comer en casa, el tiempo por lo tanto se ha convertido en un factor importante y limitante. “Y no solo se trata de almorzar, si no de divertirse. en la mayoría de las ocasiones los niños y adultos pasean por las calles de los municipios a donde conducen las carreteras del norte: Chía, La Calera, Sopo Tocancipa, Zipaquirá, Sesquilé y Guatavita, entre otros.”<sup>4</sup> (<https://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-243081>)

---

## **FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Es viable la implementación de un restaurante de comida típica llanera junto a un campo de paintball, que busque la integración familiar y social con un Formato Pet Friendly en una zona al aire libre?

## **JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA**

En la actualidad la sociedad, cada día, tiende a ser más afanada por cuestiones de Tiempo, y esto se ha convertido en un factor limitante. Las personas, comen cada vez menos en sus casas. La tendencia está en Alimentarse fuera del hogar, así que recurren a restaurantes, algo que les haga Más fácil la vida, donde puedan socializar a la vez y donde se les ahorre tiempo y Dinero.

Las personas cada día buscan en estos sitios un factor que los diferencie de los demás, que les brinde un mejor servicio, mejor calidad e innovación en cuanto a la preparación de los alimentos.

Viendo estos factores se toma la decisión de crear un restaurante de comida llanera, en un sector campestre donde se pueda salir de la rutina ,ya que es un lugar tranquilo, con esto buscamos satisfacer las necesidades de consumo alimenticio y adicional a esto se ofrece el servicio de recreación.

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo general**

Plantear, analizar y desarrollar un plan de negocios que permita definir la creación de un restaurante donde se involucren la alimentación, y el entretenimiento como valor agregado.

### **Objetivos específicos**

- Sustentar legal y comercialmente la actividad del restaurante.
- Satisfacer la necesidad de brindar un buen servicio, una alimentación sana y agradable a todas las personas que frecuenten, visiten o vivan en el sector
- Plantear el estudio económico pertinente con el fin de determinar la Viabilidad del proyecto.
- Efectuar el análisis jurídico y legal para identificar los requisitos necesarios para este tipo de negocio, y así dar vida al proyecto
- Identificar preferencias alimentarias del consumidor

### **MARCO TEORICO**

**Plan de negocios:** Es una guía para la construcción de una compañía que contiene la misión, las oportunidades identificadas, los objetivos, las estrategias, los planes de acción y las medidas de control y evaluación.<sup>5</sup>

[http://www.funcionpublica.gov.co/documents/418537/506911/GuiaConstruccionyAnalisisIndicadoresGestionV3\\_Noviembre2015/dd2a4557-5ca1-48e3-aa49-3e688aeabfb2](http://www.funcionpublica.gov.co/documents/418537/506911/GuiaConstruccionyAnalisisIndicadoresGestionV3_Noviembre2015/dd2a4557-5ca1-48e3-aa49-3e688aeabfb2)

Es necesario elaborar un plan de negocio para crear un restaurante llanero con opción de recreación y paquetes para disfrutar un mejor servicio.

**Descripción del negocio:** Proporciona una descripción detallada del mismo.

Para describir un negocio, es importante hacerse la pregunta: “¿En qué negocio estoy?” Describir los productos, servicios y mercado. Asegurarse de incluir una descripción completa de lo que

---

distingue a su negocio de otros. La descripción del negocio debería identificar en forma clara las metas y objetivos. Deberá explicar por qué usted tiene o va a tener este negocio.<sup>6</sup>

**Ventas y mercadeo:** Una de las claves para tener buenas ventas es conocer a sus clientes, lo que les gusta, disgusta, sus necesidades y expectativas. Cuando se identifican estos factores, se puede desarrollar una estrategia de ventas que le permitirá entender y satisfacer sus necesidades. Es importante conocer la competencia. Considerar las estrategias de ventas y precios. Planificar la estrategia de precios. Antes que nada, establecer una política, ya sean con precios más caros o más baratos que su competencia. Luego, se podrá controlar los precios y costos y hacer los ajustes necesarios para garantizar una ganancia.<sup>7</sup>

<http://www.infoservi.com/index.php/marketing/19-diseno-de-las-estrategias-y-programas-para-fijar-precios>)

**Requisitos de operación:** Explicar la forma en que se maneja la empresa día a día. Hablar sobre las políticas de contratación y de personal. Hablar sobre el seguro, acuerdos de alquiler o renta, requisitos legales que debe cumplir, y otros requisitos operativos para hacer funcionar la empresa. Tomar en cuenta todo el equipo necesario para fabricar el producto o brindar el servicio. Describir el proceso de producción y entrega de los productos y / o servicios.

**Administración financiera:** Una de las mejores formas de que el negocio se mantenga solvente y lucrativo es con una administración financiera sólida. Para administrar sus finanzas en forma efectiva, es necesario escribir un presupuesto sólido y realista determinando la cantidad de dinero real que va a necesitar para abrir el negocio (costos iniciales) y la cantidad necesaria para mantenerlo abierto (costos de operación). Preparar una proyección de ventas, de flujo de efectivo, declaración de ingresos, análisis de punto de equilibrio y una hoja de balance. Hacer un

---

estado financiero, escribir los informes de ingresos y flujos de efectivo y balance. Entender las herramientas financieras lo suficiente que pueda sacarles provecho.

(<https://www.sanmateo.edu.co/documentos/publicacion-analisis-financiero.pdf>)

**Perfil del personal administrativo:** El capital más importante de un negocio es su gente. Es importante identificar las habilidades que necesitan según los cargos, así mismo se identifica a los empleados clave. Explica las habilidades y experiencia que aportarán al negocio.<sup>8</sup>

(<https://blog.peoplenext.com.mx/los-beneficios-de-la-gestion-del-talento-humano-por-competencias-para-tu-empresa>)

**Análisis de mercado:** Tiene como objetivo central determinar, con un buen nivel de confianza los siguientes aspectos: La existencia real de clientes

Análisis de mercado: Tiene como objetivo central determinar, con un buen nivel de confianza los siguientes aspectos: La existencia real de clientes.<sup>9</sup> (<https://www.monografias.com/trabajos98/estudio-mercado-evaluacion-proyectos/estudio-mercado-evaluacion-proyectos.shtml>)

**Análisis administrativo:** Tiene como objetivo definir las necesidades de perfil del grupo empresarial y de personal que el negocio exige, las estructuras y los estilos de dirección, los mecanismos de control, las políticas de administración personal y de participación del grupo empresarial en la gestión y en los resultados y la posibilidad de contar con todos los elementos.<sup>10</sup>

([https://repository.udem.edu.co/bitstream/handle/11407/2262/T\\_MBA\\_42.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repository.udem.edu.co/bitstream/handle/11407/2262/T_MBA_42.pdf?sequence=1&isAllowed=y))

<sup>1</sup> (<https://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis85.pdf>)

---



**Análisis legal y social:** Define la posibilidad legal y social que existe, para que el negocio se establezca y opere. Temas como permisos, reglamentaciones, leyes, obligaciones, efectos sociales, tipos de sociedad, responsabilidades, entre otros, deben estudiarse detalladamente para visualizar la factibilidad de cumplir estos requerimientos legales y evitar las incidencias negativas sobre la comunidad.<sup>11</sup>

(<https://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis85.pdf>)

**Análisis económico:** Determinar las características económicas del proyecto, para ellos hay necesidad de identificar las necesidades de inversión, los ingresos, los costos, los gastos, la utilidad, los puntos de equilibrio contable y económico y determinar la posibilidad de que, al vender el producto al precio establecido, el negocio deje un excelente adecuado.<sup>12</sup>

(<https://www.grandespymes.com.ar/2012/12/26/como-calculiar-el-punto-de-equilibrio-de-su-negocio-que-significa-para-la-gestion-de-su-negocio/>)

De acuerdo con el libro de Philip Kotler, Gary Armstrong, fundamentos del marketing se pueden clasificar el producto en 3 partes: Real, Central y Aumentado.

**Producto central:** En este, podemos clasificar el tipo de beneficio que el cliente va obtener a partir del servicio como tal, es decir el servicio del restaurante llanero con opción de recreación.

**Producto real:** En este caso será la calidad del servicio, la calidad de los alimentos, la calidad del juego, es decir todo en general del restaurante para que el cliente quede completamente satisfecho y genere fidelidad al restaurante.

---

**Producto aumentado:** Se trata del servicio posterior, la experiencia y recordación que va tener el cliente no solo durante su estadía en el restaurante, sino también después, como atención de quejas y reclamos.

## MARCO CONCEPTUAL

### Conceptos Importantes

Restaurante: Es un comercio donde se presta un servicio, dependiendo del local. Cubre una gran variedad de modalidades de servicio y tipos de cocina.<sup>13</sup>

(<http://es.wikipedia.org/wiki/Restaurante>)

Establecimiento público donde se sirven comidas y bebidas mediante precio, para ser consumidas en el mismo local.<sup>14</sup> (<http://www.arabe.cl/chile/restaurantes.html>)

Servicio al cliente: Consiste en asegurarse de que el cliente quede satisfecho y siga comprando un producto y siga usando un servicio.

Innovación: es la aplicación de nuevas ideas, productos, servicios y prácticas con la intención de ser útiles para el incremento de la productividad por hectárea, por unidad de trabajo hombre o por unidad bovina adulta, o cualquier medida de aquella (aunque algunas no lo consiguen vistas con perspectiva). Un elemento esencial de la innovación es su aplicación exitosa de forma comercial. Es decir, no solo hay que inventar algo, si no, por ejemplo introducirlo en el mercado para que la gente pueda disfrutar de ello.<sup>15</sup> (<http://www.cietec.org/negocio/negocio9.htm>)

Innovación: Transformación de una idea en un producto nuevo o mejorado que es introducido en el mercado, o en un proceso de fabricación nuevo o significativamente mejorado que es utilizado

---

en la industria o en el comercio. La novedad que define la innovación debe serlo para el mercado en el que se desenvuelve la empresa, independientemente de si éste es local, regional, nacional o internacional.<sup>16</sup> (5 <http://es.wikipedia.org/wiki/Innovaci%C3%B3n>)

Productos y servicios: Se describe lo que desea vender o el servicio que se quiere ofrecer, por qué beneficiará al cliente y lo que lo hace especial o único (valor agregado). Tratar de describir los beneficios de sus productos y servicios desde la perspectiva del cliente. Los empresarios que tienen

Resultado de éstas. Es el equivalente no material de un bien. La presentación de un servicio no resulta en posesión, y así es como un servicio se diferencia de proveer un bien físico.<sup>17</sup>

(<http://es.wikipedia.org/wiki/Servicio>)

**Pet Friendly:** Como su nombre lo indica, Pet Friendly (mascota amigable) significa que todo negocio o establecimiento comercial que afirme sentirse identificado con esta filosofía, permite el ingreso de seres humanos en compañía de perros y gatos domesticados.

Estos lugares por lo general cuentan con áreas específicas para estos animales cuentan con todas las comodidades.

## MARCO TEMPORAL

**Mes 1.** Planeación de cómo se va a constituir legalmente la empresa, y averiguar los requerimientos se necesitan para su creación.

**Mes 2.** Realizar encuestas a nuestros posibles clientes y/o proveedores con el fin de determinar qué tan viable es el proyecto.

---

**Mes 3.** Radicación documentos ante la Dian para la creación de la empresa y/o constitución del establecimiento

**Mes 4.** Solicitar los documentos necesarios para tener permisos necesarios o solicitados para el funcionamiento del establecimiento.

### **MARCO LEGAL**

Matrícula mercantil vigente. El establecimiento de comercio debe matricularse a más tardar dentro del mes siguiente a la fecha en la que inició actividades.

\*Certificado Sayco & Acinpro. Si en el establecimiento se hace el 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

\*En el caso de las personas jurídicas y naturales que ejercen actividades en torno a los alimentos como su fabricación, procesamiento, distribución y comercialización, deben también cumplir con los requisitos sanitarios establecidos en la Resolución 2674 de 2013. Esta norma alude específicamente en el capítulo VIII a las condiciones sanitarias que deben cumplir los restaurantes y establecimientos gastronómicos.

\*Uso de suelo. Verificar que la actividad económica del establecimiento comercial se pueda desarrollar en la ubicación que se ha escogido, de acuerdo con el Plan de Ordenamiento Territorial y la reglamentación específica del municipio, y solicitar el respectivo certificado de Uso de suelo a la Oficina de Planeación.

\*Inscripción en el RUT. Los comerciantes deben estar inscritos en el RUT (Registro Único Tributario) y, si pertenecen al régimen simplificado, deben indicar su RUT en un lugar visible del establecimiento.

\*inscripción en el RIT. Todo establecimiento de comercio debe quedar inscrito en el Registro de Información Tributaria (RIT) a través del diligenciamiento del *Formulario RIT Establecimiento de Comercio*. Este formulario también permite realizar la actualización o clausura de dichos establecimientos.

\*Certificado de manipulación de alimentos. 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. (<https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-Lacteo-de-Bogota-Region/Noticias/2016/Abril/Conozca-los-requisitos-para-abrir-un-nuevo-negocio-de-productos-alimenticios>)

## MARCO ESPACIAL

A continuación, se presenta el sitio donde estará ubicado en la zona norte de Bogotá, Barrio Torca, en la carrera 7 #235-55



## DISEÑO METODOLÓGICO

Tabla 1  
*Diseño metodológico*

<b>OBJETIVOS ESPECIFICOS</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>TECNICA UTILIZADA</b>	<b>HERRAMIENTAS</b>
<b>ANALISIS DE MERCADO</b>	Identificar las preferencias de las personas en cuanto a sus gustos en la comida y la frecuencia con que visitan restaurantes.	Recolección y tabulación de datos para tener en cuenta las preferencias de los consumidores.	-Encuestas  -Segmentación de público objetivo.
<b>ESTUDIO TECNICO</b>	Evaluación y proyección de los procesos operativos y administrativos necesarios.	-Gerencia de administración.  -Métodos de producción y organización	-Diagramas de flujo  -Asignación de funciones.
<b>PLAN DE MARKETING</b>	Diseñar formas de dar a conocer más el negocio	-Publicidad  -Manejo de redes sociales  -Influencer	-Página web  -Redes sociales  -Radio  -Folletos
<b>ESTUDIO FINANCIERO</b>	Determinar qué tan viable es poner en marcha el proyecto	Contabilidad general.  Proyección de ventas  Presupuesto	-Proyección de estados financieros.

(Elaboración propia)

## ANÁLISIS DEL SECTOR

Tabla 2  
Resultados de encuesta

<b>a).</b>	<b>Edad</b>
4	18-24
2	25-35
3	36-49
1	50 O MÁS
<b>b).</b>	<b>Sexo</b>
4	Femenino
6	Masculino
<b>c).</b>	<b>Suele ir a menudo a restaurantes en familia</b>
7	Si
3	No
<b>d).</b>	<b>¿Qué tipo de comida Prefiere Usted? (En restaurante)</b>
5	Comida Tradicional
1	Comida saludale
3	Carne
1	Comida Vegetariana
<b>e).</b>	<b>¿Cuántas veces al mes come en restaurante?</b>
5	1-2 Veces
2	3-5 Veces
3	5 a más



---

**f). ¿En qué horario asiste usted a un restaurante?**

1 En el desayuno

4 En el almuerzo

5 En la cena

**g). ¿Por qué razón prefiere comer en restaurante?**

4 No, prefiero comer en casa

0 Por diversión

6 Por falta de tiempo para cocinar

**h). ¿Qué valora usted de un restaurante?**

3 Precio

2 Calidad del servicio

4 Calidad del producto

1 Valor Agregado (Música, Diversión)

**i). Cuanto estaría dispuesto a pagar por un plato de comida a la llanera**

4 20-40 mil pesos

3 41-60 mil pesos

3 61 milpesos en adelante

**j). ¿Por qué regresaría usted a un restaurante?**

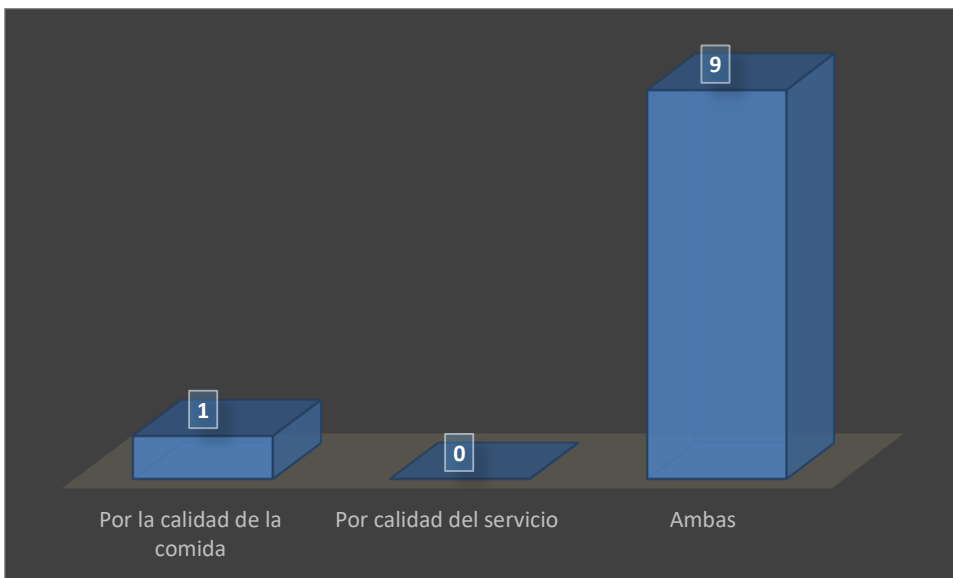
1 Por la calidad de la comida

0 Por calidad del servicio

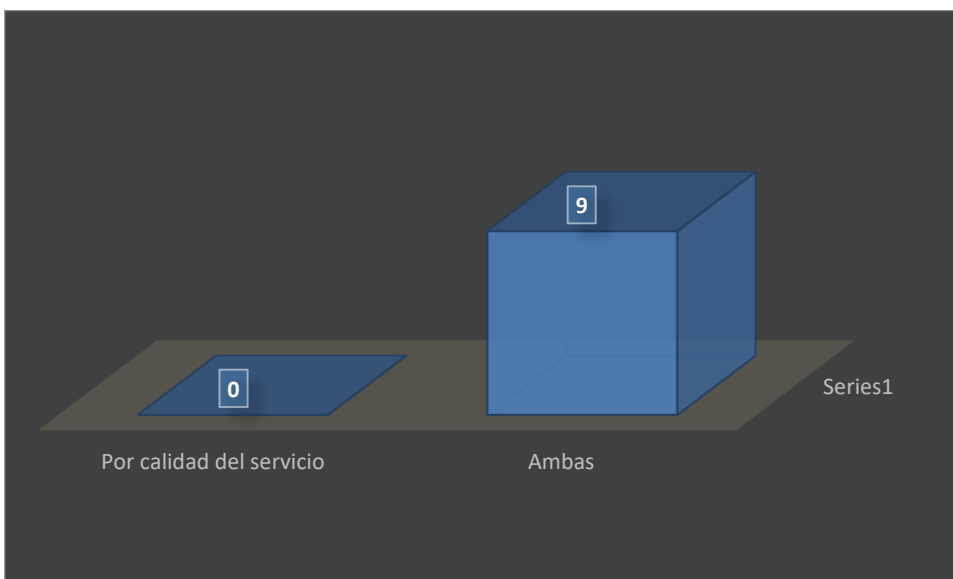
9 (Elaboración propia)  
Ambas

---

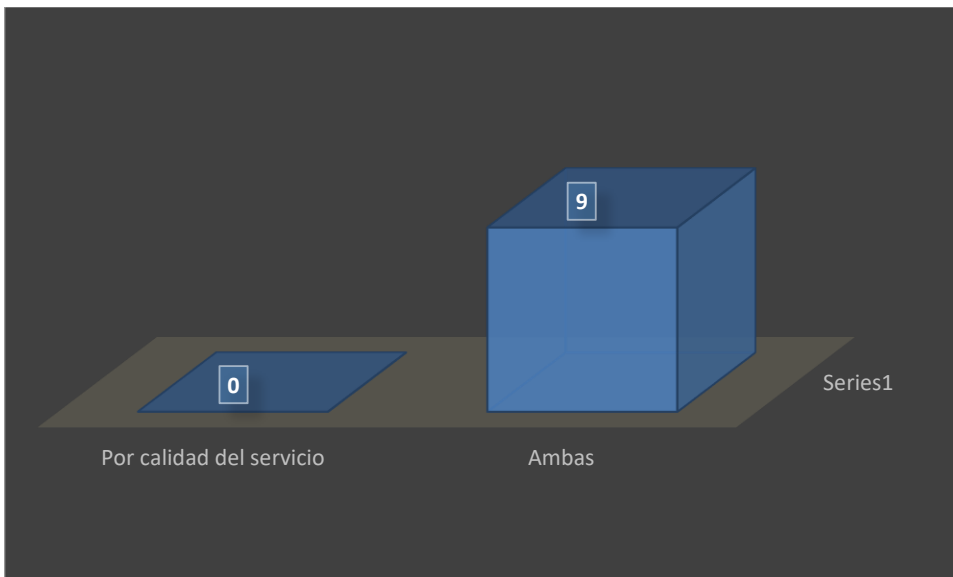
## 1. Edad



## 2. Sexo



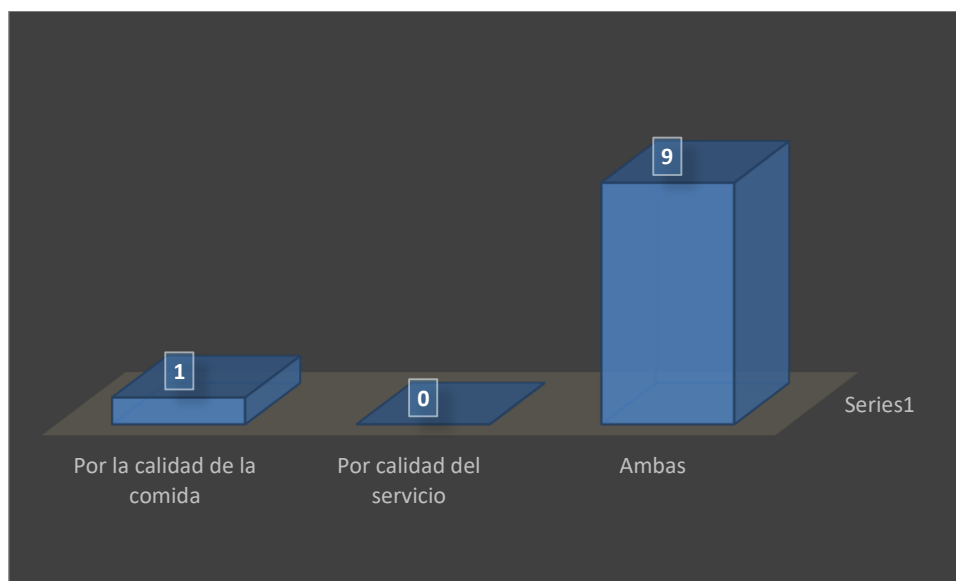
### 3. Suele ir a menudo a restaurantes en familia



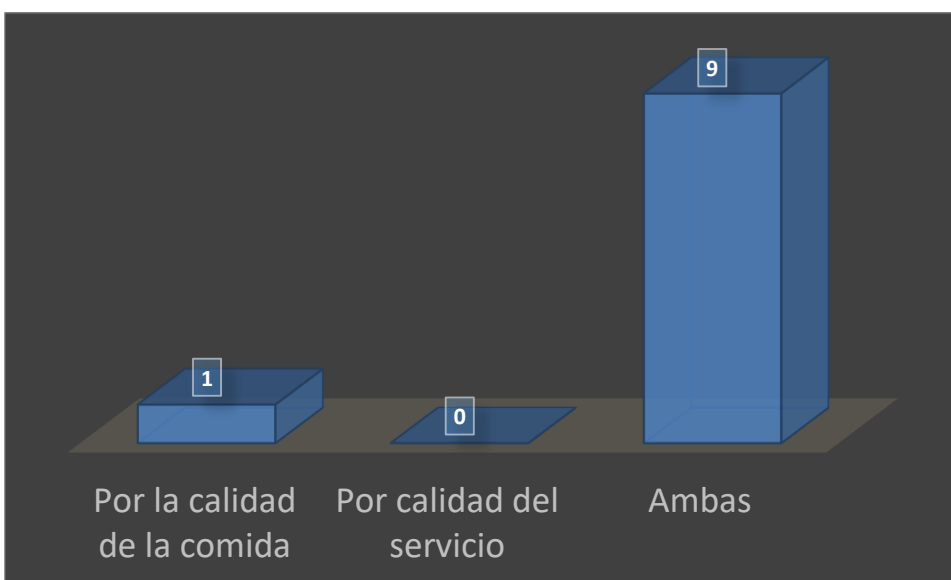
### 4. ¿Qué tipo de comida Prefiere Usted? (En restaurante)



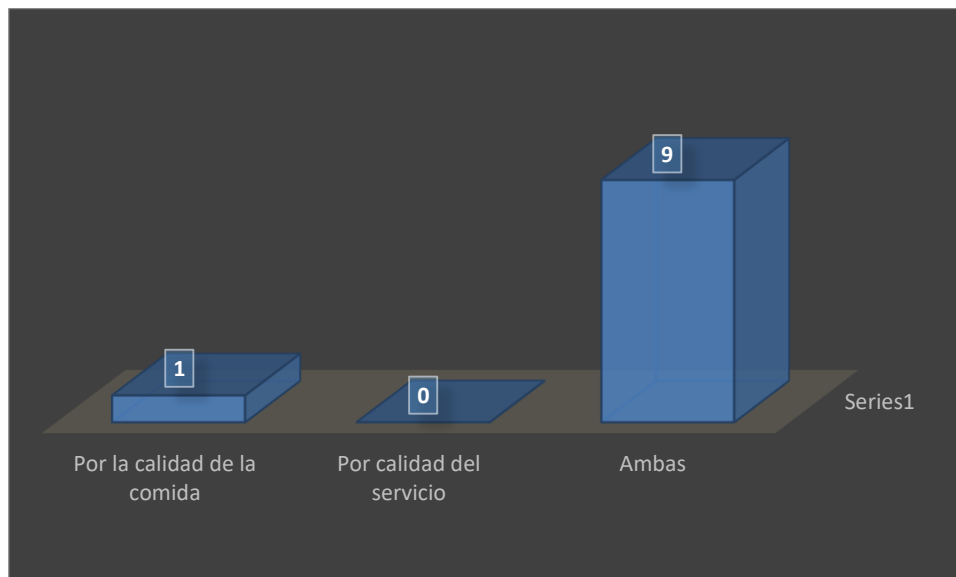
5. ¿Cuántas veces al mes come en restaurante?



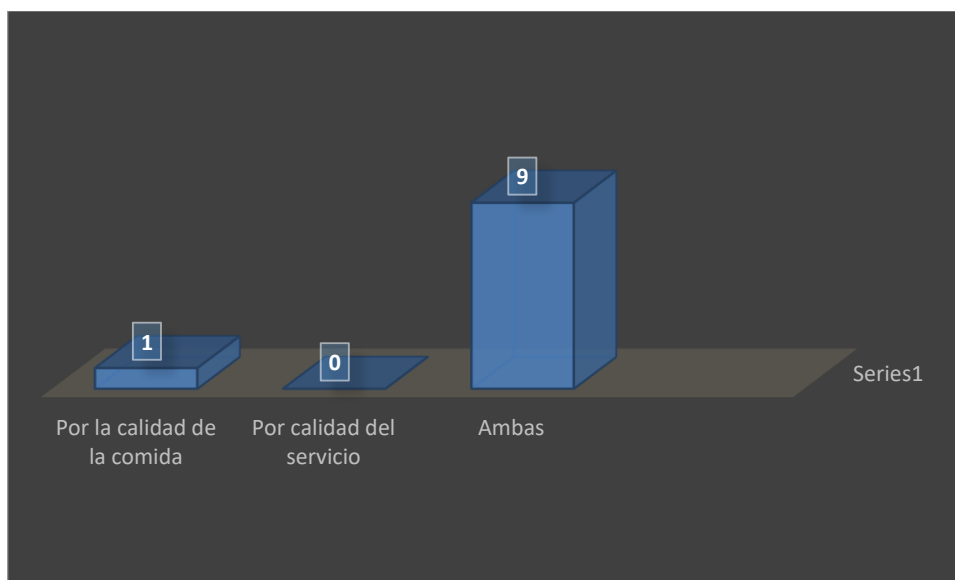
6. ¿En qué horario asiste usted a un restaurante?

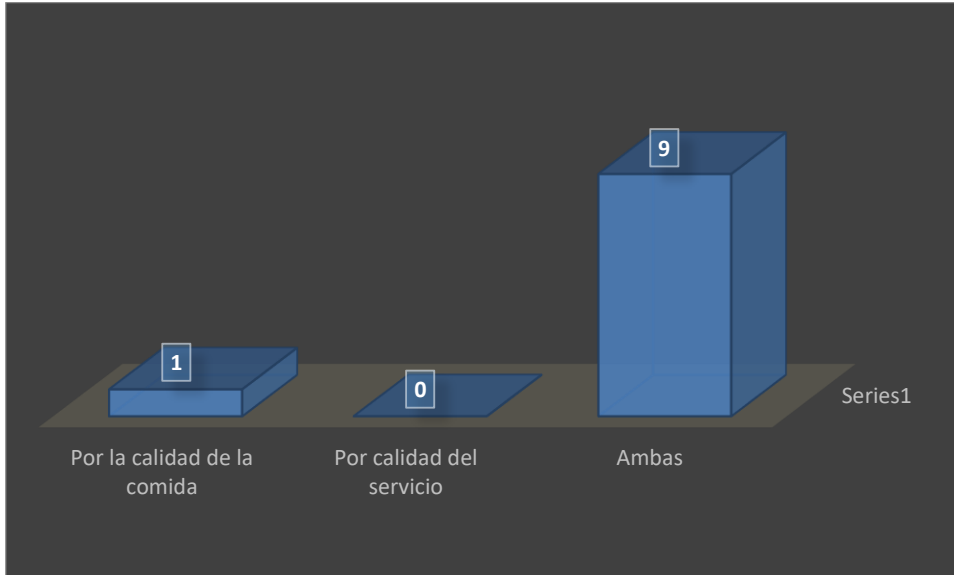
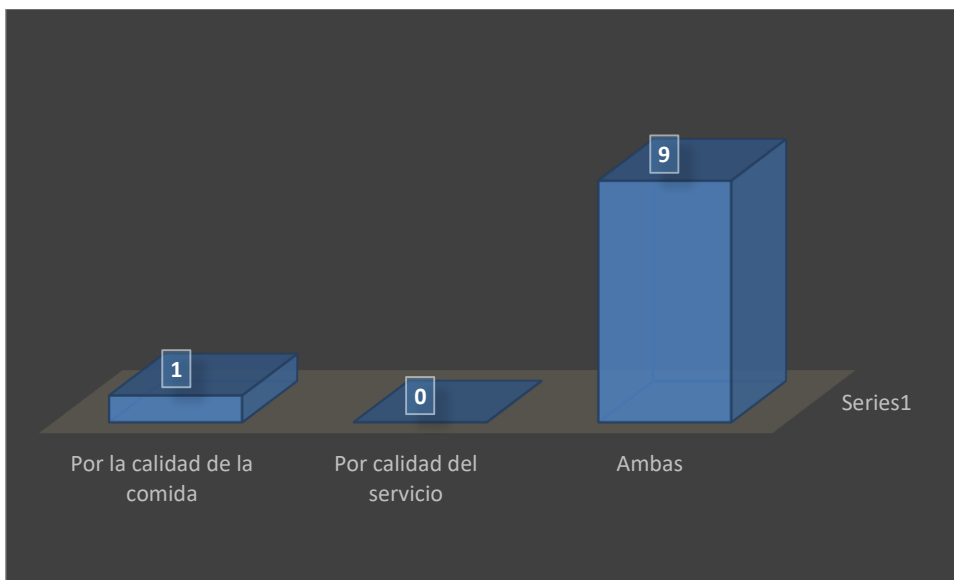


### 7. ¿Por qué razón prefiere comer en restaurante?



### 8. ¿Qué valora usted de un restaurante?



**9. Cuanto estaría dispuesto a pagar por un plato de comida a la llanera****10. ¿Por qué regresaría usted a un restaurante?**

### **Conclusiones según la encuesta.**

- Las personas prefieren la comida tradicional, en vez de probar o consumir platos nuevos o diferentes.
- La tendencia es acudir a un restaurante dentro de 1 a 2 veces al mes.
- El mayor consumo según la encuesta es a la hora del almuerzo y en la cena
- Tienden acudir al restaurante por falta de tiempo para cocinar
- La causa porque la mayoría de las personas vuelven a un restaurante, es por la calidad de la comida y calidad del servicio.

### **TIPOS DE ESTUDIO**

El tipo de estudio en la presente investigación corresponde a un estudio descriptivo. Este estudio tiene como objetivo principal la descripción y observación de situaciones y eventos, ya que el procedimiento de investigación debe hacerse "paso a paso" de manera que se pueda apreciar de forma explícita, por lo cual se utilizarán recolección de información de fuentes primarias y secundarias, igualmente la consulta de bibliografía especializada, acompañada de la técnica de observación por cuanto el mercado gastronómico en Cartagena es altamente dinámico.

Etapas 5 – Estudio de Mercado Objetivo: Identificar a través de fuentes primarias (encuesta) y fuentes secundarias (estudio Chile Saludable 2012), los gustos, preferencias e inclinaciones de los chilenos en lo referente a alimentación saludable. Por medio del análisis de estudios estadísticos y exploratorios existentes se pretende validar el comportamiento de los consumidores, para de esta manera identificar los gustos y preferencias de los chilenos, lo cual será la base para determinar elementos fundamentales en el Plan de Negocios como la segmentación, targeting, posicionamiento, ubicación, entre otros.

**Clasificación de la empresa**

Se clasifica como una empresa de servicios al poner a la orden del cliente bienes de consumo como lo son los platos preparados y además de estos los servicios recreativos.

**ANEXOS**

- Balance inicial



## Bibliografía

- (<https://powerexplosive.com/por-que-siento-hambre-despues-de-entrenar-y-que-puedo-hacer/>)
- (<http://www.eluniversal.com.co/cartagena/hoteles-pet-friendly-una-tendencia-mundial-que-llego-cartagena-288566>)
- (<https://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-243081>)
- [http://www.funcionpublica.gov.co/documents/418537/506911/GuiaConstruccionyAnalisisIndicadoresGestionV3\\_Noviembre2015/dd2a4557-5ca1-48e3-aa49-3e688aeabfb2](http://www.funcionpublica.gov.co/documents/418537/506911/GuiaConstruccionyAnalisisIndicadoresGestionV3_Noviembre2015/dd2a4557-5ca1-48e3-aa49-3e688aeabfb2)
- (<https://www.sanmateo.edu.co/documentos/publicacion-analisis-financiero.pdf>)
- (<https://www.grandespymes.com.ar/2012/12/26/como-calculiar-el-punto-de-equilibrio-de-su-negocio-que-significa-para-la-gestion-de-su-negocio/>)
- ([https://repository.udem.edu.co/bitstream/handle/11407/2262/T\\_MBA\\_42.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repository.udem.edu.co/bitstream/handle/11407/2262/T_MBA_42.pdf?sequence=1&isAllowed=y))
- <sup>1</sup> (<https://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis85.pdf>)
- (<http://es.wikipedia.org/wiki/Restaurante>)
- (<http://www.cietec.org/negocio/negocio9.htm>)
- (5 <http://es.wikipedia.org/wiki/Innovaci%C3%B3n>)
- (<http://es.wikipedia.org/wiki/Servicio>)
- (<https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-Lacteo-de-Bogota-Region/Noticias/2016/Abril/Conozca-los-requisitos-para-abrir-un-nuevo-negocio-de-productos-alimenticios>)