



**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA LEGALIZACION Y CREACION DE UN
FOOD TRUCK DE COMIDA FUSION EN LA CIUDAD DE BOGOTÁ**

PRESENTADO POR:

WILDER ORLANDO ROBLES LOZANO

PRESENTADO A:

ANDRES FELIPE ORTIZ

**UNIMINUTO – CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESPECIALIZACIÓN EN FINANZAS
BOGOTA D.C COLOMBIA
2017**

HOJA DE CALIFICACIÓN

Nota de Aceptación

Asesor _____
Jurado 1 _____
Jurado 2 _____

Firma del Asesor

Firma del Jurado 1

Firma del Jurado 2

AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer primero que todo a mi familia por el apoyo brindado durante este largo y maravilloso camino, a mis docentes por su acompañamiento, conocimientos y guía brindados durante la elaboración de este proyecto.

Tabla de Contenido

Introducción	7
1. Planteamiento del problema y Justificación	9
1.1 Planteamiento del problema	9
1.2 Justificación	11
2. Objetivos	12
2.1 Objetivo General.....	12
2.2 Objetivos específicos.....	12
3. Marco de Referencia	13
3.1 Marco Conceptual.....	13
3.2 Marco Teórico.....	15
3.2.1 Generalidades del proyecto	15
3.2.2 Actualidad	17
3.3 Marco Legal y Jurídico.....	20
4. Antecedentes	24
4.1 EL CONSUMO DE COMIDA RÁPIDA POR JUAN AITOR LAGO MONEO	24
La vida de hoy	26
4.2 LA GESTION GATRONÓMICA EN COLOMBIA	27
5. Desarrollo metodológico	29
5.1 Aspecto metodológico y estrategias	29
5.1.1 Modelo CANVAS	32
5.1.2 Matriz DOFA	36
4Elements Food Truck	38
5.2 Presentación del negocio	39
5.3 Análisis del mercado específico.....	45
5.4 Proceso productivo	52
En 4Elements utilizaremos la siguiente norma para la manipulación de materiales,	
52	
6. Estudio técnico financiero	64
6.1 Plan económico	64
6.2 Inversión inicial y financiación.....	73
6.3 Balance General, Estado de resultados y Flujo proyectado	76
7. Conclusiones y Recomendaciones	81
8. Bibliografía	83

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1. Análisis DOFA	38
------------------------------------	----

Introducción

A continuación se presenta el estudio de factibilidad que logrará determinar el montaje de un restaurante móvil de comida fusión, el cual estará rodando por la zona Nor-Oriental de la ciudad de Bogotá, más precisamente en la zona conocida como Centro Internacional Financiero.

En la actualidad esta zona cuenta con una gran oferta de restaurantes que se dedican a la preparación y venta de platos de comida gourmet, alrededor de unos treinta; es por esto que se estudia la implementación de una oferta novedosa tanto en la forma de llegar a los clientes a través de un vehículo equipado con todos los implementos para elaborar y distribuir alimentos, como en los platos que se brindan, ya que estos siguen la cultura gourmet es decir platos preparados con ingredientes frescos, naturales y que son beneficiosos para la salud de los consumidores.

Este estudio permitirá conocer cómo se encuentra el sector de restaurantes gourmet en la zona, logrando de esta manera identificar fortalezas, oportunidades, amenazas y debilidades que se puedan encontrar durante la implementación del mismo. Por otro lado es importante conocer todos los factores que forman parte en la ejecución del proyecto para que sea viable, rentable y exitoso, logrando de esta forma la implementación de una empresa innovadora en la ciudad, que logre satisfacer las necesidades y exigencias de

los clientes, alcanzando un alto reconocimiento por la calidad de los productos y servicios y por último pero de igual importancia obtener utilidades a los ejecutores del proyecto.

La industria de los Food Trucks es un reflejo directo de los cambios de la sociedad en la cual operan. La sociedad ha cambiado a un orden social más dinámico y más complicado que implica un movimiento que se aleja de los alimentos producidos en masa para dar paso a alimentos producidos para las masas, porque las exigencias de las personas así lo exigen.

La forma de alimentarse variará con el correr de los tiempos, ya que cada día las personas piensan más en su salud y como seleccionan los alimentos. La industria de los Food Trucks se basa en éste concepto, ofrecer productos de alta calidad, saludables y al alcance de las personas con disponibilidad de tiempo limitada.

1. Planteamiento del problema y Justificación

1.1 Planteamiento del problema

La ausencia de una regulación específica, ha llevado a que se hagan distintos esfuerzos por parte de organizaciones para brindar a los potenciales futuros propietarios de este tipo de negocios la mayor protección posible y de igual forma regular el comportamiento de los mismos dentro de su entorno.

Es importante que al momento de entrar o crear un negocio como este, se tenga muy claro cuál es el mercado objetivo para efectos de identificar la competencia y afinar las estrategias.

En la actualidad solo en Bogotá existen formalmente 22.000 restaurantes según fuentes de Asociación Colombiana de Restaurantes (ACODRES) de tipo gourmet fijos que atienden directamente al público dentro de un espacio determinado, pero ninguno de tipo móvil como el que se quiere desarrollar; esto brinda una gran posibilidad de aprovechar el poco tiempo de las personas para tomar el almuerzo ofreciéndoles una alternativa igual o mejor de buena.

Por otro lado se pretende crear una propuesta alimenticia que contribuya a la salud del consumidor a través de alimentos saludables, bajos en grasa y calorías además de

cambiar su percepción sobre tomar el almuerzo de forma callejera.

Es así como, basándome en las herramientas brindadas por el centro de emprendimiento y desarrollo de la Universidad Minuto de Dios se formularon las siguientes preguntas:

- ¿Qué tipo de comida encuentra en los puntos de venta en la calle?
- ¿Existe alguna diferencia en esos puestos de comida?
- ¿Qué factores negativos considera que existen en este mercado?
- ¿Cuántas veces ha comido en la calle en el último mes?
- ¿Cómo ha sido esa experiencia de comer en la calle?
- ¿Qué le gusta o no de la comida que encuentra en la calle?

1.2 Justificación

El presente proyecto de factibilidad es realizado para alcanzar las competencias académicas necesarias para formular y evaluar proyectos de manera adecuada, y en donde a través de las mismas desarrollare competencia profesionales en ramas como el emprendimiento o la consultoría, además de generar un alto nivel de conciencia medioambiental.

Actualmente se está presentando un fenómeno que afecta a casi todos los ciudadanos del país y es la falta de tiempo para desempeñar todas las labores cotidianas, lo que a su vez ha generado que las personas no puedan preocuparse adecuadamente por ellos, esta situación se presenta debido a factores como: el ambiente en el que se vive, es decir los factores culturales, los mensajes procedentes de los medios de comunicación, el entorno social general, entre otros; así pues estos hábitos alimenticios que se han adquirido con el pasar de los años no son los más apropiados ni ayudan al organismo a producir la cantidad de energía necesaria para el buen funcionamiento del cuerpo.

Es de vital importancia entender que para este proyecto de negocios mi principal función es la de generar un valor agregado a los clientes con base en los productos y servicios que se ofrecerán, dándoles la oportunidad de satisfacer y conocer una nueva forma de alimentación; además de que se convierta en un modelo atractivo de negocios

que con una reglamentación clara y un buen desarrollo en conjunto con las entidades gubernamentales puede generar beneficios económicos en el país.

2. Objetivos

2.1 Objetivo General

- Formular y evaluar la factibilidad para la legalización del negocio de Food Trucks en la ciudad de Bogotá, para su posterior desarrollo como plan de emprendimiento e idea de negocio.

2.2 Objetivos específicos

- Realizar una investigación exhaustiva sobre el comportamiento de los Food Trucks en Bogotá desde el año 2013.
- Investigar la normatividad que actualmente rige en la ciudad de Bogotá para la legalización de los Food Trucks como idea de negocio.
- Definir el modelo de negocios, reconociendo los socios claves para hacer contacto o alianzas, determinando nuestra propuesta de valor y estrategia del negocio.

- Realizar el estudio técnico y de ingeniería para identificar los recursos y procesos tecnológicos para la implementación del proyecto.
- Realizar un estudio financiero con horizonte a cinco años para identificar los recursos requeridos para la implementación del proyecto.
- Evaluar los principales indicadores medioambientales para identificar el impacto del proyecto a nivel ambiental, según normativa establecida por el ministerio del medio ambiente.

3. Marco de Referencia

3.1 Marco Conceptual

A continuación se hará claridad acerca de algunos conceptos que se manejarán a lo largo de este trabajo:

Comida chatarra: Se usa para describir los alimentos con poca cantidad de los nutrientes que el cuerpo necesita y con un alto contenido de grasa, azúcar y sal, elementos que el cuerpo puede obtener en exceso con mucha facilidad.

Comida saludable: La alimentación saludable es la dieta que ayuda al buen funcionamiento del organismo. Por lo general implica la ingesta de alimentos variados para recibir todo tipo de nutrientes. Es habitual que se consideren a las frutas y las

verduras como alimentos saludables ya que aportan muchos más beneficios que inconvenientes a la salud.

Fast Food: Significa comida rápida por su traducción del Inglés, que a su vez se define como la venta de comida y bebida para su consumo inmediato bien en las instalaciones puestas a tal efecto por el local en cuestión o bien para su consumo en otro lugar.

Food truck: Se conocen como restaurantes rodantes que se encuentran adecuados con todos los implementos necesarios para preparar los alimentos y repartirlos en diferentes puntos geográficos.

Nutrición: Cuando se habla de nutrición se habla de los tipos de alimentos que deben de consumir las personas para obtener la energía necesaria desempeñar las diferentes actividades y la forma como el organismo asimila los nutrientes de los alimentos que se refleja fundamentalmente en buena salud.

Slow Food: Concepto que surgió en Italia, en 1986 para protestar contra la comida rápida e industrial. Decidieron que era necesario promover la lentitud en la comida, los productos naturales, las recetas locales, y el deleite en el sentido del gusto, sin prisas. Alimentarse en el sentido de Slow Food significa comer con atención, en especial valorando la calidad y, con ello, teniendo en cuenta la procedencia de las materias primas y el modo de cocinarlas.

Vida saludable: Se entiende por vida saludable a aquella forma de vida en la cual la persona mantiene un armónico equilibrio en su dieta alimentaria, actividad física, intelectual, recreación (sobre todo al aire libre) descanso, higiene y paz espiritual. (Robles. 2017)

3.2 Marco Teórico

3.2.1 Generalidades del proyecto

Generación tras generación se han venido experimentando grandes cambios tecnológicos y cabe mencionar que dentro de esos cambios se han perfeccionado grandes ideas, inventos y creaciones que han dado pie a grandes compañías, por esta razón las empresas se han convertido en un componente importante de la economía a nivel mundial, siendo durante los últimos años, las pequeñas empresas las que se han transformado en un agente empresarial importante e incluso se han convertido en la base de grandes empresas. En Colombia con lo establecido en la Ley 590 de 2000 modificada mediante la Ley 905 de 2004 se define: “Para todos los efectos, se entiende por micro, incluidas las fami empresas, pequeña y mediana empresa, toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios, rural o urbana”. Entendiéndose como micro empresa toda organización que cuenta con una planta de personal no

superior a los diez (10) trabajadores o activos totales, excluida la vivienda, por valor inferior a quinientos (500) Salarios Mínimos Mensuales Legales Vigentes (SMMLV) .¹

Cada vez es mayor la velocidad con la que cambian las tendencias de mercado y las preferencias de los consumidores obligando a realizar constantemente observaciones del entorno para detectar las nuevas necesidades. Las oportunidades se pueden identificar si se está atento a los cambios y a las transformaciones sociales, por esta razón durante los últimos años se ha detectado un incremento en la creación de micro, pequeñas y medianas empresas principalmente en segmentos basados en el aprovechamiento de los recursos naturales, tanto de origen agropecuario como minero. Este grupo de sectores representa el 71% de la producción industrial. Los principales sectores de producción industrial son: Alimentos, Cuero y Calzado, Muebles y Madera, Textil y Confecciones, Artes Gráficas, Plástico y Químico, Metalúrgico y Metalmecánico, Autopartes y Minerales no Metálicos.²

Siendo el sector de alimentos el tema que concierne a todo lo referente con este proyecto, específicamente los restaurantes móviles, que son conocidos en muchos lugares del mundo como Food Trucks, un concepto que ha tenido mucho crecimiento y ha tomado mayor fuerza en los últimos años; son aquellos vehículos que venden comida, generalmente camiones donde el espacio interno es adaptado para instalar los equipos

¹ Definición de Micro, Pequeña y Mediana Empresa. Ricardo Mejía. Octubre 6 de 2011. (En línea)<http://jrms.pktweb.com/?p=1756>

² Bussinesscol. Seccion PYMES. Acopi. 2013. (en línea). <http://www.businesscol.com/empresarial/pymes/#principales>

que ayudan a la preparación de los platos y que constituyen algo parecido al sistema operativo de un restaurante a pequeña escala.

Este novedoso concepto con el tiempo se empezó a comercializar a lo largo de Canadá y los Estados Unidos donde súbitamente nació una ávida clientela, conformada en su mayoría por oficinistas que preferían la comodidad de los restaurantes sobre ruedas a verse involucrados en el tedioso proceso de meseros y propinas. Así, lograban siempre el cometido de alimentarse a gusto sin dejar de lado responsabilidades prioritarias, de ahí que esta tendencia no podía ser ajena a Colombia donde poco a poco va cogiendo fuerza, Humberto Medina, presidente de la Asociación Colombiana de Food Trucks, reveló que de dicha organización ya hacen parte unos 25 restaurantes, pero que ya hay unos 50 rodando por las diferentes ciudades del país. ³

3.2.2 Actualidad

El sector gastronómico en los últimos años ha mostrado un crecimiento importante en el país, a la fecha hay cerca de 90.000 restaurantes en Colombia que registraron en 2014 ventas por \$30,7 billones, de las cuales la revista La Barra estima que 5% se vendió en restaurantes de gama alta.

De acuerdo con la Asociación Colombiana de Restaurantes (ACODRES), el sector tuvo en promedio un crecimiento en todo el país superior a 22%, pero hay regiones

³ Food Trucks” El motor de la “gastronomía nómada”<http://www.lifestylemiami.com/%E2%80%9Cfood-trucks%E2%80%9D-el-motor-de-la-%E2%80%9Cgastronomia-nomada%E2%80%9D/>

como el Caribe que registraron un crecimiento mayor a 40%.

Respecto al aporte al PIB, Claudia Barreto González, presidente ejecutiva nacional de Acodres señaló que “se ha mantenido una tendencia de mayor contribución en los últimos años y del total que aporta el sector turismo se considera que la gastronomía aporta aproximadamente 3,6%”.

Y agregó que “el crecimiento es muy positivo y las cifras nos están dando la razón, este sector es de gran importancia, genera empleo, cada restaurante tiene mínimo 10 empleados, lo que se traduce en un aporte relevante en impuesto al consumo, en Iva e Ica para todas las regiones del país”.

Según Acodres, este aumento obedece también al auge turístico que ha tenido el país, lo que ha generado crecimiento económico y aseguró que este ‘boom’ también se ha dado por la inversión extranjera, marcas que se han posicionado en el país, lo que permite que el sector gastronómico mejore cada vez más.

Aunque el crecimiento de este sector ha sido relevante muchas personas del gremio se preguntan por qué no hay un solo restaurante del país entre los mejores del mundo, recientemente la revista Restaurant realizó este ranking donde el puesto número uno fue para el Celler de Can Roca en Girona, España, y en donde incluye nueve restaurantes latinoamericanos como el Central de Lima (Perú) que ocupó la cuarta posición.

Respecto al tema, Mariano Arango, director de la revista La Barra, señaló que “desconocemos la metodología de juzgamiento, pero dudo que tengan un equipo de expertos visitando los restaurantes más importantes del país, por lo cual este premio puede estar más relacionado con el posicionamiento de marca que con un verdadero

resultado en cuanto a la calidad del servicio y la comida”.

Arango también indicó que “muchos restaurantes que tienen propuestas agresivas gastronómicamente hablando, como las que encontramos entre los 50 mejores restaurantes, no tienen el éxito comercial necesario para sobrevivir, lo que te lleva a preguntarte si los criterios de juzgamiento de este premio le permiten a un restaurante ser rentable en una economía como la colombiana”.

Por su parte, la presidente ejecutiva nacional de la Asociación Colombiana de Restaurantes (ACODRES) afirmó que “uno de nuestros grandes retos es que con el potencial gastronómico que hay en el país posicionemos la gastronomía en el mundo, tenemos cómo hacerlo, ya que los productos con los que contamos son excelentes, al igual que la infraestructura”.

Referente a la inclinación de las personas por los distintos tipos de restaurantes, Barreto indicó que todo depende de los días y las necesidades del consumidor, ya que con la entrada de cadenas de restaurantes ha repuntado mucho los establecimientos de comida rápida; con el gran movimiento de turismo que se registra en Colombia y por temas de negocios también la comida en restaurantes a manteles se ha incrementado, mientras que la comida gourmet ha crecido con el auge del fitness, esta última es una opción por la que cada vez más optan altos ejecutivos y empresarios, por cuidar su salud y lucir bien, para ellos hay muchas propuestas enfocadas para satisfacer la demanda.

Hay que resaltar que las familias no solo prefieren gastar su dinero en otro tipo de actividades como cine o teatro, actualmente se ha vuelto importante ir a establecimientos gastronómicos con más frecuencia que antes y para esto los restaurantes desarrollan

ideas que se acoplen a todo tipo de público, un ejemplo son los más de 130 restaurantes dentro y fuera de Bogotá que reciben las mascotas pensando en las familias.⁴

3.3 Marco Legal y Jurídico

En este aspecto mostramos los diferentes requisitos que son relevantes para el desarrollo del plan de negocios.

- **Decreto 3075 de 1997**

Este decreto establece las condiciones básicas de higiene en la fabricación de alimentos a través de buenas prácticas de manufactura, es decir las actividades de fabricación, procesamiento, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos se ceñirán a los principios de las buenas prácticas de manufactura estipuladas en el decreto.

Por otro lado también es importante mantener unas condiciones generales en los equipos y utensilios utilizados en el procesamiento, fabricación y preparación de alimentos que depende exclusivamente del tipo del alimento, materia prima o insumo, de la tecnología a emplear y de la máxima capacidad de producción prevista. Todos ellos deben estar diseñados, contruidos, instalados y mantenidos de manera que se evite la contaminación del alimento, facilite la limpieza y desinfección de sus superficies y

⁴ larepublica.co/el-sector-gastronomico-crecio-22-en-el-ultimo-año-con-90000-restaurantes_266206

permitan desempeñar adecuadamente el uso previsto.⁵

- **Ley 1014 de 2006**

Ley del Emprendimiento: Ley nacional que busca fomentar la cultura del emprendimiento. Esta ley pretende promover el espíritu emprendedor entre los estudiantes y hacer de ellos personas capacitadas para innovar y generar bienes servicios dirigidos a formar competencias empresariales.

Los principios por los cuales se regirá toda actividad de emprendimiento son los siguientes:

- Formación integral en aspectos y valores como desarrollo del ser humano y su comunidad, autoestima, autonomía, sentido de pertenencia a la comunidad, trabajo en equipo, solidaridad, asociatividad y desarrollo del gusto por la innovación y estímulo a la investigación y aprendizaje permanente.
- Fortalecimiento de procesos de trabajo asociativo y en equipo en torno a proyectos productivos con responsabilidad social.
- Reconocimiento de la conciencia, el derecho y la responsabilidad del desarrollo de las personas como individuos y como integrantes de una comunidad.

⁵ INVIMA(en línea).http://www.invima.gov.co/images/stories/aliementos/decreto_3075_1997.pdf

- Apoyo a procesos de emprendimiento sostenibles desde la perspectiva social, cultural, ambiental y regional.

La Ley 1014 establece la creación de redes de emprendimiento que direccionen políticas de fomento a la cultura emprendedora. Para este fin existe la Red Nacional del Emprendimiento, la cual es coordinada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. La Red está conformada por 15 representantes de instituciones públicas y privadas, tal es el caso de ministerios, Servicio nacional de aprendizaje (SENA), Departamento administrativo de ciencia, tecnología e innovación (COLCIENCIAS), Federación nacional de comerciantes (FENALCO) y Asociación colombiana de medianas y pequeñas industrias (ACOPI). Así mismo, acoge a jóvenes empresarios y representantes de fundaciones que apoyan estos proyectos.

En continuidad con el marco legal del proyecto, se presentan a continuación otros aspectos relevantes para su desarrollo.

Delimitaciones legales

1. Nombre de la empresa: Antes de producir la escritura de constitución se

debe verificar ante la Cámara de Comercio si el nombre escogido no ha sido antes utilizado por otra empresa. Igualmente ante la Superintendencia Nacional de Industria y Comercio se debe verificar si no existen registros marcarios que identifiquen otro tipo de productos pertenecientes a otras empresas. Ambas consultas se pueden realizar a través de las páginas de Internet www.ccb.org.co y www.sic.gov.co

2. Constitución de la minuta de la sociedad ante una notaría, la cual expide tres copias de la escritura y la primera de ellas con destino al registro de la Cámara de Comercio de la ciudad del domicilio de la sociedad que se crea.

3. Inscripción ante la Cámara de Comercio de la ciudad donde inicia actividades, en la cual se registra la minuta de escritura pública a efectos de tener la matrícula mercantil.

4. Inscripción ante la Administración de Impuestos Nacionales y Distritales, que acredite el Número de Identificación Tributaria (N.I.T.) y que lo convierte en persona sujeta de obligaciones fiscales.

5. Autorización de la DIAN para imprimir la facturación respectiva de la empresa.

6. Facturación, con los datos comerciales, NIT, condiciones de pago, valores e impuestos de la sociedad creada.

7. Registro en la página de Internet de la DIAN www.dian.gov.co del Registro Único Tributario (RUT) para efectos de hacer cruces de cuentas con el Sistema Muisca implementado en la Administración de Impuestos.⁶

⁶ Ministerio de educación Nacional. (en línea). http://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-94653_archivo_pdf.pdf

Tipo de sociedad

La empresa se constituirá como una Sociedad por Acciones Simplificada (SAS), esta sociedad está basada en la ley francesa de SAS: 1994, reformada en 1999 y 2001, se constituye por contrato o por acto unilateral, mediante documento privado, salvo que haya aportes cuya transferencia requiera escritura pública, registro mercantil constitutivo de la personalidad de la sociedad cuya naturaleza es puramente comercial.

El propósito de este tipo de sociedad es flexibilizar las especies asociativas dando mayor autonomía contractual, armonización con tendencias mundiales, mayor posibilidad de crear y desarrollar la empresa de acuerdo con las necesidades de la misma y de los participantes en el contrato social.⁷

4. Antecedentes

4.1 EL CONSUMO DE COMIDA RÁPIDA POR JUAN AITOR LAGO MONEO

Con la Revolución Industrial se produjeron grandes cambios tanto laborales como

⁷ Portal Latinpyme. Cómo crear empresa en Colombia. Gobierno en línea. (En línea). <http://www.microempresas.com.co/portal/modules.php?name=News&file=article&sid=17>
17 La Sociedad por Acciones. Cámara de Comercio de Bogotá. Mayo 31 de 2016.
Francisco Reyes Simplificada <http://www.audilatina.com/noticias/sociedadporaccionessimplificada.pdf>

sociales, como la sustitución de la mano de obra por maquinaria, la evolución del transporte, la cadena de montaje y los horarios laborales rígidos. Todos estos hechos, provocaron que las personas comenzaran a coincidir en los traslados al trabajo, así como, en las horas de descanso.

Este debía amoldarse a la situación económica y al tiempo disponible de los trabajadores. En 1920 aparecen en Estados Unidos los primeros locales de hamburguesas, aunque no fue hasta 1937 cuando los hermanos Dick y Mac McDonald comenzaron a utilizar la producción en cadena, propia de otras industrias, con la intención de poder atender en pocos minutos los pedidos de la multitud de personas que debían comer en tiempo reducido. El perfil de cliente entonces era el trabajador no cualificado y con bajos salarios. En el año 1948 introdujeron a su negocio el concepto de drive-in-restaurant, donde sólo se servían perritos calientes atendiendo a la demanda de una comida en el coche y bajos precios.

Los expertos en salud afirman que la comida rápida no es muy saludable porque pequeñas cantidades de comida concentran muchas calorías, es decir, si se comieran de forma esporádica no producirían riesgo para la salud. Sin embargo, las condiciones laborales, así como la falta de tiempo, hacen que la comida rápida o Fast Food sea la elección de muchas personas para poder comer rápidamente y con bajo costo de forma habitual. Por este motivo comida rápida se convierte en sinónimo de comida poco saludable, por lo que en Italia en 1986 se inventó el término opuesto, Slow Food o comida lenta, con la intención de recuperar la comida y sabores tradicionales que dejan atrás la

comida rápida, utiliza productos naturales que sustituyen a los que utiliza la comida rápida, por ejemplo, el tomate natural contra el ketchup o salsa de tomate que se emplea en el fast food.⁸

La vida de hoy

Colombia entró en el círculo de los países que tienen problemas de salud relacionados con malos hábitos alimenticios ya que muchos consumen pocas cantidades de frutas, verduras y lácteos, Además de que una gran cantidad de colombianos toma gaseosa a diario y a casi la mitad de la población no le gusta hacer ejercicio, por otro lado no se puede desconocer la influencia de las diferentes culturas en esta situación, ya que hay algunas regiones del país donde las personas prefieren el plátano y la yuca como base alimentaria, así tengan acceso a fuentes proteicas como el pescado.

Según la Organización Mundial de la Salud (OMS), una alimentación saludable es aquella que cumple con estas características: lograr un equilibrio energético y un peso normal; sustituir las grasas saturadas por grasas insaturadas y tratar de eliminar los ácidos grasos trans (que reducen la cantidad de 'colesterol bueno' en la sangre); aumentar el consumo de frutas, legumbres y cereales, y limitar la ingesta de azúcares libres y de sal.⁹

⁸ 8 El Consumo de Comida Rápida. Juan Aitor Lago Moneo Director del Strategic Research Center de EAE Business School. Documento 08/2011 ISSN: 1989 – 9580

⁹ http://www.eltiempo.com/vida-de-hoy/salud/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-9245921.html

4.2 LA GESTION GATRONÓMICA EN COLOMBIA

En la actualidad Colombia lucha con este problema, promoviendo hábitos de vida saludable en todas las comunidades, siendo algunos de sus principales objetivos mujeres en estado de embarazo o lactancia, niños y jóvenes, tratando de convertir los hábitos de vida saludable en sus estilos de vida y así reducir los problemas de salud que traen estos hábitos adquiridos con el pasar de los años.

Es igual de importante dar a conocer el manejo empresarial en temas de alimentación a través de los casinos para sus trabajadores, ya que es un tema de mucho cuidado debido a la gran responsabilidad que se tiene sobre las personas que se atienden. No es simple cuestión de mezclar unos ingredientes y servirlos. Detrás de este servicio hay muchas cosas que deben tenerse en cuenta para prestar un excelente servicio con altos estándares de calidad. Y más aún cuando se maneja la alimentación de trabajadores con jornadas muy pesadas, personas mayores y todo aquel que forma parte de este inmenso mercado laboral.

Hace once años, cuando Sodexo comenzó operaciones en Colombia, las empresas ofrecían menús básicos a sus empleados buscando facilitarles la alimentación como un beneficio adicional. Este servicio era ofrecido por empresas pequeñas o personas naturales que tenían una limitación en normas de calidad, seguridad, crecimiento, respaldo y variedad de productos.

Hoy día las empresas, que aún conservan este beneficio para sus empleados y visitantes, buscan ofrecerles un menú más elaborado que les permite compararlo con el menú que encuentran en un restaurante. Los usuarios de este servicio son cada vez más exigentes y esperan recibir una buena variedad de alimentos servidos con innovación y creatividad en un ambiente agradable y limpio. Para ello buscan empresas que puedan ofrecer un excelente servicio y una buena variedad de productos a través de unas estrictas normas de calidad, seguridad y que les permita mejorar su calidad de vida diaria. Por otro lado no se puede desconocer que el número de casinos institucionales disminuyen con el pasar de los años ya que las compañías están dando prioridad a la reducción de costos y no a los beneficios de sus trabajadores, claro está que para algunas empresas que no tienen una gran trayectoria y participación en el mercado es difícil sostener los costos que puede generar ofrecer este tipo de servicio.

Por otro lado es de igual importancia hablar acerca de un estilo que surgió hace unos años en California y Nueva York, una tendencia que está tomando fuerza en todo Estados Unidos, los Food Trucks, restaurantes que se estacionan en distintas zonas de las ciudades por cortos periodos de tiempo a ofrecer desde comidas rápidas, postres, platos tradicionales de diversos países del mundo, hasta menús de tipo gourmet. Este sería entonces un nuevo segmento del sector de prestación de servicios alimenticios que, hoy en día, llama la atención de muchos profesionales de la industria, pues es un modelo de negocio que se caracteriza, principalmente, por la posibilidad de trasladarse de un lado a otro promocionando sus productos.

Esta nueva tendencia y novedoso modelo de negocio apenas da sus primeros pasos en Colombia; puesto que ya empiezan a circular los primeros “restaurantes nómadas” que ofrecen alimentos de consumo inmediato, a precios razonables y sin necesidad de esperar mesas o dar propinas; se trata de una tendencia que transforma el modo de consumir los alimentos.

Si bien en Colombia los conceptos relacionados con la forma de comer al paso no están muy asimilados por el consumidor, los Food Trucks introducen el hábito, ofrecen una alternativa inocua y de calidad que se acopla al estilo de vida moderno y responde a los afanes diarios.¹⁰

5. Desarrollo metodológico

5.1 Aspecto metodológico y estrategias

TABLA 1-METODOLOGIA Y ESTRATEGIA

¹⁰ <http://www.revistalabarra.com.co/ediciones/ediciones-2012/edicion-50/especial-50-claves-para-la-gestion-de-hoteles-y-restaurantes/5-modelos-ejemplares-teppanyaki/restaurantes-rodantes.htm>
<http://www.revistalabarra.com.co/ediciones/ediciones-2013/edicion-57/negocios-34/un-modelo-de-negocio-diferente.htm>

FUENTE: (Robles, Tabla 1, 2017)

OBJETIVO	ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS
<p>ESTUDIO DE MERCADOS</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Estudio de literatura, fuentes secundarias y recursos de internet sobre investigación de mercados. • Verificar el mercado objetivo y la población objeto de estudio. • Segmentar el mercado. • Calcular el tamaño de la muestra. • Diseñar formulario de encuesta. • Aplicar encuestas. • Tabular y sistematizar la información. • Elaborar informe, análisis y conclusiones sobre la investigación de mercados. • Hacer de software como SPSS y Excel • Diseñar Plan de Marketing Mix.
<p>ESTUDIO TÉCNICO Y DE INGENIERIA</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Estudio de literatura, fuentes secundarias y recursos de internet sobre procesos técnicos y de ingeniería para la producción del producto.

	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar benchmarking en empresas similares. • Hacer uso de herramientas y software para el cumplimiento del objetivo.
ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y JURÍDICO-LEGAL	<ul style="list-style-type: none"> • Estudio de literatura, fuentes secundarias y recursos de internet sobre planeación estratégica, talento humano y formalización empresarial. • Investigar website de empresas similares. • Realizar visitas físicas o virtuales entidades públicas o privadas intervinientes en la formalización y exigencia de requisitos para el desarrollo del objeto social.
ESTUDIO FINANCIERO Y DE EVALUACION ECONOMICA	<ul style="list-style-type: none"> • Estudio de literatura, fuentes secundarias y recursos de internet sobre contabilidad, costos y presupuesto. • Elaborar cédulas financieras para un horizonte de cinco años, alimentando información para consolidar estados financieros e indicadores de evaluación para la toma de decisiones.

	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar cotizaciones y búsqueda de información financiera para obtener datos reales y proyectados para los diferentes cálculos financieros.
IMPACTO SOCIAL Y MEDIOAMBIENTAL	<ul style="list-style-type: none"> • de literatura, fuentes secundarias y recursos de internet sobre responsabilidad social e impacto medio-ambiental. • Elaborar y evaluar indicadores de impacto social y medioambiental para tomar decisiones

5.1.1 Modelo CANVAS

Alianzas claves:

- Alianzas con proveedores de bebidas e insumos primarios.
- Alianza con la Asociación de Food Trucks Bogotá.
- Alianzas con medios de comunicación como emisoras, canales de televisión, propagandas.
- Alianza con las compañías de catering para abarcar un mayor rango de clientela.

Actividades clave:

- Mantener una relación excelente con el cliente.
- Excelente control del inventario.
- Hacer uso de mercadeo y publicidad

Recursos claves:

- Empleados
- Insumos
- Productos
- Food Truck
- Experiencia
- Talento Humano

Propuesta de valor: El objetivo de 4Elements, es atraer clientes con temor a comer en la calle, así como mantener aquellos clientes que ya hacen parte de este segmento. Aun así, lo que se espera es poder cambiar la percepción que se tiene acerca de la comida callejera, y hacerla lucir más atrayente a todo público.

Una de las ventajas sobre esta idea de negocio, es que los cimientos sean en un Food Truck, ya que sus servicios son móviles, y como resultado, puede ofrecer un servicio de catering informal, para eventos en cualquier parte del país.

Pero las ventajas no terminan ahí, los productos ofrecidos en 4Elements, son de excelente calidad y ofrecen una experiencia única al experimentar con la comida típica

colombiana fusión; lo que le otorga un valor agregado sobre toda la competencia y le da un toque de singularidad.

Relaciones con clientes:

- Redes Sociales
- Portal Web
- Voz a Voz
- Servicio al cliente

Canales:

- Portal Web
- Punto de venta estacionario
- Punto de venta móvil (Food Truck)

Segmentos del cliente:

- Personas del común, estudiantes y trabajadores.
- Personas de estratos 4 a 6.
- Personas entre 22 a 45 años.
- Personas que hagan uso de los medios de transporte público y vías públicas.
- Personas interesados en seguir las últimas tendencias.

TABLA 2 MODELO CANVAS

FUENTE: (Robles, Tabla 2, 2017)

ALIANZAS CLAVES	ACTIVIDADES CLAVES	PROPUESTA DE VALOR	RELACIONES CON CLIENTES	SEGMENTOS DE CLIENTES
<p>*Proveedores</p> <p>*Asociaciones con otros Food Trucks</p> <p>*Agencias de publicidad</p> <p>*Eventos</p> <p>*Empresas</p> <p>ESTRUCTURA DE COSTOS</p> <p>Los Platos están estandarizados de tal forma que el costo promedio de</p>	<p>*Publicidad</p> <p>*Inventarios</p> <p>*Pedidos</p> <p>*Mise en Place</p> <p>*Seguimiento manual de procedimientos.</p> <p>RECURSOS CLAVES</p> <p>*Tráiler</p> <p>*Personal</p> <p>*Know How</p> <p>*Materia Prima</p> <p>*Exhibición Productos (Menú)</p>	<p>4Elements</p> <p>Food Trucks</p> <p>Comida Fusión Típica Colombiana.</p> <p>Dichos platos son elaborados y ofrecidos por medio de un Tráiler con forma de tostadora gigante. Su objetivo es transmitirle al cliente algunos rasgos característicos de nuestra</p>	<p>* Personal</p> <p>*Redes Sociales</p> <p>*Domicilios</p> <p>CANALES</p> <p>*Punto de venta propia</p> <p>*Fuerza de venta propia</p> <p>*Aplicaciones móviles</p> <p>FUENTES DE INGRESO</p> <p>EL precio de venta oscila entre los \$12.500 y</p>	<p>*Personas que transitan, viven o trabajan en la zona</p> <p>*Personas con poder de adquisición medio-alto</p> <p>*Personas que sigan redes sociales y sigan tendencias</p> <p>*Personas que estén en constante búsqueda de lo novedoso.</p> <p>*Personas que busquen</p>

<p>cada uno de ellos no exceda el 30% del Precio de venta al público.</p>		<p>cultura, su música y su historia, mezclándolo con un exquisito mix de sabores, y de esta forma dar origen a una experiencia enriquecedora que saque a los clientes de la monotonía a la hora de tomar el almuerzo.</p>	<p>\$14.500 pesos los cuales son pagados en su totalidad en efectivo</p>	<p>comer saludablemente</p>
---	--	---	--	-----------------------------

5.1.2 Matriz DOFA

TABLA 3 MATRIZ DOFA

FUENTE: (Robles, Tabla 3, 2017)

OPORTUNIDADES

AMENAZAS

FORTALEZAS	<p>Desarrollo tecnológico.</p> <p>Innovación de los productos de acuerdo a las necesidades del cliente.</p> <p>Alianzas estratégicas.</p>	<p>Mejorar el programa del servicio al cliente para generar fidelización.</p> <p>Preparar planes contingentes para una respuesta adecuada en los cambios del mercado.</p> <p>Programar jornadas de aprendizaje en servicio al cliente.</p>
DEBILIDADES	<p>Constante capacitación a los empleados.</p> <p>Diseñar mecanismos efectivos de comunicación.</p> <p>Mantener precios competitivos con productos de excelente</p>	<p>Mejor financiamiento al programa de Investigación & Desarrollo.</p> <p>Evaluación constante del recurso humano.</p> <p>Implementación de métodos como el “6sigma” o “JIT”</p>

	calidad para que el cliente se sienta atraído.	
--	--	--

Ilustración 1. Análisis DOFA



ILUSTRACION 1 ANALISIS DOFA

FUENTE: (Robles W.O. ILUSTRACION 1, 2017)

4Elements Food Truck

5.2 Presentación del negocio

Nombre: 4Elements S.A.S

Código CIIU: 1084 – Elaboración de comidas y platos preparados

Logo:



ILUSTRACION 2 LOGO

FUENTE: (Robles W.O. ILUSTRACION 2, 2017)

Objeto social: Tiene como objetivo la preparación y distribución de comida fusión colombiana. Inicialmente en Bogotá, pero con la posibilidad de extender sus actividades a otras regiones del país. Iniciará como una sociedad por acciones simplificadas por los beneficios en la reducción de costos que esta ofrece. Tiene como único dueño al emprendedor Esteban Otálora y contará con una chef.

Domicilio: Bogotá D.C.

Misión: Ser la sociedad de alimentos más innovadora, encargada de la producción y distribución de la comida típica colombiana fusión, aportando al desarrollo y crecimiento personal de nuestros clientes.

Visión: En un periodo de 5 años, ser la sociedad de alimentos líder en la distribución y creación de comida típica colombiana, con una propuesta que rompa con el concepto de tradicionalismo.

Origen de la idea de negocio: Al iniciar el proyecto de emprendimiento, contemple que existe más de una forma para hacer un negocio. Quedó claro que existen diferentes metas y que para lograr los objetivos, se tienen que plasmar las pasiones y transformarlas en realidad. He llegado a la conclusión de que trabajar para una compañía puede ser lucrativo en términos de conocimiento; sin embargo, lo que motiva el desarrollo de este proyecto es la aspiración de poder lograr una independencia económica.

Teniendo en cuenta los diferentes objetivos que se plantearon, el emprendedor entendió que para poder triunfar en el desarrollo del proyecto debe haber total dedicación y esfuerzo.

4Elements diferencia de una máquina estática, evalué la opción de un tráiler, un camión, van, en el cual se pudieran realizar las actividades propias de la propuesta de

negocio. Se llegó a esta idea porque resolvía el problema de estacionalidad que tienen los restaurantes, y adicional, permitía incursionar en el tema de alimentos con diferentes enfoques.

Al ser un camión de comida, puede cumplir las funciones de un restaurante pero también puede trasladarse fácilmente por diferentes puntos de la ciudad lo que le otorga una gran ventaja. Así mismo, este representa la naturaleza de la comida callejera, pero va a contar con todos los registros de salud necesarios y las preparaciones adecuadas para que no lo parezca.

Concepto de negocio (propuesta de valor)

4Elements ofrecerá comida típica colombiana fusión con el propósito de romper los paradigmas erróneos que se tiene acerca de la comida callejera. Contendrá la esencia de un negocio callejero, pero ofrecerá comida que garantiza higiene en la procedencia de la comida.

Con las diferentes herramientas utilizadas se pudo identificar lo que el cliente veía, sentía, escuchaba y hacía. Este proceso fue más fácil de asimilar ya que el emprendedor hacía parte de los usuarios y el segmento afectado.

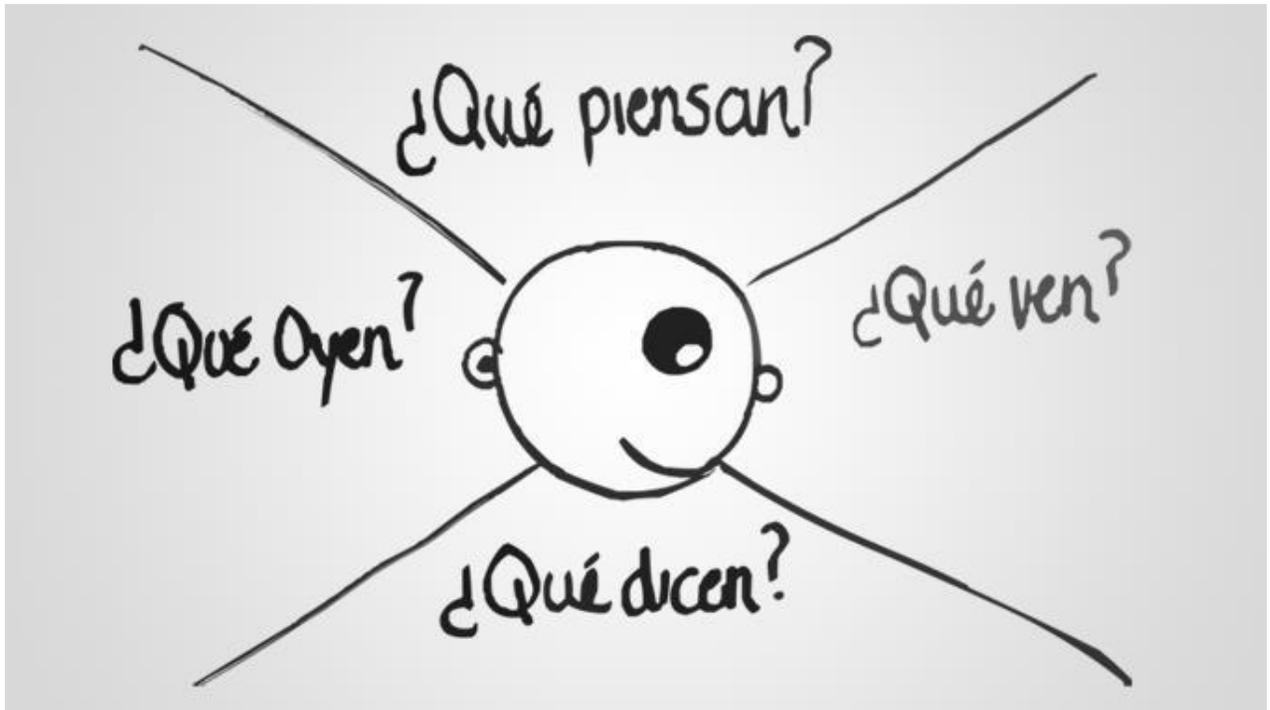
El mapa de empatía sirve para entender a fondo al usuario y así brindarle una solución que se acomode a sus necesidades y no a las de 4Elements. Por ejemplo, observe que

el entorno, es decir, en este caso, lo que digan y piensen las amistades, familias y comunidades es importante en esta sociedad cada vez más superficial.

En la sociedad de clase media-alta se ve mal comer en la calle por un simple sello de estatus; por tal razón, el cliente quien escucha todo el tiempo esto, se cohíbe de probar productos callejeros.

Escuchar sobre situaciones de intoxicaciones o de malas experiencias también hace que la percepción del sector sea mal vista.

Por otro lado, el cliente ve constantemente puntos de venta en la calle sin ningún uso de implementos que velen por la salubridad. El mal manejo de los alimentos, los métodos de preparación dudosos, la poca variedad de comida, la frecuencia de los alimentos fritos y otros factores, influyen aún más a la decisión de no comprar.



ILUSTRACION 3 MAPA DE EMPATIA

FUENTE: (Robles W.O. ILUSTRACION 3, 2017)

Jobs to be done

Es relevante identificar los Jobs to be done o trabajos a realizar, los cuales se encargarán de solucionar los problemas que en este momento existen y sobre los que no se tiene solución en la actualidad, estos serían:

La higiene es un factor que el 100% de los encuestados tuvieron en cuenta; por consiguiente, este es el problema más importante a solucionar. Pero para poder solucionarlo se tiene que tener un concepto claro acerca de la higiene. ¿Qué significa higiene? Aunque esto puede variar según la percepción del consumidor, 4Elements quiere brindar un espacio donde los consumidores se sientan tranquilos y seguros de que

lo que van a consumir ha sido preparado bajo todas las normas sanitarias y de manipulación de alimentos.

Los empleados deberán estar en excelente presentación y se deberán manejar normas mínimas de higiene que no podrán ser modificadas. Además, los clientes podrán ver como se preparan los alimentos. La caja de pago deberá estar separada de la zona de comida para evitar la contaminación de los alimentos.

El poco acceso a algún tipo de comida sobre el camino será solucionado con el concepto de distribución móvil de alimentos frescos y recién preparados. La ventaja de tener un Food Truck consiste en la facilidad de movilizarse hacia donde los clientes estén.

La presentación de los productos es de suma importancia para dejar una buena impresión frente a los clientes. Una buena presentación del producto es el primer paso para quitar la errónea percepción que se tiene acerca de la comida callejera.

Para el tema de poca variedad, como se dijo antes, el propósito de 4Elements no es imitar ni ofrecer productos que ya están en el mercado. El objetivo es brindar una experiencia de comida típica colombiana, la cual sea atractiva para los consumidores e innovadora. Se espera que cada bocado genere múltiples emociones, con ingredientes típicos de nuestro país.

5.3 Análisis del mercado específico

4Elements será el Food Truck que se destacará por el atractivo visual de sus productos, en la variedad de los mismos, en el servicio, y en la información dada a los clientes en cuestiones de tiempos, de servicios y precios. El nombre del restaurante, 4Elements, se seleccionó porque su significado o finalidad es la de recrear los 4 elementos del universo como son agua, aire, fuego y tierra, esto con base a que existirá una carta de alimentos que destaque cada elemento.

El mercado específico al que va dirigido este restaurante es el siguiente:

- Gente que aprecia y que disfruta el arte de la buena comida, teniendo en cuenta aspectos como la calidad, el precio y el servicio.
- Su nicho estará conformado por los estratos 4 y 6 de la ciudad.
- Rango de edad de 22 años en adelante, pero promediando hasta los 45 años
- También que busquen excelente servicio y calidad.

Los clientes del Food Truck serán los consumidores finales, ya que son quienes realmente probarán el producto dentro del espacio en el que nos ubicaremos. No se manejarán cadenas de mayoristas o minoristas, por lo que toda la estrategia de mercadeo va dirigida a ese único segmento y esto permite mayor efectividad en los procesos de marketing.

Competencia

La competencia global para un restaurante son todos los demás restaurantes y establecimientos que ofrecen cualquier tipo de comida, dado que una persona puede decidirse por ir a un restaurante de mantel en vez de ir a comer comida rápida en cualquier momento.

Aun así, es claro que las personas se interesan más cuando se les presenta una propuesta distinta que se destaca entre las demás, y este es uno de los puntos fuertes del 4Elements dado que es una alternativa diferente y novedosa que poco a poco toma fuerza.

Es por esto que a continuación se presentan todas las opciones de comida para los clientes y los posibles campos competidores con los que se enfrenta cualquier restaurante, seguido posteriormente por un análisis detallado de los competidores directos del restaurante en la zona en la que nos ubicaremos.

Algunos de los restaurantes son los siguientes:

- En Rincon de Dante
- Archie's
- Pastaio
- Divino House Swiss gastronomy
- Crepe's & Waffles

- Casa vieja
- San Giorgio Trattoria
- Hamburguesas El Corral
- Michell's

En la zona hay pocos restaurantes que manejen este tipo de comida, sin embargo sí que manejen las mismas líneas. Aun así, es importante mencionar las opciones más reconocidas para saber cuáles son los competidores directos.

Restaurantes en la zona

- Casa Vieja

PRECIO PROMEDIO PLATO FUERTE \$ 35.000

- Michell's

PRECIO PROMEDIO PLATO FUERTE \$ 30.000

- Pastaio

PRECIO PROMEDIO PLATO FUERTE: \$ 35.000

Concepto del Producto o Servicio

En un restaurante no sólo se ofrece un portafolio de productos sino, un servicio, dentro

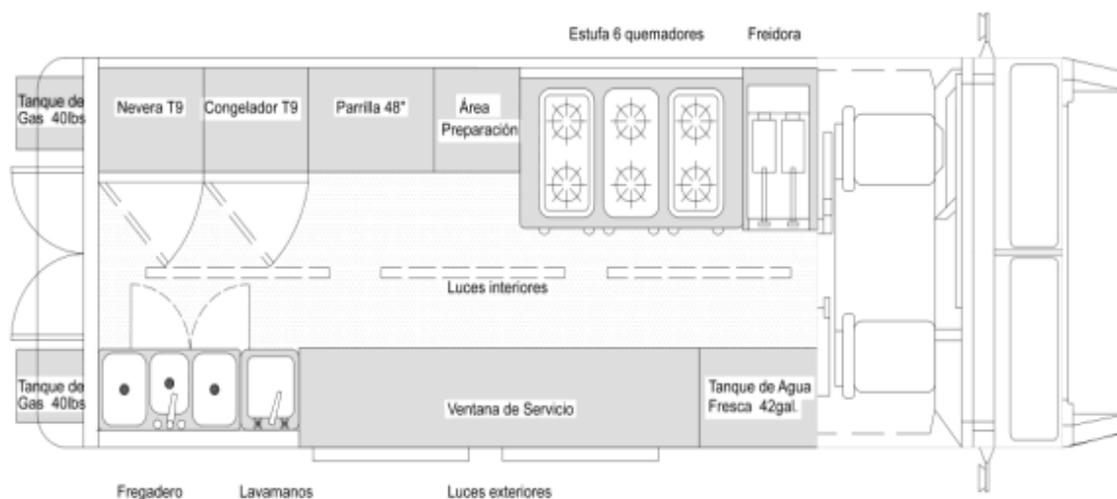
de los productos que se ofrecen existen variedades para los gustos de cada persona.

Por otro lado el servicio que se ofrece es un proceso que va desde que el cliente hace su pedido hasta cuando termina de consumirlo y se retira del mismo.

Es muy importante destacarse en ambos aspectos ya que de esa forma se podrá satisfacer al cliente, así mismo es necesario mirar las debilidades que podrá tener el restaurante, para poder de ésta forma implementar estrategias correctivas.

Distribución de la capacidad instalada

ILUSTRACION 4 DISEÑO FOOD TRUCK



FUENTE: (Robles W.O. ILUSTRACION 4, 2017)

Identificación de necesidades en maquinaria y equipos

Como parte fundamental del proyecto se identificó la necesidad de tener un camión de comida. Este camión conocido como The Myth es el núcleo y los cimientos del negocio como tal. Adicional a eso, es necesaria la adecuación del camión a las necesidades de los productos que se piensan ofrecer. Para ello, el primer paso a identificar es que debe haber una clara separación entre los productos que se vayan a manipular en frío y aquellos que vayan a manipular en calor. Esta separación es por temas de seguridad, ya que para la chef sería peligroso el constante cambio de calor a frío y viceversa.

En la sección fría, se encontrarán el refrigerador y el congelador. Allí se guardarán los insumos que requieran cierto tipo de conservación, mientras que en la sección caliente es donde se dará la transformación y manipulación de los insumos. Aquí se encontrará el fogón, el horno, la parrilla, entre otros. De igual forma, se necesitará una fuente eléctrica que cumplirá la función de darle energía al camión móvil y una pipeta de gas para darle poder a la estufa. Adicionalmente, se contará con la adquisición de utensilios de cocina para los procedimientos estándares.

Gestión de calidad

La gestión de calidad es un factor clave para cualquier tipo de negocio, y el de las comidas no es la excepción. La calidad le otorga competitividad a un negocio, así como otorga la opción de una mejora continua donde tanto el cliente como el negocio terminan ganando.

Cuando se ofrece calidad mediante un Food Truck, se pretende que el buen nombre de 4Elements quede en lo más alto y que represente los más altos estándares. De igual forma, cuando se ofrece una excelente calidad, la rentabilidad se ve afectada directamente de forma positiva. Un excelente manejo de la calidad da la oportunidad de incrementar la rentabilidad del negocio.

Por otro lado, para poder pertenecer a la asociación de Food Trucks Bogotá, se necesita contar con todos los registros y estándares de calidad. Es por eso que 4Elements ha decidido seguir dichos estándares. Así mismo, para garantizar la procedencia y calidad de los productos se verificara en el momento del recibimiento de la materia prima si la calidad es la que se ha requerido, ya que si no cumple con las normas fitosanitarias, la integridad del negocio y la comida se verán comprometidas. Pero no solo se tendrá en cuenta la calidad en los productos, sino también en los servicios, por lo que se espera brindar una excelente atención al cliente.

En el caso de los Food Trucks, la interacción que se tiene con el cliente es totalmente directa, por lo que el éxito de un negocio como éste, depende más de su relación con el cliente que con la tecnología misma.

Entonces, para ofrecer una excelente gestión de calidad, 4Elements seguirá los ocho principios de calidad que proponen las normas ISO, que son:

Principio 1: Enfócate primero en el cliente.

Este principio explica que todo negocio depende de sus clientes y que el sistema de gestión de calidad es el indicado para ayudar a identificar las necesidades y requisitos de cada cliente, para así, poder superar cualquier expectativa.

Principio 2: Se líder, colócate al servicio del logro.

El papel que juega el líder es de vital importancia, porque este es el encargado de guiar. El líder debe ser el encargado de involucrar los objetivos del negocio al servicio de los logros.

Principio 3: Participación del personal.

Cuando se establece una exitosa relación con el personal de trabajo, se llega a mejores resultados. Cuando el personal siente que el negocio también es de ellos, una sensación de empoderamiento se genera dentro del personal, lo que los motiva a realizar un trabajo cada vez mejor.

Principio 4: Emplea y mantén un enfoque basado en procesos.

Los procesos logran la eficacia debido a un excelente rendimiento en los procedimientos del negocio. Sin embargo, los procesos son actividades que deben ser gestionadas constantemente para ser optimizadas y así poder generar la mayor eficacia posible.

Principio 5: Gestiona tu negocio como un sistema.

Cuando el negocio es visto como un sistema es evidente que un proceso está relacionado con otros a lo largo de toda la cadena. El deber de un líder es poder identificar estos procesos para así entenderlos y darles un propósito con el fin de lograr los objetivos deseados.

Principio 6: No pares de mejorar tu negocio, hazlo continuamente.

La constante innovación es otra de las claves del éxito. Siempre hay que estar a la vanguardia y pendiente de los cambios en el mercado. Porque tener éxito una vez no garantiza la prosperidad ni longevidad del negocio.

Principio 7: Tomar las decisiones basadas en hechos.

Las decisiones tienen que ser tomadas racionalmente y no emocionalmente. Una forma de tomar decisiones racionalmente es basarlas en análisis de datos e indicadores económicos.

Principio 8: Crea relaciones mutuamente beneficiosas con tus proveedores.

Una buena relación con el proveedor garantiza un ambiente en la que ambos salen beneficiados de la situación. Cuando esto se logra, se evaden riesgos de calidad y es posible que los costos disminuyan. (Jiménez, 2012)

5.4 Proceso productivo

En 4Elements utilizaremos la siguiente norma para la manipulación de materiales, NORMA TÉCNICA SECTORIAL COLOMBIANA (NTS-USNA 007), en cuanto a la,

norma sanitaria de manipulación de alimentos.

Requisitos para la recepción de Materias Primas

- Al llegar la materia prima se deben observar las características de color, olor, textura, temperatura de llegada, empaque y etiquetado.
- Es necesario medir y registrar la temperatura de las materias primas, aquellas que vienen refrigerados o congelados, los cuales deben venir máximo a 4 °C y a menos 18°C respectivamente.
- Toda materia prima que viene del lugar de producción, empacada en materiales como cartón, madera, mimbre o tela, debe trasladarse a recipientes propios del establecimiento, como cajones plásticos o de otro material de fácil limpieza, para evitar entrar contaminación externa al lugar.
- Se debe programar la recepción de materia prima fuera de las horas pico y organizarlas de forma regular de tal modo que no lleguen todas al mismo tiempo.
- Se debe planificar con anticipación la llegada de las materias primas, asegurándose que el responsable de la recepción cuente con suficiente espacio en las unidades de frío.
- El encargado de recibir la materia prima se debe lavar las manos con agua caliente y jabón.

- El encargado de recibir la materia prima debe verificar que las condiciones del transporte de materia prima, cumpla con las normas legales.

Requisitos para el almacenamiento de Materias Primas

- A todas las materias primas se les debe registrar la fecha y otras características en que fueron recibidas.
- El encargado de recibirla debe manejar el inventario mediante el sistema P.E.P.S.
- La materia prima una vez inspeccionada debe ser colocada fuera de la zona de peligro (temperaturas entre 4^oc y 6^oc).
- La temperatura de refrigeración y congelación debe ser verificada y registrada como mínimo cada 4 horas.
- Las áreas de almacenamiento deben permanecer limpias, secas y aireadas.
- Los pisos, paredes, unidades de frío y todas las áreas en general deben mantenerse limpias y desinfectadas para evitar la contaminación cruzada.
- Todo establecimiento de la industria gastronómica, debe tener por lo menos dos tipos de área de almacenamiento debidamente aisladas y separadas: una para guardar materia prima y otra para sustancias químicas, con el fin de evitar la contaminación cruzada.

Requisitos sanitarios para los manipuladores de alimentos

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

- Todo manipulador de alimentos se debe practicar exámenes médicos especiales: Frotis de garganta con cultivo, KOH de uña (para detectar hongos), coprocultivo y examen de piel.

- Los manipuladores de alimentos no podrán desempeñar sus funciones en el evento de presentar infecciones dérmicas, lesiones tales como heridas y quemaduras, infecciones gastrointestinales, respiratorias u otras susceptibles de contaminar el alimento durante su manipulación.

- Los manipuladores de alimentos debe cumplir con los siguientes requisitos de higiene personal:

- Los manipuladores se deben lavar las manos y los antebrazos, cuantas veces sea necesario, antes de iniciar las labores, cuando cambie de actividad, o después de utilizar el servicio sanitario.

- El lavado de manos y antebrazos se debe efectuar con agua y jabón antibacterial u otra sustancia que cumpla con la misma función.

- El secado de las manos debe realizarse por métodos higiénicos, empleando para esto toallas desechables o secadores eléctricos.

- Uñas cortas, limpias y sin esmalte.

- Cabello limpio, recogido y cubierto por gorro.
- Uso de ropa de trabajo limpia (uniforme, delantal), botas o zapatos cerrados adelante.
- No usarán accesorios como aretes, pulseras, anillos, piercing visible u otros objetos personales que constituyan riesgos de contaminación para el alimento.
- No usarán sustancias tales como: perfumes, cremas y maquillaje.
- Los medios de protección se deben mantener en condiciones tales que no representen riesgos de contaminación para los alimentos ni para ellos mismos.

Requisitos Sanitarios para la manipulación de los alimentos

- La manipulación de alimentos se debe realizar en las áreas destinadas para tal efecto, de acuerdo con el tipo de proceso a que sean sometidos.
- La manipulación durante el procesamiento de un alimento se debe hacer higiénicamente, utilizando procedimientos que no lo contaminen y empleando utensilios que estén limpios y desinfectados.
- Todas las operaciones de manipulación durante la obtención, recepción, elaboración, procesamiento y servicio se deben realizar en condiciones y en un tiempo tal que se evite la posibilidad de contaminación, la pérdida de los nutrientes y el deterioro o alteración de los alimentos o proliferación de microorganismos patógenos.

- Los elementos que se utilicen para cubrir los alimentos deben estar limpios y desinfectados.
- Ningún alimento o materia prima se debe depositar directamente en el piso, independientemente de estar o no envasado, para ello se debe utilizar estibas plásticas o de acero.
- Durante la manipulación de alimentos se debe evitar que estos entren en contacto directo con sustancias ajenas a los mismos, o que sufran daños físicos.
- Sanidad alimentaria: Los alimentos deben mantenerse sanos frescos, y aptos para consumo humano.
- Control sanitario: Comprende la higiene de alimentos, el aseo de los equipos utensilios, sitios de almacenamiento e higiene personal.

En 4Elements se clasificaran los insumos según su vida útil, su clasificación se muestra a continuación:

Alimentos estables o no perecederos

- Harinas
- Cereales en estado seco (trigo, maíz...)
- Aceites
- Azúcar
- Sal

- Salsas

Alimentos perecederos

Se descomponen rápidamente y deben ser utilizados durante su corto periodo de vida útil, que puede ir de un día a un mes.

- Carnes
- Frutas y verduras
- Huevos
- Quesos
- Hierbas

Horarios de trabajo

El horario de atención de 4Elements será de lunes a sábado, el horario de prestación de servicio será el siguiente:

Lun/Sab 12:00 pm – 09:00 pm

Desarrollo del producto tangible

El Rolo



ILUSTRACION 5 EL ROLO

FUENTE: (Robles W.O. ILUSTRACION 5, 2017)

Ingredientes el rolo

EL ROLO	
Ingredientes	Cantidad
Papa Pastusa	2 unidades
Papa Criolla	4 unidades
Guascas	1 gr
Crema de Leche	1.2 gr
Leche	60 ml
Champiñones	2 unidades
Tocineta	1.5 gr
Queso Parmesano	C/N
Sal	C/N
Pimienta	C/N

TABLA 4 INGREDIENTES EL ROLO

FUENTE: (Robles, Tabla 4, 2017)

El Paisa



ILUSTRACION 6 EL PAISA

FUENTE: (Robles W.O. ILUSTRACION 6 2017)

Ingredientes El Paisa

EL PAISA	
Ingredientes	Cantidad
Hojaldre	2 laminas
Harina de trigo	100 gr
Frijol Rojo	300 gr
Tocineta	10 gr
Plátano	1/2 unidad
Crema Agria	150 gr
Huevos de codorniz	3 unidades

TABLA 5 INGREDIENTES EL PAISA

FUENTES: (Robles, Tabla 5, 2017)

El Caleño



ILUSTRACION 7 EL CALEÑO

FUENTE: (Robles W.O. ILUSTRACION 7, 2017)

Ingredientes El Caleño

EL CALEÑO	
Ingredientes	Cantidad
Platano Maduro	2 unidades
Queso Mozzarella	250 gr
Frutas secas	C/N
Vino	C/N
Huevos	2 unidades
Harina de trigo	250 gr
Leche	300 ml
Esencia de Vainilla	C/N

TABLA 6 INGREDIENTES EL CALEÑO

FUENTE: (Robles, Tabla 6, 2017)

La Costa



ILUSTRACION 8 LA COSTA

FUENTE: (Robles W.O. ILUSTRACION 8, 2017)

Ingredientes La Costa

LA COSTA	
Ingredientes	Cantidad
Posta	1/2 libra
Clavos	4 unidades
Sal	C/N
Pimienta	C/N
Zanahoria	1/2 unidad
Ajo	4 dientes
Cebolla cabezona	2 unidades
Gaseosa Oscura	C/N
Platano tentación	1 unidad

TABLA 7 INGREDIENTES LA COSTA

FUENTE: (Robles, Tabla 7, 2017)

Procesos

Los procesos de cada producto requieren una preparación diferente, por lo que no son estandarizados. Esto quiere decir que el tiempo de preparación es diferente para cada uno de estos. Sin embargo, el promedio de platos está en 15 minutos, ya que el plato que requiere menos tiempo de preparación (El Caleño), necesita de 13 minutos; por otro lado, el plato que requiere más tiempo de preparación (La Costa) necesita de 17 minutos. Esto quiere decir, que en promedio desde que un cliente llega al Food Truck y piensa que producto del menú elegir, hasta el momento en que la comida se le entrega, es de alrededor de 20 minutos.

El Rolo. Los ingredientes esenciales son: la papa gruesa, crema de leche, guascas, cebolla cabezona rallada y champiñones. La preparación: Se comienza cocinando las papas en agua con sal y las guascas. Una vez cocinadas, se remueve la parte superior de la papa y se saca el relleno de manera que quede lista para rellenar con los nuevos ingredientes. La papa que se sacó, se vuelve puré, se adiciona crema de leche, pimienta y sal. Al finalizar estos pasos, se vuelve a rellenar la papa y se decora con champiñones.

El Paisa. Los ingredientes esenciales son el hojaldre, el frijol rojo, la carne molida, el tocino, la cebolla, el tomate, el huevo de codorniz y la crema agria. La preparación: Se comienza extendiendo el hojaldre y se forran los moldes para hacer las canastas o rollos, se coloca al horno precalentado hasta que se empieza a dorar. Seguidamente, se saca del horno y se deja enfriar un poco. Al mismo tiempo, se cocinan los frijoles con el tocino y la sal, una vez cocinados se pasan por el procesador de manera que quede un puré. Luego se hace una salsa con la carne molida, el tomate y la cebolla, y se revuelve con el puré de frijoles mencionado anteriormente. Finalmente, se rellenan los moldes de hojaldre, se decora con un huevo de codorniz frito y crema agria.

El Caleño. Los ingredientes esenciales son el plátano maduro, el queso mozzarella, la esencia de vainilla, la harina de trigo, la leche y las frutas secas. La preparación: Se selecciona un plátano para freír y luego se deja reposar un poco, seguido de esto, se aplasta el plátano hasta que parezca una masa y se le agrega el queso en el centro.

Luego, con la masa, se hace una forma circular y se mezcla con harina de trigo, azúcar, y un toque de canela. Seguido se pone a freír hasta que la cubierta quede crocante y se pone en papel absorbente para retirar la mayor cantidad de aceite posible.

La Costa. Los ingredientes esenciales son la posta, el plátano tentación, la canela, los clavos, sal, pimienta, azúcar, kola roman. La preparación: Se marina la posta con la kola roman, la canela y los clavos. Seguido de eso, se le añade sal, pimienta y azúcar. Antes de empezar a cocinarse se mezcla con panela y se pone al sartén bien caliente para que quede sellada por todas partes.

Para la salsa, se lleva a una cocción hasta que la salsa obtiene una textura espesa y se mezcla con panela, clavos y canela.

Para los plátanos tentación se ponen mitades en una sartén amplia y se saltean con mantequilla para luego impregnarlos de la kola román, se busca luego que se caramelicen. Se adiciona azúcar, canela y clavos y se cocinan hasta que queden tiernos

6. Estudio técnico financiero

6.1 Plan económico

En el presente informe para efectos de la toma de decisiones para la ejecución del

plan de negocios se presentan y analizan las principales cédulas financieras e indicadores para la toma de decisiones orientadas a establecer la factibilidad económica financiera considerando el monto de la inversión requerida, sus estados financieros y e indicadores de evaluación económica y financiera que permitan determinar su viabilidad y puesta en marcha.

Por lo cual se realizara un estudio financiero con horizonte a 5 años para identificar los recursos requeridos para la implementación del proyecto en su etapa de inversión, puesta en marcha y operación.

Objetivos

- Determinar la proyección de ventas del proyecto para un horizonte de cinco años considerando los servicios fundamentales del portafolio estimado según demanda potencial derivada del estudio de mercado y considerando la capacidad proyectada del restaurante
- Calcular y proyectar los costos administrativos y operacionales requeridos en atención a la estructura administrativa planteada.
- Determinar el monto de la inversión requerida del proyecto en términos de inversión fija, diferida y de capital de trabajo para su inicio.
- Calcular los costos fijos y variables, costo unitario, precios y punto de equilibrio de la futura empresa.
- Determinar el flujo de efectivo generado para efectos de calcular los principales indicadores de evaluación económica (TIO, VPN, WACC)

- Cuantificar y analizar los Estados Financieros (Balance General y Estado de Resultados) para un horizonte de cinco años, un referente para establecer la prospectiva financiera de la futura empresa.

Presupuestos

POLITICAS		
1 Crecimiento esperado por producto por año: Dato encontrado de acuerdo al estudio de mercado.	EL ROLO EL PAISA EL CALEÑO LA COSTA GASEOSA AGUA	7% 7% 5% 5% 7% 7%
2 Crecimiento de precios? Tomamos promedio de la inflación de los años 2015 y 2016. Con esto nos da un aumento de precios después del año 1:		5,50% Para el año 1 4,70% Para los años 2 al 5.

ILUSTRACION 9 PRESUPUESTOS

FUENTE: (Robles W.O. ILUSTRACION 9, 2017)

Viendo que la inflación a cierre de 2016 fue del 5,75% se busco tomar el promedio 5,50% para el proyecto.

Se toma el 4,70% como promedio para el desarrollo del proyecto, debido al estudio e indicadores de los distintos entes económicos que constantemente están analizando las cifras en la actualidad y los valores estimativos para el primer periodo de 2018.

Presupuesto de ventas

TABLA 8 PRESUPUESTO DE VENTAS

FUENTE: (Robles, Tabla 8, 2017)

PRODUCTO	AÑO 1			AÑO 2			
	CANTIDAD	PRECIO	INGRESO	CANTIDAD	PRECIO	PRECIO (MAS 100)	INGRESO
EL ROLO	2.400,00	12.500,00	30.000.000,00	2.568,00	13.187,50	13.200,00	33.897.600,00
EL PAISA	2.400,00	12.500,00	30.000.000,00	2.568,00	13.187,50	13.200,00	33.897.600,00
EL CALEÑO	1.248,00	13.000,00	16.224.000,00	1.311,00	13.715,00	13.800,00	18.091.800,00
LA COSTA	1.956,00	14.500,00	28.362.000,00	2.054,00	15.297,50	15.300,00	31.426.200,00
GASEOSA	960,00	2.500,00	2.400.000,00	1.028,00	2.637,50	2.700,00	2.775.600,00
AGUA	780,00	2.000,00	1.560.000,00	835,00	2.110,00	2.200,00	1.837.000,00
TOTALES			108.546.000,00				121.925.800,00

AÑO 3				AÑO 4				AÑO 5			
CANTIDAD	PRECIO	PRECIO (MAS 100)	INGRESO	CANTIDAD	PRECIO	PRECIO (MAS 100)	INGRESO	CANTIDAD	PRECIO	PRECIO (MAS 100)	INGRESO
2.748,00	13.820,40	13.900,00	38.197.200,00	2.941,00	14.553,30	14.600,00	42.938.600,00	3.147,00	15.286,20	15.300,00	48.149.100,00
2.748,00	13.820,40	13.900,00	38.197.200,00	2.941,00	14.553,30	14.600,00	42.938.600,00	3.147,00	15.286,20	15.300,00	48.149.100,00
1.377,00	14.448,60	14.500,00	19.966.500,00	1.446,00	15.181,50	15.200,00	21.979.200,00	1.519,00	15.914,40	16.000,00	24.304.000,00
2.157,00	16.019,10	16.100,00	34.727.700,00	2.265,00	16.856,70	16.900,00	38.278.500,00	2.379,00	17.694,30	17.700,00	42.108.300,00
1.100,00	2.826,90	2.900,00	3.190.000,00	1.177,00	3.036,30	3.100,00	3.648.700,00	1.260,00	3.245,70	3.300,00	4.158.000,00
894,00	2.303,40	2.400,00	2.145.600,00	957,00	2.512,80	2.600,00	2.488.200,00	1.024,00	2.722,20	2.800,00	2.867.200,00
			136.424.200,00				152.271.800,00				169.735.700,00

Costo de la materia prima (Año 1)

TABLA 9 COSTO MATERIA PRIMA

FUENTE: (Robles, Tabla 9, 2017)

EL ROLO				2.320,00
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
Papa pastusa	2,00	Unidades	150,00	300,00
Papa criolla	4,00	Unidades	150,00	600,00
Guascas	2,00	Gramos	100,00	200,00
Crema de leche	15,00	Gramos	16,90	253,52
Leche	60,00	mL	2,44	146,67
Champiñones	30,00	Gramos	22,32	669,64
Tocineta	1,50	Gramos	13,09	19,64
Queso parmesano	20,00	Gramos	6,40	128,00
Sal y pimienta	2,00	Gramos	0,80	1,60
				2.319,07

EL PAISA				1.980,00
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
Hojaldre	1,00	Laminas	670,00	670,00
Harina de trigo	45,00	Gramos	3,10	139,50
Frijol refrito	50,00	Gramos	8,31	415,66
Tocineta	10,00	Gramos	13,09	130,91
Plátano	0,50	Unidades	672,00	336,00
Crema agria	40,00	Gramos	2,67	106,80
Huevos de codorniz	1,00	Huevos	175,00	175,00
Sal y pimienta	2,00	Gramos	0,80	1,60
				1.975,47

EL CALEÑO				2.450,00
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
Plátano maduro	0,50	Unidades	672,00	336,00
Queso mozzarella	20,00	Gramos	22,95	459,00
Vino tinto	40,00	mL	17,71	708,57
Huevos	1,00	Unidades	266,67	266,67
Harina de trigo	60,00	Gramos	3,10	186,00
Leche	180,00	mL	2,44	440,00
Esencia de vainilla	3,00	mL	17,39	52,18
Sal y pimienta	2,00	Gramos	0,80	1,60
				2.450,02

LA COSTA				2.700,00
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
Posta	100,00	Gramos	22,05	2.205,00
Clavos	4,00	Unidades	0,66	2,62
Zanahoria	80,00	Gramos	2,00	160,00
Ajo	0,20	Gramos	72,00	14,40
Cebolla cabezona	20,00	Gramos	0,82	16,32
Gaseosa oscura	75,00	mL	3,92	293,75
Sal y pimienta	2,00	Gramos	0,80	1,60
				2.693,69

GASEOSA	1.420,00
----------------	-----------------

AGUA	820,00
-------------	---------------

Presupuesto materia prima

TABLA 10 PRESUPUESTO MATERIA PRIMA

FUENTE: (Robles, Tabla 10, 2017)

PRODUCTO	AÑO 1			AÑO 2		
	CANTIDAD	COSTO	EGRESO MP	CANTIDAD	COSTO	EGRESO MP
EL ROLO	2.400,00	2.320,00	5.568.000,00	2.568,00	2.447,60	6.285.436,80
EL PAISA	2.400,00	1.980,00	4.752.000,00	2.568,00	2.088,90	5.364.295,20
EL CALEÑO	1.248,00	2.450,00	3.057.600,00	1.311,00	2.584,75	3.388.607,25
LA COSTA	1.956,00	2.700,00	5.281.200,00	2.054,00	2.848,50	5.850.819,00
GASEOSA	960,00	1.420,00	1.363.200,00	1.028,00	1.498,10	1.540.046,80
AGUA	780,00	820,00	639.600,00	835,00	865,10	722.358,50
TOTALES			20.661.600,00			23.151.563,55

AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
CANTIDAD	COSTO	EGRESO MP	CANTIDAD	COSTO	EGRESO MP	CANTIDAD	COSTO	EGRESO MP
2.748,00	2.562,64	7.042.127,03	2.941,00	2.683,08	7.890.941,66	3.147,00	2.809,19	8.840.508,22
2.748,00	2.187,08	6.010.091,17	2.941,00	2.289,87	6.734.510,55	3.147,00	2.397,49	7.544.916,50
1.377,00	2.706,23	3.726.483,19	1.446,00	2.833,43	4.097.134,30	1.519,00	2.966,60	4.506.261,21
2.157,00	2.982,38	6.432.992,58	2.265,00	3.122,55	7.072.578,78	2.379,00	3.269,31	7.777.691,46
1.100,00	1.568,51	1.725.361,77	1.177,00	1.642,23	1.932.905,54	1.260,00	1.719,42	2.166.463,59
894,00	905,76	809.749,17	957,00	948,33	907.552,20	1.024,00	992,90	1.016.731,58
		25.746.804,90			28.635.623,03			31.852.572,57

Presupuesto mano de obra

TABLA 11 PRESUPUESTO MANO DE OBRA

FUENTE: (Robles, Tabla 11, 2017)

ITEM	AÑO 1			AÑO 2		
	CANTIDAD	COSTO	EGRESO MO	CANTIDAD	COSTO	EGRESO MO
SALARIO EMPLEADOS	36,00	737.717,00	26.557.812,00	36,00	785.668,61	28.284.069,78
CARGA PRESTACIONAL (51%)	36,00	376.235,67	13.544.484,12	36,00	400.690,99	14.424.875,59
TOTALES		1.113.952,67	40.102.296,12		1.186.359,59	42.708.945,37

AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
CANTIDAD	COSTO	EGRESO MO	CANTIDAD	COSTO	EGRESO MO	CANTIDAD	COSTO	EGRESO MO
36,00	830.451,72	29.896.261,76	36,00	877.787,46	31.600.348,68	36,00	927.821,35	33.401.568,55
36,00	423.530,37	15.247.093,50	36,00	447.671,61	16.116.177,83	36,00	473.188,89	17.034.799,96
	1.253.982,09	45.143.355,25		1.325.459,07	47.716.526,50		1.401.010,24	50.436.368,51

Presupuesto C.I.F

TABLA 12 PRESUPUESTO C.I.F

FUENTE: (Robles, Tabla 12, 2017)

ITEM	AÑO 1			AÑO 2		
	CANTIDAD	COSTO	EGRESO CIF	CANTIDAD	COSTO	EGRESO CIF
GAS	1,00	1.200.000,00	1.200.000,00	1,06	1.266.000,00	1.341.960,00
AGUA	1,00	500.000,00	500.000,00	1,06	527.500,00	559.150,00
GASOLINA	1,00	700.000,00	700.000,00	1,06	738.500,00	782.810,00
DEPRECIACIÓN DE MAQ Y EQUIP	1,00	3.836.000,00	3.836.000,00	1,06	3.836.000,00	4.066.160,00
TOTALES			6.236.000,00			6.750.080,00

AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
CANTIDAD	COSTO	EGRESO CIF									
1,06	1.266.000,00	1.341.960,00	1,12	1.325.502,00	1.489.334,05	1,19	1.387.800,59	1.652.892,71	1,26	1.453.027,22	1.834.413,39
1,06	527.500,00	559.150,00	1,12	552.292,50	620.555,85	1,19	578.250,25	688.705,30	1,26	605.428,01	764.338,91
1,06	738.500,00	782.810,00	1,12	773.209,50	868.778,19	1,19	809.550,35	964.187,42	1,26	847.599,21	1.070.074,48
1,06	3.836.000,00	4.066.160,00	1,12	3.836.000,00	4.310.129,60	1,19	3.836.000,00	4.568.737,38	1,26	3.836.000,00	4.842.861,62
		6.750.080,00			7.288.797,69			7.874.522,80			8.511.688,40

Presupuesto gastos administrativos y publicidad

TABLA 13 PRESUPUESTO GASTOS ADM Y PERSONAL

FUENTE: (Robles, Tabla 13, 2017)

ITEM	AÑO 1			AÑO 2		
	CANTIDAD	COSTO	EGRESO A+P	CANTIDAD	COSTO	EGRESO A+P
DERECHO DE PARQUEO	1,00	-	-	1,00	1.200.000,00	1.200.000,00
MANTENIMIENTO	1,00	300.000,00	300.000,00	1,00	316.500,00	316.500,00
PENDONES	3,00	600.000,00	1.800.000,00	1,00	633.000,00	633.000,00
TARJETA PRESENTACIÓN	1.000,00	150,00	150.000,00	1.000,00	158,25	158.250,00
MENÚS	1.000,00	400,00	400.000,00	1.000,00	422,00	422.000,00
TOTALES			2.650.000,00			2.729.750,00

AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
CANTIDAD	COSTO	EGRESO A+P	CANTIDAD	COSTO	EGRESO A+P	CANTIDAD	COSTO	EGRESO A+P
1,00	1.256.400,00	1.256.400,00	1,00	1.315.450,80	1.315.450,80	1,00	1.377.276,99	1.377.276,99
1,00	331.375,50	331.375,50	1,00	346.950,15	346.950,15	1,00	363.256,81	363.256,81
1,00	662.751,00	662.751,00	1,00	693.900,30	693.900,30	1,00	726.513,61	726.513,61
1.000,00	165,69	165.687,75	1.000,00	173,48	173.475,07	1.000,00	181,63	181.628,40
1.000,00	441,83	441.834,00	1.000,00	462,60	462.600,20	1.000,00	484,34	484.342,41
		2.858.048,25			2.992.376,52			3.133.018,21

Producción

TABLA 14 PRODUCCION

FUENTE: (Robles, Tabla 14, 2017)

COSTOS FIJOS

	CANTIDAD	VALOR UNIT.	TOTAL
EMPLEADOS	3,00	1.113.952,67	3.341.858,01
GAS	1,00	1.200.000,00	1.200.000,00
AGUA	1,00	500.000,00	500.000,00
GASOLINA	1,00	700.000,00	700.000,00
MANTENIMIENTO	1,00	300.000,00	300.000,00
			6.041.858,01

N° PRODUCTOS

6

		COSTO VARIABLE	PRECIO DE VENTA
CV: "EL ROLO"	1,00	2.320,00	12.500,00
CV: "EL PAISA"	1,00	1.980,00	12.500,00
CV: "EL CALEÑO"	1,00	2.450,00	13.000,00
CV: "LA COSTA"	1,00	2.700,00	14.500,00
CV: GASEOSA	1,00	1.420,00	2.500,00
CV: AGUA	1,00	820,00	2.000,00

PUNTO DE EQUILIBRIO	% PARTICIPACIÓN	X MES		X AÑO	
EL ROLO (PRODUCTO LIDER)	0,25	166,00	UNIDADES	1.992,00	UNIDADES
EL PAISA	0,25	166,00	UNIDADES	1.992,00	UNIDADES
EL CALEÑO	0,13	86,00	UNIDADES	1.032,00	UNIDADES
LA COSTA	0,20	135,00	UNIDADES	1.620,00	UNIDADES
GASEOSA	0,10	67,00	UNIDADES	804,00	UNIDADES
AGUA	0,08	53,00	UNIDADES	636,00	UNIDADES

N° de productos que se estiman vender

X MES		X AÑO	
200,00	UNIDADES	2.400,00	UNIDADES
200,00	UNIDADES	2.400,00	UNIDADES
104,00	UNIDADES	1.248,00	UNIDADES
163,00	UNIDADES	1.956,00	UNIDADES
80,00	UNIDADES	960,00	UNIDADES
65,00	UNIDADES	780,00	UNIDADES

En las tablas anteriores podemos observar las compras y ventas del restaurante bar 4Elements teniendo en cuenta que es una empresa productora y comercializadora.

Podemos notar cómo se pueden manejar las materias primas, la mano de obra directa y costos indirectos de fabricación para el proyecto. La mano de obra directa hace referencia al personal contratado para la producción y comercialización del producto.

La materia prima hace referencia a la compra de los ingredientes necesarios a los proveedores. Los costos de venta promedio están calculados como porcentaje del costo de venta de los platos y el precio final de venta por unidad.

6.2 Inversión inicial y financiación

TABLA 15 INVERSION INICIAL Y FINANCIACION

FUENTE: (Robles, Tabla 15, 2017)

INVERSIÓN	CANTIDAD	VALOR UNIT.	TOTAL	DEPRECIACIÓN
REMOLQUE	1,00	19.000.000,00	19.000.000,00	19.000.000,00
PARRILLA	1,00	1.700.000,00	1.700.000,00	1.700.000,00
NEVERA + CONGELADOR	1,00	5.400.000,00	5.400.000,00	5.400.000,00
TANQUE DE AGUA 42 GALONES	1,00	2.000.000,00	2.000.000,00	2.000.000,00
FREIDORA	1,00	1.600.000,00	1.600.000,00	1.600.000,00
ESTUFA de 4 QUEMADORES	1,00	2.400.000,00	2.400.000,00	2.400.000,00
MICROONDAS	1,00	250.000,00	250.000,00	250.000,00
LICUADORA	1,00	250.000,00	250.000,00	250.000,00
UTENCILIOS DE COCINA	1,00	1.700.000,00	1.700.000,00	1.700.000,00
CILINDRO DE GAS 40 LB.	1,00	360.000,00	360.000,00	360.000,00
GENERADOR ELECTRICO 3.7 KW	1,00	3.700.000,00	3.700.000,00	3.700.000,00
ELEMENTOS DE ASEO Y CAFETERIA	1,00	1.800.000,00	1.800.000,00	
GASTOS LEGALES	1,00	1.400.000,00	1.400.000,00	38.360.000,00
PUBLICIDAD Y MERCADEO	1,00	6.423.000,00	6.423.000,00	
			47.983.000,00	3.836.000,00

TOTAL INICIO	CAPITAL INICIAL
48.000.000,00	9.640.000,00

3.836.000,00	DEPRECIACIÓN ANUAL A 10 AÑOS.
--------------	-------------------------------

Para el plan de inversiones se tomaron en cuenta dos variables: los recursos propios y el crédito de libre inversión que será otorgado por el Banco Caja Social, cuya tasa de aprobación será del 34% E.A durante 60 meses (5 años). La tabla de amortización del crédito solicitado se encuentra a continuación:

MONTO	38.360.000,00			
TASA	0,34	% EA	0,0244	%MV
PERIODOS	60	Financiacion 5 años		

33,50%
2,79%

PERIODO	DEUDA	INTERES	CUOTA	AMORTIZACION	TASA
0	38.360.000,00				
1	38.071.508,62	\$ 934.826,06	\$ 1.223.317,43	\$ 288.491,38	0,0244
2	37.775.986,77	\$ 927.795,57	\$ 1.223.317,43	\$ 295.521,86	0,0244
3	37.473.263,10	\$ 920.593,76	\$ 1.223.317,43	\$ 302.723,67	0,0244
4	37.163.162,11	\$ 913.216,44	\$ 1.223.317,43	\$ 310.100,99	0,0244
5	36.845.504,01	\$ 905.659,34	\$ 1.223.317,43	\$ 317.658,09	0,0244
6	36.520.104,65	\$ 897.918,07	\$ 1.223.317,43	\$ 325.399,36	0,0244
7	36.186.775,37	\$ 889.988,15	\$ 1.223.317,43	\$ 333.329,28	0,0244
8	35.845.322,91	\$ 881.864,98	\$ 1.223.317,43	\$ 341.452,46	0,0244
9	35.495.549,32	\$ 873.543,84	\$ 1.223.317,43	\$ 349.773,59	0,0244
10	35.137.251,82	\$ 865.019,93	\$ 1.223.317,43	\$ 358.297,51	0,0244
11	34.770.222,67	\$ 856.288,28	\$ 1.223.317,43	\$ 367.029,15	0,0244
12	34.394.249,09	\$ 847.343,85	\$ 1.223.317,43	\$ 375.973,58	0,0244
13	34.009.113,10	\$ 838.181,44	\$ 1.223.317,43	\$ 385.135,99	0,0244
14	33.614.591,42	\$ 828.795,75	\$ 1.223.317,43	\$ 394.521,68	0,0244
15	33.210.455,32	\$ 819.181,33	\$ 1.223.317,43	\$ 404.136,10	0,0244
16	32.796.470,50	\$ 809.332,61	\$ 1.223.317,43	\$ 413.984,82	0,0244
17	32.372.396,95	\$ 799.243,88	\$ 1.223.317,43	\$ 424.073,55	0,0244
18	31.937.988,80	\$ 788.909,28	\$ 1.223.317,43	\$ 434.408,15	0,0244
19	31.492.994,20	\$ 778.322,84	\$ 1.223.317,43	\$ 444.994,59	0,0244
20	31.037.155,18	\$ 767.478,40	\$ 1.223.317,43	\$ 455.839,03	0,0244
21	30.570.207,43	\$ 756.369,69	\$ 1.223.317,43	\$ 466.947,74	0,0244
22	30.091.880,26	\$ 744.990,26	\$ 1.223.317,43	\$ 478.327,17	0,0244
23	29.601.896,35	\$ 733.333,52	\$ 1.223.317,43	\$ 489.983,91	0,0244
24	29.099.971,62	\$ 721.392,70	\$ 1.223.317,43	\$ 501.924,73	0,0244
25	28.585.815,08	\$ 709.160,89	\$ 1.223.317,43	\$ 514.156,54	0,0244
26	28.059.128,63	\$ 696.630,99	\$ 1.223.317,43	\$ 526.686,44	0,0244
27	27.519.606,94	\$ 683.795,74	\$ 1.223.317,43	\$ 539.521,69	0,0244
28	26.966.937,20	\$ 670.647,70	\$ 1.223.317,43	\$ 552.669,74	0,0244
29	26.400.799,01	\$ 657.179,24	\$ 1.223.317,43	\$ 566.138,19	0,0244
30	25.820.864,13	\$ 643.382,55	\$ 1.223.317,43	\$ 579.934,88	0,0244
31	25.226.796,35	\$ 629.249,65	\$ 1.223.317,43	\$ 594.067,78	0,0244
32	24.618.251,25	\$ 614.772,33	\$ 1.223.317,43	\$ 608.545,10	0,0244
33	23.994.876,01	\$ 599.942,20	\$ 1.223.317,43	\$ 623.375,23	0,0244
34	23.356.309,24	\$ 584.750,66	\$ 1.223.317,43	\$ 638.566,77	0,0244
35	22.702.180,71	\$ 569.188,91	\$ 1.223.317,43	\$ 654.128,53	0,0244
36	22.032.111,20	\$ 553.247,92	\$ 1.223.317,43	\$ 670.069,52	0,0244
37	21.345.712,21	\$ 536.918,45	\$ 1.223.317,43	\$ 686.398,99	0,0244
38	20.642.585,81	\$ 520.191,03	\$ 1.223.317,43	\$ 703.126,40	0,0244
39	19.922.324,35	\$ 503.055,97	\$ 1.223.317,43	\$ 720.261,46	0,0244
40	19.184.510,25	\$ 485.503,33	\$ 1.223.317,43	\$ 737.814,10	0,0244
41	18.428.715,76	\$ 467.522,94	\$ 1.223.317,43	\$ 755.794,49	0,0244
42	17.654.502,70	\$ 449.104,37	\$ 1.223.317,43	\$ 774.213,06	0,0244
43	16.861.422,21	\$ 430.236,94	\$ 1.223.317,43	\$ 793.080,49	0,0244
44	16.049.014,50	\$ 410.909,72	\$ 1.223.317,43	\$ 812.407,71	0,0244
45	15.216.808,56	\$ 391.111,49	\$ 1.223.317,43	\$ 832.205,94	0,0244
46	14.364.321,92	\$ 370.830,79	\$ 1.223.317,43	\$ 852.486,64	0,0244
47	13.491.060,34	\$ 350.055,85	\$ 1.223.317,43	\$ 873.261,58	0,0244
48	12.596.517,54	\$ 328.774,63	\$ 1.223.317,43	\$ 894.542,80	0,0244
49	11.680.174,89	\$ 306.974,79	\$ 1.223.317,43	\$ 916.342,65	0,0244
50	10.741.501,15	\$ 284.643,69	\$ 1.223.317,43	\$ 938.673,75	0,0244
51	9.779.952,10	\$ 261.768,38	\$ 1.223.317,43	\$ 961.549,05	0,0244
52	8.794.970,28	\$ 238.335,61	\$ 1.223.317,43	\$ 984.981,82	0,0244
53	7.785.984,63	\$ 214.331,79	\$ 1.223.317,43	\$ 1.008.985,64	0,0244
54	6.752.410,20	\$ 189.743,00	\$ 1.223.317,43	\$ 1.033.574,44	0,0244
55	5.693.647,74	\$ 164.554,98	\$ 1.223.317,43	\$ 1.058.762,45	0,0244
56	4.609.083,45	\$ 138.753,14	\$ 1.223.317,43	\$ 1.084.564,30	0,0244
57	3.498.088,52	\$ 112.322,51	\$ 1.223.317,43	\$ 1.110.994,93	0,0244
58	2.360.018,85	\$ 85.247,77	\$ 1.223.317,43	\$ 1.138.069,67	0,0244
59	1.194.214,64	\$ 57.513,22	\$ 1.223.317,43	\$ 1.165.804,21	0,0244
60	(0,00)	\$ 29.102,79	\$ 1.223.317,43	\$ 1.194.214,64	0,0244

35.039.045,90

AÑO 0

AÑO 1

AÑO 2

AÑO 3

AÑO 4

AÑO 5

INTERES	CUOTA	AMORTIZACION
\$ 10.714.058,27	\$ 14.679.809,18	\$ 3.965.750,91

INTERES	CUOTA	AMORTIZACION
\$ 9.385.531,71	\$ 14.679.809,18	\$ 5.294.277,47

INTERES	CUOTA	AMORTIZACION
\$ 7.611.948,76	\$ 14.679.809,18	\$ 7.067.860,42

INTERES	CUOTA	AMORTIZACION
\$ 5.244.215,52	\$ 14.679.809,18	\$ 9.435.593,66

INTERES	CUOTA	AMORTIZACION
\$ 2.083.291,64	\$ 14.679.809,18	\$ 12.596.517,54

Las imágenes muestran los activos fijos que están compuestos por el recurso propio que se va a invertir para la compra y desarrollo del Food Truck. También muestran el capital de trabajo que está compuesto por los honorarios que se va a pagar durante tres meses a cada uno de los empleados, el arriendo de los primeros tres meses donde el Food Truck se va a instalar inicialmente, los costos del inventario inicial y los costos de constitución de la empresa tales como: el certificado fitosanitario, los derechos de inscripción, los impuestos de registro, los derechos de matrícula y el formulario. Por último se encuentra el equipo, que corresponde a la máquina registradora, que es la que va a regular la entrada de activos.

6.3 Balance General, Estado de resultados y Flujo proyectado

FUENTE: TABLA 16 BALANCE GENERAL, ESTADO DE RESULTADO Y FLUJO PROYECTADO (Robles, Tabla 16, 2017)

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS						
CAJA Y BANCOS	9.640.000,00	37.692.294,70	63.687.662,46	95.454.925,14	133.316.325,83	177.849.819,92
ACTIVOS FIJOS	38.360.000,00	38.360.000,00	38.360.000,00	38.360.000,00	38.360.000,00	38.360.000,00
(DEPRECIACION)		(3.836.000,00)	(7.672.000,00)	(11.508.000,00)	(15.344.000,00)	(19.180.000,00)
TOTAL ACTIVOS	48.000.000,00	72.216.294,70	94.375.662,46	122.306.925,14	156.332.325,83	197.029.819,92

PASIVO						
IMPUESTOS	-	9.976.444,15	13.250.251,64	17.080.278,66	21.431.610,65	26.452.870,29
PRESTAMO	38.360.000,00	34.394.249,09	29.099.971,62	22.032.111,20	12.596.517,54	-
TOTAL PASIVO	38.360.000,00	44.370.693,23	42.350.223,26	39.112.389,86	34.028.128,18	26.452.870,29

PATRIMONIO						
CAPITAL	9.640.000,00	9.640.000,00	9.640.000,00	9.640.000,00	9.640.000,00	9.640.000,00
UTILIDAD PERIODO	-	18.205.601,47	24.179.837,73	31.169.096,08	39.109.662,36	48.272.751,99
UTILIDAD ACUMULADA	-	-	18.205.601,47	42.385.439,20	73.554.535,28	112.664.197,65
TOTAL PATRIMONIO	9.640.000,00	27.845.601,47	52.025.439,20	83.194.535,28	122.304.197,65	170.576.949,64

PASIVO +PATRIMONIO	48.000.000,00	72.216.294,70	94.375.662,46	122.306.925,14	156.332.325,83	197.029.819,92
---------------------------	----------------------	----------------------	----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

DIFERENCIA - - - - -

El complemento fundamental del estado de resultados de una empresa, es el balance general para poder saber cuáles son los activos, cuáles son los pasivos y cuál es el patrimonio neto después de cubrir aquello que debe una empresa. Para el caso de este proyecto, los resultados son los expresados en la tabla anterior.

ESTADO DE RESULTADOS PRESUPUESTADO

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	-	108.546.000,00	121.925.800,00	136.424.200,00	152.271.800,00	169.735.700,00
(-) COSTO DE VENTAS	-	60.763.896,12	65.860.508,92	70.890.160,16	76.352.149,53	82.288.941,08
(=) UTILIDAD BRUTA	-	47.782.103,88	56.065.291,08	65.534.039,84	75.919.650,47	87.446.758,92
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS	-	2.400.000,00	2.683.920,00	2.978.668,09	3.305.785,42	3.668.826,78
(-) GASTOS DE VENTAS	-	2.650.000,00	2.729.750,00	2.858.048,25	2.992.376,52	3.133.018,21
(-) DEPRECIACIÓN		3.836.000,00	3.836.000,00	3.836.000,00	3.836.000,00	3.836.000,00
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	-	38.896.103,88	46.815.621,08	55.861.323,50	65.785.488,53	76.808.913,92
(-) INTERESES	-	\$10.714.058,27	\$9.385.531,71	\$7.611.948,76	\$5.244.215,52	\$2.083.291,64
(=) UAI	-	28.182.045,61	37.430.089,37	48.249.374,74	60.541.273,01	74.725.622,28
(-) IMPUESTOS (34%)	-	9.976.444,15	13.250.251,64	17.080.278,66	21.431.610,65	26.452.870,29
(=) UTILIDAD NETA	-	18.205.601,47	24.179.837,73	31.169.096,08	39.109.662,36	48.272.751,99

35,40% Imp renta 34% + Imp ICA 1,40%

Toda empresa tiene como referencia el Estado de Resultados como indicador de generación de utilidades y pérdidas en virtud del desarrollo económico del objeto social. Para el caso en particular de este proyecto, las utilidades se empezaran a ver de manera satisfactoria con el pasar de los años, tal cual como lo muestra la imagen anterior.

WACC	Rolling
Estructura de Capital Contable	
Deuda	37.446
Patrimonio	77.598
% Deuda	32,5%
% Patrimonio	67,5%
Deuda Financiera	22.747
D/P	0,48
Tasa Impositiva	33,5%
Deuda con Escudo Fiscal	60,7%
Beta	
Beta Desapalancado	0,51
Beta Apalancado	0,71
COK	
Bono del Tesoro USA (30 años)	3,10%
Riesgo País (Promedio 5 años)	8,02%
Premio de Riesgo de Mercado PERU	1,77%
COK	10,01%
Activos Financiados con Deuda	37.446
Intereses de Deuda	584
Tasa de Interés Implícita	1,6%
WACC	7,1%

$$WACC_j = Kd_{(1-T)} * D\%_{(n-1)} + Ke * E\%_{(n-1)}$$

	0	1	2	3	4	5
Activo	48.000	72.216	94.376	122.307	156.332	197.030
Pasivo	38.360	44.371	42.350	39.112	34.028	26.453
Patrimonio	9.640	27.846	52.025	83.195	122.304	170.577
D. Financiera	38.360	34.394	29.100	22.032	12.597	-

Costo de la Deuda después de impuestos ($Kd_{(1-T)}$)	33,5%
Porcentaje de deuda sobre activo al comienzo del período ($D\%_{(n-1)}$)	0,0%
Costo del Patrimonio (Ke)	48,3%
Porcentaje de patrimonio sobre activo al comienzo del período ($E\%_{(n-1)}$)	67,5%
Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC)	32,5%

Uno de los estados financieros claves para evaluar la factibilidad económico financiera del plan de negocios lo constituye el flujo de caja proyectado, por cuanto muestra de manera simplificada cuáles son los ingresos y egresos del proyecto y su comportamiento durante el horizonte objeto a análisis, si es positivo o negativo y de qué manera se pueden aplicar los indicadores de evaluación para la toma de decisiones sobre su posibilidad de inversión y puesta en marcha. Tal como se muestra en la tabla anterior, los resultados para los cinco años son positivos y crecientes.

Con base en el flujo de caja proyectado, se procedió al cálculo de los indicadores de evaluación económica para la toma de decisiones empresariales. Los resultados fueron buenos por cuanto con una tasa de oportunidad del 35%, en primera instancia el valor presente neto es positivo, por lo tanto, se acepta el proyecto.

7. Conclusiones y Recomendaciones

4Elements planea ser constituida frente a la Cámara de Comercio de Bogotá como una sociedad por acciones simplificadas (S.A.S). El motivo por el cual se eligió la constitución de esta empresa bajo dicha forma jurídica se debe a los beneficios que le son otorgados a las nuevas empresas.

Establecer una S.A.S otorga más flexibilidad a la hora de formar empresa, lo que es ideal para un nuevo emprendedor. Una de las ventajas que ofrece dicha modalidad es la

de no necesitar un revisor fiscal y que la persona que vaya a crear la empresa puede ser natural o jurídica.

Otro punto importante es que la responsabilidad de cada socio se limita a los aportes que haga; esto quiere decir que en dado caso que el futuro de la empresa se vea comprometido, el patrimonio personal de cada socio no será afectado. Así mismo, una sociedad por acciones simplificadas ofrece la oportunidad de reducir costos a comparación de otras modalidades.

Otra ventaja importante, por la cual se eligió dicha modalidad, es la flexibilidad que existe en la operación administrativa; es decir, no existe la necesidad de tener una junta directiva a menos de que sea acordado anteriormente. En dado caso de que no exista una junta directiva, las funciones administrativas y legales recaen en el representante legal de la compañía.

8. Bibliografía

Acopi, (2013), *Sección PYMES*. Recuperado de:
<http://www.businesscol.com/empresarial/pymes/#principales>

Claves-para-la-gestion-de-hoteles-y-restaurantes/5-modelos-ejemplares-2012.

Recuperado de: <http://www.revistalabarra.com.co/ediciones/ediciones-2012/edicion-50/especial-50>

El-sector-gastronómico-creció-22-en-el-último-año-con-90000-restaurantes, Recuperado de: <http://www.larepublica.com.co>

Industria de alimentos y bebidas procesados. Buenas prácticas de manufactura. Principios generales. Recuperado el 15 de marzo del 2016 de:
<http://www.mific.gob.ni/LinkClick.aspx?fileticket=vrDy386lkQ%3D&tabid=437&language=en-US>

INVIMA. (S.f).
http://www.invima.gov.co/images/stories/aliimentos/decreto_3075_1997.pdf

Lago J. (2017) *El Consumo de Comida Rápida*. Research Center de EAE Business School. Documento 08/2011 ISSN: 1989 – 9580. Recuperado de:
http://www.eltiempo.com/vida-de-hoy/salud/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-9245921.html

Mejia R, (2011), *Definición de Micro, Pequeña y Mediana Empresa*. Recuperado De:
<http://jrms.pktweb.com/?p=1756>

Ministerio de educación Nacional.(2006). http://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-94653_archivo_pdf.pdf

Newman J, *Food Trucks “El motor de la “gastronomía nómada”*, Recuperado de:
<http://www.lifestylemiami.com/%E2%80%9Cfood-trucks%E2%80%9D-el-motor-de-la-%E2%80%9Cgastronomia-nomada%E2%80%9D/>

Portal Latin PYME (s.f) *Cómo crear empresa en Colombia; Gobierno en línea*. Recuperado de:
<http://www.microempresas.com.co/portal/modules.php?name=News&file=article&si>

Restaurantes-rodantes modelo-de-negocio-diferente. Recuperado de:
<http://www.revistalabarra.com.co/ediciones/ediciones-2013/edicion-57/>

Reyes F. (2016). *Cámara de Comercio de Bogotá La Sociedad por Acciones.*

Simplificada.

Recuperada

de:

<http://www.audilatina.com/noticias/sociedadporaccionessimplificada.pdf>